GENERALINIO ADVOKATO
M. CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA IŠVADA,
pateikta 2017 m. liepos 20 d.[1]

Byla C-393/16

Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne
prieš
Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co.OHG, atstovaujamą **Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH**,
buvusios **Aldi Einkauf GmbH & Co.OHG Süd,**
dalyvaujant **Galana NV**

(*Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas, Vokietija) pateiktas prašymas priimti prejudicinį sprendimą)

„Prejudicinis klausimas – Bendras žemės ūkio produktų rinkų organizavimas – Saugomų kilmės vietos nuorodų apsauga – Saugomos kilmės vietos nuorodos reputacijos išnaudojimo, netinkamo naudojimo, imitavimo ar įvaizdžio atkūrimo ir melagingų ar klaidingų nuorodų sąvoka – Maisto produktas, kurio nuoroda atitinka tam tikros visuomenės dalies įprastą praktiką – Galimybė suklaidinti tam tikrą visuomenės dalį dėl produkto geografinės kilmės“

1. Vokietijos parduotuvių tinklas prekiauja šerbetu, pavadintu „Champagner Sorbet“, į kurio sudėtį įeina šampanas. Ar taip elgtis teisėta, o gal šerbeto gamintojas ir pardavėjas išties naudojasi mėgiamo Prancūzijos putojančio vyno, saugomo kaip kilmės vietos nuoroda (toliau – SKVN), reputacija?

2. Iš esmės tai yra klausimas, kurį *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas, Vokietija) kelia šiame prašyme priimti prejudicinį sprendimą ir kuriuo remiantis turi būti nuspręsta, ar šią SKVN ginantis *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (Prancūzijos tarpprofesinis šampano komitetas, toliau – CIVC) pagrįstai reikalauja nutraukti prekybą minėtu šerbetu.

3. Neseniai pateiktoje savo išvadoje[2] priminiau plačią Teisingumo Teismo jurisprudenciją SKVN ir saugomų geografinių nuorodų (toliau – SGN) srityje. Šioje byloje atsirado galimybė papildyti šią jurisprudenciją, nagrinėjant atvejį, kai SKVN žymimas putojantis vynas (šampanas) įeina į gaminamo maisto produkto sudėtį ir apie tai nurodoma jį pateikiant.

4. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo nuomone, atsakydamas Teisingumo Teismas turės atsižvelgti į tai, kad sąvoka „Champagner Sorbet“ Vokietijoje paprastai vartojama kaip sušaldyto deserto, į kurio sudėtį įeina ir šampanas, pavadinimas. Be to, siekiant užtikrinti SKVN savininkų ir maisto produkto gamintojų, norinčių informaciją apie jo sudėtį pateikti ant pakuotės, teisių pusiausvyrą, reikės aiškinti skirtingas normas (pirma, susijusias su SKVN, ir, antra, susijusias su maisto produktų ženklinimu).

1 Originalo kalba: ispanų.

2 Pateikta 2017 m. gegužės 18 d. byloje *EUIPO* / *Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP* (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

I. Teisinis pagrindas

5. *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas, Vokietija) remiasi tiek Reglamentu (EB) Nr. 1234/2007 [3], tiek jį pakeitusiu Reglamentu (ES) Nr.º1308/2013 [4], nors pastarasis byloje netaikytinas dėl *ratione temporis*. Išaiškinti Reglamentą Nr. 1308/2013 reikalinga todėl, kad reikalavimas nutraukti veiksmus gali turėti poveikį ateityje ir tada situaciją tektų nagrinėti atsižvelgiant į jį.

6. Nors šio aspekto neaptariu, paminėsiu tik Reglamento Nr. 1234/2007 nuostatas, kaip taikytinas ginčijamų faktų atsiradimo momentu, ir dar todėl, kad abu su byla susiję straipsniai (Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnis ir Reglamento Nr. 1308/2013 103 straipsnis) yra analogiški. Nematau problemų pirmojo straipsnio aiškinimą *mutatis mutandis* taikyti antrajam.

A. Reglamentas Nr. 1234/2007

7. Pagal šio reglamento 118m straipsnį („Saugojimas“):

„1. Vyną parduodantis ūkio subjektas gali naudoti saugomą kilmės vietos nuorodą ar saugomą geografinę nuorodą, jei toks vynas buvo pagamintas laikantis atitinkamos produkto specifikacijos.

2. Saugomos kilmės vietos nuorodos ar saugomos geografinės nuorodos ir vynai, kuriems pavadinti naudojami tokie saugomi pavadinimai laikantis produkto specifikacijos, saugomi užtikrinant, kad:

a) saugomas pavadinimas nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nebūtų naudojamas komerciškai:

i) panašiems produktams, neatitinkantiems produkto su saugomu pavadinimu specifikacijos, arba

ii) jeigu taip naudojant išnaudojamas kilmės vietos nuorodos ar geografinės nuorodos geras vardas;

b) būtų išvengta netinkamo naudojimo, imitavimo ar įvaizdžio atkūrimo, net jeigu yra nurodoma tikroji produkto ar paslaugos kilmė arba jeigu saugomas pavadinimas yra išverstas arba prie jo įrašomi tokie žodžiai, kaip „rūšis“, „tipas“, „metodas“, „pagamintas“, „imitacija“, „skonis“, „panašus“ ar kiti panašūs žodžiai;

c) ant vidinės ar išorinės pakuotės, reklaminėje medžiagoje arba su atitinkamu vyno produktu susijusiuose dokumentuose nebūtų pateikiama kokia nors kita melaginga ar klaidinanti nuoroda į produkto kilmės vietą, kilmę, pobūdį ar esmines produkto ypatybes ir kad produktai nebūtų pakuojami į tokią tarą, kuri gali sukelti klaidingą įspūdį apie produkto kilmę;

d) nebūtų taikoma jokia kita praktika, dėl kurios vartotojai galėtų susidaryti klaidingą nuomonę apie tikrąją produkto kilmę.

3. Saugomos kilmės vietos ar saugomos geografinės nuorodos negali tapti bendriniais pavadinimais Bendrijoje, kaip tai nurodyta 118k straipsnio 1 dalyje.

<…>“

3 2007 m. spalio 22 d. Tarybos reglamentas, nustatantis bendrą žemės ūkio rinkų organizavimą ir konkrečias tam tikriems žemės ūkio produktams taikomas nuostatas (Bendras bendro žemės ūkio rinkų organizavimo reglamentas) (OL L 299, 2007, p. 1).

4 2013 m. gruodžio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas, kuriuo nustatomas bendras žemės ūkio produktų rinkų organizavimas ir panaikinami Tarybos reglamentai (EEB) Nr. 922/72, (EEB) Nr. 234/79, (EB) Nr. 1037/2001 ir (EB) Nr. 1234/2007 (OL L 347, 2013, p. 671).

8. Reglamento Nr. 1308/2013 97 konstatuojamoji dalis, pakartojanti Reglamento Nr. 479/2008 [5], kuriuo pagal Reglamentą Nr. 491/2009 [6] numatytos Reglamento Nr. 1234/2007 kilmės nuorodų apsauginės nuostatos, 32 konstatuojamąją dalį, suformuluota taip:

„[R]egistruotos kilmės vietos nuorodos ir geografinės nuorodos turėtų būti saugomos, kad nebūtų naudojamasi reikalavimus atitinkančių produktų geru vardu. Siekiant skatinti sąžiningą konkurenciją ir neklaidinti vartotojų, tokią apsaugą taip pat turėtų būti galima suteikti tiems produktams ir paslaugoms, kuriems šis reglamentas netaikomas, įskaitant Sutarčių I priede nenurodytus produktus ir paslaugas.“

B. Direktyva 2000/13/EB [7]

9. Maisto produktų ženklinimo sritis pagrindinės bylos faktinių aplinkybių susiklostymo metu buvo reguliuojama direktyva, kurios pavadinimas nurodytas kaip šios išvados dalies pavadinimas [8]. Jos 3 straipsnio 1 dalyje, kiek ji susijusi su šia byla, nurodyta:

„1. Remiantis 4–17 straipsniais ir juose pateiktomis išimtimis, ženklinant maisto produktus būtina nurodyti šią pagrindinę informaciją:

1) pavadinimas [pavadinimą], kuriuo produktas yra parduodamas;

2) komponentų sąrašą;

3) tam tikrų 7 straipsnyje apibūdintų komponentų arba komponentų grupių kiekį;

<…>“

10. 5 straipsnio 1 dalyje numatyta:

„1. Pavadinimas, kuriuo maisto produktas yra parduodamas – tai jam taikytinose Bendrijos nuostatose numatytas jo pavadinimas.

a) Jei Bendrijos nuostatų nėra, produktas parduodamas pavadinimu, kurį numato valstybės narės, kurioje jis parduodamas galutiniam vartotojui arba viešojo maitinimo įstaigoms, įstatymai ir kiti teisės aktai.

Jei ir šiuose dokumentuose tokio pavadinimo nėra, parduodant produktą vartojamas įprastinis jo pavadinimas, paplitęs valstybėje narėje, kur šis produktas yra parduodamas galutiniam vartotojui arba viešojo maitinimo įstaigoms, arba maisto produkto, prireikus ir jo vartojimo, aprašas, kuris turi būti pakankamai aiškus, kad pirkėjas suvoktų tikrąją jo prigimtį ir kuris leistų atskirti jį nuo kitų produktų, su kuriais jis gali būti supainiotas.

5 2008 m. balandžio 29 d. Tarybos reglamentas dėl bendro vyno rinkos organizavimo, iš dalies keičiantis [r]eglamentus (EB) Nr. 1493/1999, (EB) Nr. 1782/2003, (EB) Nr. 1290/2005, (EB) Nr. 3/2008 ir panaikinantis [r]eglamentus (EEB) Nr. 2392/86 ir (EB) Nr. 1493/1999 (OL L 148, 2008, p. 1).

6 2009 m. gegužės 25 d. Tarybos reglamentas, kuriuo iš dalies keičiamas Reglamentas (EB) Nr. 1234/2007, nustatantis bendrą žemės ūkio rinkų organizavimą ir konkrečias tam tikriems žemės ūkio produktams taikomas nuostatas (OL L 154, 2009, p. 1).

7 2000 m. kovo 20 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva dėl valstybių narių įstatymų, reglamentuojančių maisto produktų ženklinimą, pateikimą ir reklamavimą, derinimo (OL L 109, 2000, p. 29; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 15 sk., 5 t., p. 75).

8 Iš tiesų ši nuostata buvo panaikinta nuo 2014 m. gruodžio 13 d., t. y. praėjus dvejiems metams nuo tada, kai susiklostė pagrindinės bylos aplinkybės, remiantis 2011 m. spalio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 1169/2011 dėl informacijos apie maistą teikimo vartotojams, kuriuo iš dalies keičiami Europos Parlamento ir Tarybos reglamentai (EB) Nr. 1924/2006 ir (EB) Nr. 1925/2006 bei kuriuo panaikinami Komisijos direktyva 87/250/EEB, Tarybos direktyva 90/496/EEB, Komisijos direktyva 1999/10/EB, Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2000/13/EB, Komisijos direktyvos 2002/67/EB ir 2008/5/EB bei Komisijos reglamentas (EB) Nr. 608/2004 (OL L 304, 2011, p. 18), naikinamąja nuostata.

<…>“

11. 6 straipsnio 5 dalyje numatyta:

„Į komponentų sąrašą įtraukiami visi maisto produkto komponentai pagal svorį mažėjančia tvarka, registruotą tada, kai jie buvo naudojami gamybai. Sąrašui duodamas tinkamas pavadinimas, kuriame turi būti žodis „komponentai“.

<…>“

12. 7 straipsnio 1 ir 5 dalyse nustatyta:

„1. Gaminant arba ruošiant maisto produktą naudojamo komponento arba komponentų grupės kiekis nurodomas remiantis šio straipsnio nuostatomis.

<…>

5. Šio straipsnio 1 dalyje minėta nuoroda apie parduodamo produkto komponentus arba komponentų grupę pateikiama parduodamo produkto pavadinime, šalia pavadinimo arba komponentų sąraše.“

C. Maisto produktų, kuriuose kaip sudedamosios dalys naudojami saugoma kilmės vietos nuoroda (SKVN) ir saugoma geografine nuoroda (SGN) žymimi produktai, ženklinimo etiketėmis gairės [9]

13. 2.1 punkte („Įregistruoto pavadinimo naudojimo rekomendacijos“) nustatyta:

„1. Komisijos nuomone, kaip SKVN ar SGN įregistruotas pavadinimas galėtų būti teisėtai nurodytas maisto produkto sudedamųjų dalių sąraše.

2. Be to, Komisija mano, kad kaip SKVN ar SGN įregistruotas pavadinimas galėtų būti minimas parduodamo maisto produkto, kurio sudėtyje yra produktų, kurių pavadinimas įregistruotas, pavadinime ar greta jo, taip pat to maisto produkto etiketėje, jį pristatant ir reklamuojant, jei laikomasi tokių sąlygų:

   – reikėtų, kad minėto maisto produkto sudėtyje nebūtų jokios kitos „panašios sudedamosios dalies“; kitaip tariant, jokios kitos sudedamosios dalies, kuria visiškai ar iš dalies būtų galima pakeisti sudedamąją dalį, kuriai taikoma SKVN ar SGN. Kaip vienas iš daugelio „panašios sudedamosios dalies“ pavyzdžių, Komisijos nuomone, galėtų būti į „Roquefort“ panašus pelėsinis sūris (vadinamas „mėlynasis sūris“).

   – Be to, tokios sudedamosios dalies turi būti panaudota pakankamai, kad dėl jos atitinkamas maisto produktas įg[y]tų pagrindinę savybę. Tačiau Komisija negali pasiūlyti visuotinai taikomo mažiausio procentinio kiekio, nes yra daug labai skirtingų galimų atvejų. Pavyzdys: jei maisto produkto sudėtyje yra nedaug prieskonių, kuriems taikoma SKVN ar SGN, to galbūt pakanka, kad tas maisto produktas įg[y]tų pagrindinę savybę. Tačiau jei maisto produkto sudėtyje yra nedaug mėsos, kuriai taikoma SKVN ar SGN, to *a priori* gali nepakakti, kad tas maisto produktas įg[y]tų pagrindinę savybę.

   – Galiausiai pageidautina, kad parduodamo maisto produkto pavadinime ar iškart šalia jo arba tiesiogiai susijusiame su sudedamosiomis dalimis sąraše būtų nurodytas SKVN ar SGN nuoroda žymimos sudedamosios dalies procentinis dydis.“

9 Komisijos komunikatas (OL L 341, 2010, p. 3; toliau – gairės).

II. Faktinės aplinkybės ir prejudiciniai klausimai

14. 2012 m. pabaigoje *Aldi Süd*, bendrovė, prekiaujanti savo parduotuvėse maisto ir kitomis vartojimo prekėmis, pradėjo prekiauti *Galana NV*[10] pagaminta preke, pavadinimu „Champagner Sorbet“, į kurio sudėtį įėjo 12 % šampano. Jos pakuotė atrodė taip:



15. CIVC kreipėsi į *Landgericht München* (Miuncheno apygardos teismas, Vokietija) su ieškiniu, kuriame reikalavo nurodyti *Aldi Süd* nutraukti SKVN „šampanas“ naudojimą žymint savo šaldytą maisto produktą, nes taip ši SKVN pažeidžiama.

16. Ieškinys, pagrįstas Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsniu, buvo patenkintas pirmojoje instancijoje, tačiau *Oberlandesgericht München* (Miuncheno apeliacinis apygardos teismas, Vokietija) atmetė apeliacinį skundą dėl pirmosios instancijos teismo sprendimo.

17. CIVC apskundė apeliacinio teismo sprendimą prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui. Šis linkęs pripažinti, kad SKVN „Champagne“ naudojimas šaldyto produkto pavadinime patenka į Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunkčio taikymo sritį, nes šis žodis naudojamas komerciniais tikslais, žymint desertą, kuris gaminamas ne pagal vynų, žymimų SKVN „Champagne“, specifikaciją.

18. Be to, jis atkreipia dėmesį į tai, kad SKVN „Champagne“ reputacija gali daryti teigiamą poveikį prekes ženklinant pavadinimu „Champagner Sorbet“. Jam kyla klausimas, ar tai yra naudojimasis SKVN, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį, turint omenyje, kad tas pavadinimas atitinka įprastą deserto, kuriame šampano sudedamosios dalies kiekis yra pakankamas tam, kad suteiktų produktui pagrindinę savybę, žymėjimo praktiką visuomenėje. Be kita ko, jeigu jo naudojimą būtų galima pateisinti teisėtu interesu, kaip tokią išvadą padarė apeliacinis teismas, reiktų atmesti galimybę, kad buvo naudojamasi SKVN reputacija.

19. Kadangi CIVC ieškinys galėjo būti pagrįstas Reglamento (EB) Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies b punktu, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas taip pat abejoja, ar SKVN naudojimas gali būti pripažintas netinkamu naudojimu, imitavimu ar įvaizdžio atkūrimu. Jis tvirtina, kad turi būti neteisėtas naudojimas, ir, esant jį pateisinančiam teisėtam interesui, negalima pripažinti, kad padarytas SKVN pažeidimas.

20. Galiausiai dėl CICV argumento, kad nuoroda „Champagner Sorbet“ *Aldi Süd* naudojosi klaidinančiai, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies c punktą, prašymą priimti prejudicinį sprendimą priėmęs teismas siekia išsiaiškinti, ar ši norma apima tik atvejus, kai klaidinanti nuoroda visuomenėje gali sukelti klaidingą įspūdį apie produkto geografinę kilmę, ar ji susijusi su klaidinančiomis nuorodomis į šio produkto pagrindines savybes.

10 *Galana NV* yra *Aldi Süd* reikalavimus palaikanti šalis pagrindinėje byloje.

21. Šiomis aplinkybėmis *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas, Vokietija) pateikė Teisingumo Teismui šiuos prejudicinius klausimus:

„1. Ar Reglamento (EB) Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį ir Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 103 straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį reikia aiškinti taip, kad jie taikomi ir tuomet, kai saugoma kilmės vietos nuoroda naudojama kaip produkto specifikacijų neatitinkančio maisto produkto, į kurį buvo įdėta produkto specifikacijas atitinkanti sudedamoji dalis, pavadinimo dalis?

2. Jeigu į pirmąjį klausimą būtų atsakyta teigiamai:

Ar Reglamento (EB) Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį ir Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 103 straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį reikia aiškinti taip, kad tokiu atveju, kai saugoma kilmės vietos nuoroda naudojama kaip produkto specifikacijų neatitinkančio maisto produkto, į kurį buvo įdėta produkto specifikacijas atitinkanti sudedamoji dalis, pavadinimo dalis, naudojamasi kilmės vietos nuorodos reputacija, jeigu maisto produkto pavadinimas atitinka įprastą produktų žymėjimo praktiką atitinkamoje visuomenėje, o įdėtos sudedamosios dalies kiekis yra pakankamas tam, kad suteiktų produktui pagrindinę savybę?

3. Ar Reglamento (EB) Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies b punktą ir Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 103 straipsnio 2 dalies b punktą reikia aiškinti taip, kad saugomos kilmės vietos nuorodos naudojimas antrajame prejudiciniame klausime nurodytomis sąlygomis yra netinkamas naudojimas, imitavimas arba įvaizdžio atkūrimas?

4. Ar Reglamento (EB) Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies c punktą ir Reglamento (ES) Nr. 1308/2013 103 straipsnio 2 dalies c punktą reikia aiškinti taip, kad jie taikomi tik melagingų ar klaidinančių nuorodų, atitinkamoje visuomenėje galinčių sukelti klaidingą įspūdį apie geografinę produkto kilmę, atveju?“

III. Procesas Teisingumo Teisme

22. Sprendimas dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą Teisingumo Teismo kanceliarijoje gautas 2016 m. liepos 14 dieną.

23. CIVC, *Galana NV*, Prancūzijos, Portugalijos vyriausybės ir Europos Komisija pateikė rašytines pastabas.

24. 2017 m. gegužės 18 d. įvyko teismo posėdis, kuriame dalyvavo CIVC, *Galana NV*, Prancūzijos vyriausybės ir Europos Komisijos atstovai.

IV. Šalių pastabų santrauka

A. Dėl pirmojo klausimo

25. Visos šalys sutaria, kad į pirmąjį klausimą reikia atsakyti teigiamai. CIVC nuomone, Sąjungos teisės normomis SKVN saugomos nuo bet kokio, tiesioginio ar netiesioginio, komercinio panaudojimo, kuriuo siekiama pasinaudoti produkto reputacija. Ši apsauga apima SKVN naudojimą, neatsižvelgiant į tai, ar ji sudaro produkto pavadinimo dalį, ar apibrėžia specifikacijų neatitinkantį maisto produktą.

Remdamasis Sprendimu *Bureau National Interprofessionnel du Cognac*[11] jis teigia, kad tuomet, kai SKVN „Champagne“ naudojama originalo kalba arba išversta kaip pavadinimo „Champagner Sorbet“ dalis, tai yra tiesioginis geografinės nuorodos naudojimas komerciniais tikslais.

26. Prancūzijos vyriausybės teigimu, nors taikomuose reglamentuose tiesiogiai neužsimenama apie SKVN kaip sudedamųjų dalių naudojimą, jų apsauga ir suderintos vyno sektoriaus ir žemės ūkio bei maisto produktų normos leidžia jai manyti, kad šie reglamentai taip pat taikytini tokiam naudojimui.

27. Portugalijos vyriausybė priduria, kad šioje byloje žodinis elementas „Champagner“ yra svarbiausias produkto požymis, o žodis „sorbet“ yra bendrinis, t. y. vertinant SKVN naudojimą, į jį neverta atsižvelgti.

B. Dėl antrojo klausimo

28. CIVC taip pat pritaria, kad reikia teigiamai atsakyti ir į antrąjį klausimą. Jis, kaip ir Portugalijos vyriausybė, primena, kad sąvoka „išnaudojimas“ prilygsta bet kurio daikto naudojimui, kai gaunama naudos dėl šios SKVN reputacijos. Taip yra ir šiuo atveju, nes dėl žodžio „šampanas“ įtraukimo produktas naudojasi šios SKVN saugomo putojančio vyno kokybe arba prestižu. Jis atmeta galimybę pagal analogiją taikyti Reglamentą (EB) Nr. 110/2008[12], susijusį tik su spiritiniais gėrimais, kurio taikymo srities teisės aktų leidėjas nenorėjo išplėsti taip, kad ji apimtų ir vynus, tačiau mano, kad Komisijos gairėse galima rasti reikšmingų nuostatų.

29. Kaip ir *Galana NV* bei Prancūzijos vyriausybė, CIVC mano, jog nesvarbu, kad maisto produkto pavadinimas, į kurį įtraukta SKVN, atitinka įprastą formuluotę, dėl kurios jis žinomas visuomenėje. Jei būtų pritarta priešingam teiginiui, SKVN galėtų tapti bendrine, tačiau būtent to siekiama išvengti suteikiant jai apsaugą.

30. CIVC siūlo patikrinti, ar šerbeto sudėtyje esančio šampano kiekio pakanka, kad jis įgytų pagrindinę savybę. Nagrinėjamu atveju taip nėra, nes šerbete neatsiskleidžia esminiai šampano požymiai (smulkūs ir ilgai išliekantys burbuliukai bei jo gaivinantis ir truputį rūgštokas skonis su vaisių prieskoniu). Gaminant maisto produktą naudojamo šampano dalis (12 %) taip pat nepateisina SKVN naudojimo.

31. *Galana NV* nuomone, nuoroda į Reglamento 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį nereikšminga, nes šerbeto pavadinimas atspindi tikrovę, yra aiškus ir neklaidina visuomenės. Šerbeto sudėtyje esančio šampano kiekio pakanka, kad jis suteiktų gaminiui pagrindinę savybę. Be to, maisto produktas atitinka gaires, kuriose patvirtinamas toks požiūris.

32. Anot Prancūzijos vyriausybės, iš principo nedraudžiama SKVN įtraukti į maisto produkto nuorodą kaip jo dalį, jeigu taip nesinaudojama jos reputacija. Kaip ir Komisija, ji pabrėžia, kad pagal Teisingumo Teismo suformuotą jurisprudenciją „išnaudoti“ reiškia tokį naudojimą, kai ūkio subjektas gali nepagrįstai turėti naudos iš atitinkamos geografinės nuorodos reputacijos[13].

33. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi įvertinti, ar įgyvendinti gairėse numatyti reikalavimai, ir prireikus kitus vertinimo kriterijus, kaip antai ūkio subjekto šios SKVN naudojimo proporcingumą, atsižvelgiant į vaizdus ir nuorodas, taip pat spaudos techniką, naudojamus ant produkto pakuotės arba jo reklamoje.

11 2011 m. liepos 14 d. sprendimo (C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484) 55 punktas.

12 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos bei panaikinantis Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 1576/89 (OL L 39, 2008, p. 16, ir klaidų ištaisymas OL L 228, 2009, p. 47).

13 2011 m. liepos 14 d. Sprendimo *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484) 46 punktas ir 2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35) 45 punktas.

34. Portugalijos vyriausybės nuomone, „Champagner Sorbet“ nepagrįstai turi naudos iš SKVN „Champagne“ reputacijos. SKVN turi būti apsaugotos nuo naudojimosi jomis bet kokiais būdais, kad būtų užkirstas kelias jų reputacijos išnaudojimui; pirmiausia turi būti vengiama jų skiriamųjų požymių susilpnėjimo arba išnykimo.

35. Komisija siūlo į antrąjį klausimą atsakyti neigiamai. Ji siūlo nuosekliai aiškinti Reglamentą (ES) Nr. 1151/2012[14] (kuriame užsimenama apie gaires) ir reglamentus Nr. 1169/2011 ir Nr. 110/2008, pirmiausia jo 10 straipsnio 1 dalį, kiek tai susiję su spiritinio gėrimo nuoroda maisto produkto pavadinime. Ji atkreipia dėmesį į aplinkybę, kad nagrinėjamu atveju SKVN „Champagne“ naudojama pagal šias sąlygas ir atsižvelgiant į Reglamento Nr. 1169/2011 9 straipsnio 1 dalies a ir b punktus bei 17 straipsnio 1, 18 ir 22 dalis.

C. Dėl trečiojo klausimo

36. CIVC taip pat siūlo teigiamai atsakyti į šį klausimą. Jo nuomone, kuri iš esmės atitinka Portugalijos vyriausybės poziciją, „Champagner Sorbet“ atkuria SKVN „Champagne“ įvaizdį, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies b punktą, nors šis pavadinimas atitinka įprastą praktiką visuomenėje, o įdėto komponento kiekis yra pakankamas tam, kad suteiktų produktui pagrindinę savybę. Sąvoka „įvaizdžio atkūrimas“ taikytina ir esant situacijai, kai į maisto produkto pavadinimą įtrauktas SKVN, dėl kurio vartotojas šį produktą sieja su šios nuorodos saugomu komponentu.

37. *Galana NV* ir Prancūzijos vyriausybė neigia, kad SKVN „Champagne“ naudojimas nagrinėjamu atveju pripažintinas netinkamu naudojimu, imitavimu ar įvaizdžio atkūrimu. Šios sąvokos reiškia, kad turi būti kopijuojamas produktas arba kad pavadinime turi būti remiamasi SKVN, arba kad į ją turi būti daroma nuoroda, nepaisant to, kad produktas neatitinka specifikacijų, o šiuo atveju kalbama apie tiesioginį SKVN naudojimą.

38. Komisijos nuomone, „Champagner Sorbet“ tikslingai ir tiesiogiai apibūdinama sudėtis, dėl ko užkertamas kelias SKVN įvaizdžio atkūrimui, imitavimui arba jos pasisavinimui kitokiu būdu. Taip pat vartotojas neklaidinamas dėl šerbeto kilmės, nes aiškiai informuojama, kad jo sudėtyje pagrindinė yra iš šio Prancūzijos regiono kilusio šampano dalis.

D. Dėl ketvirtojo klausimo

39. CIVC nuomone, į šį klausimą reikia atsakyti neigiamai. Jis, kaip ir Prancūzijos vyriausybė, tvirtina, kad Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies c punktas taikomas tiek nuorodoms, klaidinančioms dėl produkto pobūdžio, tiek nuorodoms, klaidinančioms dėl pagrindinių produkto savybių.

40. *Galana NV*, kaip ir Komisija, atmeta galimybę taikyti Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies c punktą, nes jis taikytinas tik vyno produktams. Papildomai ji nurodo, kad jo taikymo sritis gali būti suprantama taip plačiai, kad apima ir melagingas ar klaidingas nuorodas, galinčias suklaidinti visuomenę, kuriai skirtas produktas, dėl jo geografinės kilmės.

41. Portugalijos vyriausybės nuomone, melagingos ar klaidingos nuorodos gali sudaryti visuomenei klaidingą įspūdį apie produkto geografinę kilmę, taigi, neturi būti leista naudoti pavadinimų, kuriuose esama tokių nuorodų.

14 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų (OL L 343, 2012, p. 1).

V. Teisinė analizė

A. Dėl pirmojo klausimo

42. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas pirmiausia prašo tiksliau apibrėžti Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunkčio taikymo sritį. Konkrečiau kalbant, jis prašo atsakyti, ar į ją patenka tokios situacijos, kaip nagrinėjamos pagrindinėje byloje, kai SKVN „Champagne“ naudojama kaip šerbeto, kuriame yra tam tikras šio putojančio vyno kiekis, pavadinimo *dalis*.

43. Visos šiame prejudicinio sprendimo priėmimo procese pastabas pateikusios šalys pritaria prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui, kad į jo pirmąjį klausimą reikia atsakyti teigiamai. Nutartyje dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą išdėstytos abejonės iškilo remiantis dalyje Vokietijos teisės doktrinos ginama teorija, kad ši nuostata taikytina tik tada, kai SKVN naudojama nurodant ją *tapačiais* žodžiais. Kai naudojami *panašūs* žodžiai, taikytinas Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies b punktas.

44. Manau, kad šiai teorijai[15] negalima pritarti dėl įvairių priežasčių. Pirma, kaip pažymi Prancūzijos vyriausybė, atsižvelgiant į siekį saugoti SKVN, šiame straipsnyje nustatyta labai plati taikymo sritis. Nebūtų teisinga jos aiškinti taip, kad, pavyzdžiui, į ją nepatenka išverstos SKVN, nes tai prieštarautų draudimui jas naudoti tiesiogiai arba netiesiogiai.

45. Antra, kaip pažymėjo Komisija, Sprendime *Bureau National Interprofessionnel du Cognac*[16] Teisingumo Teismas jau pripažino, kad kai prekių ženklas, kuriame yra geografinė nuoroda arba šią nuorodą atitinkantis pavadinimas ir jos vertimas, buvo įregistruotas produktams (toje byloje nagrinėtu atveju – spiritiniams gėrimams), kurie neatitinka tos nuorodos specifikacijų, yra *tiesioginis* geografinės nuorodos naudojimas komerciniais tikslais.

46. Galiausiai Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkte apibrėžiamas naudojimo būdas (tiesiogiai ir netiesiogiai) ir produktai (panašūs ir skirtingi)[17], dėl kurių galima prieštarauti, remiantis SKVN teikiama apsauga. Panašių produktų atveju SKVN grįstą prieštaravimą reikia pareikšti, kai jie neatitinka specifikacijos, o skirtingų produktų atveju reikia įrodyti, kad jie naudojasi SKVN reputacija. Tačiau 118m straipsnio b punkte (ir tikėtina kituose dviejuose punktuose) kalbama apie tam tikrą nesąžiningą praktiką, nuo kurios SKVN savininkai gali gintis, remdamiesi iš tarptautinių konvencijų, prie kurių prisijungusi ir Europos Sąjunga bei jos valstybės narės[18], išplaukiančiais įpareigojimais. Kalbant apie tokį naudojimą, ketinimas naudotis minėta reputacija yra preziumuojamas.

47. Manau, kad Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktis taikytinas, taigi į pirmąjį prejudicinį klausimą reikia atsakyti teigiamai.

15 Jei teisingai suprantu, šioje teorijoje siūloma Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalį aiškinti taip, kad a punktas taikomas tada, kai SKVN naudojamos tokios, kokios jos įregistruotos, o b punktas susijęs su panašių nuorodų naudojimu, t. y. kai jos daugiau ar mažiau skiriasi nuo įregistruotos SKVN. Žr. nutarties dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą 29 punktą.

16 2011 m. liepos 14 d. sprendimo (C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484) 55 punktas. Nors šis sprendimas priimtas išnagrinėjus Reglamentą Nr. 110/2008, neabejotina, kad galima į jį atsižvelgti pagal analogiją šioje byloje, turint omenyje didelį šio reglamento 16 straipsnio ir Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio tekstų ir tikslų panašumą.

17 C. Le Goffic *La protection des indications géographiques*, leid. LITEC, Paryžius, 2010 m., p. 137.

18 Palyginkite Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies b, c ir d punktų tekstą su 1958 m. spalio 31 d. Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų apsaugos ir jų tarptautinės registracijos (iš dalies pakeistos 1979 m. rugsėjo 28 d.) 3 straipsniu ir Sutarties dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba (TRIPS) (OL L 336,1994, p. 214; OL L 336, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 11 sk., 21 t., p. 305), pateiktos 1994 m. balandžio 15 d. Pasaulio prekybos organizacijos (PPO) steigimo sutarties (OL L 336, 1994, p. 3; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 11 sk., 21 t., p. 82) 1 C priede, 22 straipsniu, kuriame daroma nuoroda į Paryžiaus konvencijos dėl pramoninės nuosavybės saugojimo redakcijos po 1967 m. Stokholme padarytų pakeitimų 10a straipsnį.

B. Dėl antrojo klausimo

48. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas siekia išsiaiškinti, ar SKVN naudojimas kaip produkto specifikacijų neatitinkančio maisto produkto, į kurį buvo įdėta produkto specifikacijas atitinkanti sudedamoji dalis (nagrinėjamu atveju – šampanas), pavadinimo dalies patenka į Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunkčio taikymo sritį, kai:

– maisto produkto pavadinimas atitinka įprastą produktų žymėjimo praktiką atitinkamoje visuomenėje ir

– įdėtos sudedamosios dalies kiekis yra pakankamas tam, kad suteiktų produktui pagrindinę savybę.

49. Apeliacinis teismas padarė išvadą, kad platintojas turėjo *teisėtą interesą* naudoti SKVN „Champagne“ būtent dėl šių motyvų: a) vokiečių kalboje ir kulinarinėje literatūroje „Champagner Sorbet“ yra nusistovėjęs šaldyto deserto, į kurio sudėtį įeina ir prancūziškas putojantis vynas, pavadinimas; ir b) *Galana NV* produkte šampano yra 12 % – tokio kiekio pakanka tam, kad suteiktų šerbetui pagrindinę šio putojančio vyno savybę (konkrečiai – jo skonį).

50. Atrodo, kad *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas, Vokietija) nepritaria tokiam apeliacinio teismo vertinimui, kuriame šis, kaip jis mano, rėmėsi ankstesnio punkto a ir b išvadose aprašytais faktais, neatlikęs reikalingų faktinių aplinkybių vertinimo. Vis dėlto prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas pažymi, kad įmanoma, jog toks *teisėtas interesas* gali būti kildinamas iš Sąjungos teisės aktų, reglamentuojančių ženklinimą etiketėmis [19], aiškinamą kartu su teisės aktais, reglamentuojančiais žemės ūkio ir maisto produktų kokybę [20].

51. Taigi, siekiant atsakyti į antrąjį klausimą, reikia išanalizuoti tiek nuostatas, reglamentuojančias SKVN apsaugą, tiek nuostatas, susijusias su maisto produktų ženklinimu.

1. Dėl naudojimosi SKVN reputacija

52. Tuo atveju, jei (atsakant į pirmąjį klausimą) būtų pripažinta, kad buvo tiesioginis komercinis naudojimas, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas nurodo, kad SKVN „Champagne“ naudojimas atitiktų Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunkčio reikalavimą (t. y. kad buvo naudojamasi šios SKVN reputacija), jeigu atsakovė veiktų vadovaudamasi *teisėtu interesu*.

53. Sprendime *Sekt-Weinbrand* [21] Teisingumo Teismas pažymėjo, jog SKVN funkcija yra informuoti ir užtikrinti, kad konkretus produktas iš tikrųjų turi savybių ir ypatybių dėl to, kad jo kilmė siejama su tam tikru konkrečiu geografiniu regionu. Dar aštuntajame dešimtmetyje buvo reikalaujama, kad būtų dvigubas – erdvės ir kokybės – ryšys, vėliau šis reikalavimas buvo įtrauktas į žemės ūkio ir maisto produktų srities teisės aktus [22], taip pat teisės aktus, susijusius su vyno sektoriumi [23].

19 Konkrečiai kalbant, jis remiasi pagrindinėje byloje nagrinėjamų aplinkybių atsiradimo metu galiojusios Direktyvos 2000/13 5 ir 7 straipsniais (žr. šios išvados 9 ir paskesnius punktus), atsižvelgęs į Reglamento Nr. 1169/2011 9 straipsnio 1 dalies a punktą ir 17 straipsnio reikšmę. Pastaruoju Direktyva 2000/13 buvo panaikinta nuo 2014 m. gruodžio 13 d., taigi šioje byloje ji nebetaikytina *ratione temporis*.

20 Konkrečiai kalbant, Reglamento Nr. 1151/2012, kurio 32 konstatuojamojoje dalyje daroma nuoroda į gaires, 13 straipsnio 1 dalies a ir b punktai.

21 1975 m. vasario 20 d. Sprendimas *Komisija / Vokietija* (C-12/74, EU:C:1975:23).

22 Žr. paaiškinimą dėl SKVN atsiradimo istorijos – generalinio advokato D. Ruiz-Jarabo Colomer išvados byloje *Vokietija ir Danija / Komisija* (C-465/02 ir C-466/02, EU:C:2005:636) 5 ir paskesni punktai.

23 Pavyzdžiui, į 5 išnašoje nurodyto Reglamento (EB) Nr. 479/2008 27 ir 32 konstatuojamąsias dalis. Nors šis teisės aktas jau panaikintas, nežymiai pakeistas šių dviejų konstatuojamųjų dalių tekstas pakartotas Reglamento Nr. 1308/2013 konstatuojamosiose dalyse.

54. Reglamento Nr. 1234/2007, kiek jis susijęs su vynų SKVN, tikslas, yra užtikrinti vartotojui, bet kartu ir atitinkamų nuorodų savininkams, kad saugomi produktai yra aukštos kokybės, kuri pagrįsta jų geografine kilme [24].

55. Kai visas SKVN pavadinimas įtraukiamas į maisto produkto pavadinimą komerciniais tikslais, logiška, kad taip siekiama pasinaudoti saugomos kokybės reputacija. Būtent todėl toks elgesys iš principo pripažintinas neteisėtu.

56. Vis dėlto priimtina, kad asmeniui, įrodančiam teisėtą interesą, būtų galima pasinaudoti SKVN kaip produkto pavadinimo dalimi, kai jis prekiauja savo gaminiais. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas savo klausimą, pateiktą nagrinėjant tiesioginį komercinį panaudojimą, suformulavo būtent remdamasis dichotomija „naudojamasi kilmės vietos nuorodos reputacija / teisėtas interesas“, todėl jei pastarojo trūksta, reikėtų konstatuoti, kad buvo pasinaudota SKVN reputacija.

57. Teisėtas interesas gali kilti tiek iš aplinkybės, susijusios su ankstesne teise (pavyzdžiui, dėl kitos rūšies intelektinės nuosavybės), tiek iš būtinybės paisyti įstatymo imperatyvo. Kaip ir Prancūzijos vyriausybė, manau, kad, atsižvelgiant į šias prielaidas ir neatsižvelgiant į *tiesioginę* prekybinę aplinką, turi būti situacijų, kai tretieji asmenys teisėtai naudoja SKVN [25], t. y. situacijų, kai SKVN naudojimas gali būti priskiriamas *ius usus inocui*.

58. Iš tiesų dėl kitų intelektinės nuosavybės rūšių Teisingumo Teismas pripažino, kad egzistuoja atvejų, kai tretieji asmenys saugomus ženklus ar kūrinius naudoja nepažeisdami jų savininkų teisių. Pavyzdžiui, prekių ženklų teisės srityje jis leido naudoti aprašymą, siekiant apie siūlomos prekės savybes informuoti galimus būsimus klientus, kuriems žinomos atitinkamu prekių ženklu žymimų prekių savybės [26]. Teisingumo Teismas taip pat pripažino leistinu naudojimą, kai vartotojas ženklo nesuvokia kaip nuorodos, kad juo paženklintas prekes pagamino prekių ženklo savininkas [27].

59. Autorių teisių ir gretutinių teisių srityje atsižvelgęs į Direktyvos 20001/29/EB [28] 5 straipsnio 1 ir 5 dalis jis pripažino teisėtomis autorių teisių saugomų kūrinių kopijas podėlyje ir kopijas ekrane [29], trumpalaikius atgaminimo veiksmus, leidžiančius tinkamai funkcionuoti palydoviniam dekoderiui ir televizoriaus ekranui, dėl ko televizijos žiūrovai gali priimti programas, apimančias saugomus kūrinius [30], taip pat rengiamas spaudos straipsnių santraukas, nors autorių teises į juos turintys asmenys nedavė leidimo to daryti [31].

24 Šiuo klausimu remiuosi savo išvados byloje *EUIPO / Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP* (C-56/16 P, EU:C:2017:394) 63 punktu.

25 Turiu omenyje restorano valgiaraštį, kuriame prie desertų nurodytas šampano šerbetas, arba paskelbtą jo gamybos receptą. Per teismo posėdį *Galana* atstovas pateikė kaip pavyzdį šampano taurių reklamą, kurioje vartojamas šis žodžių junginys.

26 2002 m. gegužės 14 d. Sprendimo *Hölterhoff* (C-2/00, EU:C:2002:287) 16 punktas. Byla buvo susijusi su komerciniu sandoriu: M. Hölterhoff pasiūlė klientui pirkti kai kuriuos pusbrangius ir dekoratyvinius akmenis, kuriuos jis pagal formą vadino „Spirit Sun“ ir „Context Cut“, o šie buvo konkurento vardu įregistruoti prekių ženklai.

27 2007 m. sausio 25 d. Sprendimo *Adam Opel* (C-48/05, EU:C:2007:55) 24 punktas ir generalinio advokato D. Ruiz-Jarabo Colomer išvados toje byloje (EU:C:2006:154) 35 ir paskesni punktai. Ši byla buvo susijusi su *Opel* prekių ženklo logotipo naudojimu ant AUTEC (su *Opel* nesusijusios įmonės) parduodamų nuotoliniu būdu valdomų automobilių modelių.

28 2001 m. gegužės 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2001/29/EB dėl autorių teisių ir gretutinių teisių informacinėje visuomenėje tam tikrų aspektų suderinimo (OL L 167, 2001, p. 10; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 230).

29 2014 m. birželio 5 d. Sprendimo *Public Relations Consultants Association* (C-360/13, EU:C:2014:1195) 26 ir 27 punktai.

30 2011 m. spalio 4 d. Sprendimo *Football Association Premier League ir kt.* (C-403/08 ir C-429/08, EU:C:2011:631) 170–172 punktai.

31 2012 m. sausio 17 d. Nutarties *Infopaq International* (C-302/10, EU:C:2012:16) 44 ir 45 punktai.

60. Be kita ko, toks požiūris atitinka suformuotą Teisingumo Teismo praktiką, pagal kurią nauda iš atitinkamos geografinės nuorodos reputacijos turi būti gauta „nepagrįstai“ [32]. Nors šie sprendimai buvo priimti atsižvelgiant į Reglamento Nr. 110/2008 (dėl spiritinių gėrimų geografinių nuorodų) 16 straipsnį, šios nuostatos panašumas su Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punktu pateisina tokio aiškinimo taikymą vynų sektoriuje [33]. Vadinasi, jeigu yra teisėtas interesas, SKVN naudojimas negali būti pripažintas *nepagrįstu*.

61. Grįžkime prie nagrinėjamo atvejo, kur, atsižvelgus į tai, kad *Galana NV* nesirėmė jokia ankstesne teise, reikia nustatyti, ar SKVN „Champagne“ naudojimas jos gaminamo šerbeto pavadinime atitinka įstatymo imperatyvą arba gali būti pripažintas nedarančiu žalos.

2. Dėl teisėto intereso naudoti SKVN

62. Kaip jau paaiškinau, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas pateikia klausimą dėl reikšmės dviejų specifinių elementų, dėl kurių galėtų atsirasti daugybė teisėtų interesų, t. y.: a) maisto produkto pavadinimas atitinka įprastą produktų žymėjimo praktiką tam tikroje visuomenės dalyje; ir b) šerbete esančio šampano kiekis pakankamas tam, kad suteiktų jam pagrindinę savybę.

63. Vadinasi, reikia įvertinti šiuos du elementus atskirai, nepaisant aplinkybės, kad manu, jog tai nėra vieninteliai reikšmingi elementai nustatant, ar buvo nepagrįstai gauta naudos iš SKVN.

a) Produkto pavadinimas, į kurį įtraukta SKVN, ir įprasta visuomenės praktika

64. Visos šalys, išskyrus Komisiją, sutaria, kad Vokietijos vartotojo įprasta praktika nepateisina SKVN „Champagne“ naudojimo pateikiant šerbetą prekyboje. Pripažinti priešingai reikštų šią SKVN paversti bendriniu terminu, kuriuo naudotis galėtų visi ūkio subjektai.

65. Esu tos pačios nuomonės, turėdamas omenyje, kad vienas iš pagrindinių vynų SKVN apsaugos tikslų yra užkirsti kelią jiems tapti bendriniais [34]. Dėl visuotino SKVN naudojimo su ja visiškai nesusijusiems produktams žymėti visuomenė manytų, kad SKVN būdingi pavadinimai gali būti naudojami plačiai, t. y. ir produktams, kilusiems ne iš su SKVN susijusios teritorijos. Tai gali lemti, kad SKVN taptų naudojamos kaip paprasti bendriniai žodžiai, taip pat ir tuo atveju, kai taip nutiktų tik vienoje konkrečioje šalyje. Nereikia pamiršti, kad SKVN apsauga turi būti vienoda visose valstybėse narėse, jos nediferencijuojant pagal tam tikroms iš jų įprastą vartotojų praktiką [35].

66. Teisiniu požiūriu vynų SKVN, kai tik jos įregistruojamos, visam laikui saugomos pagal Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 3 dalį, nors registracija gali būti panaikinta. Pavojus taip pat kiltų jų apsaugai trečiosiose šalys [36], jeigu dėl jų tapimo bendrinėmis SKVN pavadinimai tikrovėje būtų priskirti viešajam sektoriui, nes nuorodos, įgijusios bendrinę reikšmę, neregistruojamos [37]. Todėl reikia ne tik užtikrinti SKVN saugomo vyno gamintojų lūkesčius; itin svarbu tampa užkirsti kelią visuotiniam nuorodų naudojimui.

32 2011 m. liepos 14 d. Sprendimo *Bureau national interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484) 46 punktas; 2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35) 45 punktas.

33 Šiuo klausimu Reglamento Nr. 479/2008, kuriuo 45 straipsnyje buvo įtvirtintas šioje byloje nagrinėjamo 118m straipsnio tekstas, 32 konstatuojamojoje dalyje nurodoma, kad „registruotos kilmės vietos nuorodos <…> turėtų būti saugomos, kad nebūtų *netinkamai* naudojamasi reikalavimus atitinkančių produktų reputacija (išskirta mano).

34 Nukreipiu į mano išvados byloje *EUIPO / Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP* (C-56/16 P, EU:C:2017:394) 87–89 punktus.

35 Per teismo posėdį buvo iškeltas klausimas, kaip reikėtų pakeisti įprastą praktiką tam tikrose valstybėse narėse, kuriose pavadinimai buvo naudojami kaip bendriniai tol, kol priėmus Sąjungos taisykles jie tapo vynų sektoriaus SKVN (šampano atvejis yra puikus pavyzdys). Tai taip pat aktualu kalbant apie Europos SKVN apsaugą už Sąjungos ribų po dvišalių arba tarptautinių sutarčių sudarymo.

36 Nors prie Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų apsaugos ir jų tarptautinės registracijos pridėto Ženevos akto (priimto 2015 m. gegužės 20 d.) 12 straipsnyje irgi numatyta nuolatinė apsauga, ši sutartis dar neįsigaliojo.

37 Taip nustatyta Reglamento Nr. 1234/2007 118k straipsnio 1 dalyje, kuri vėliau pakartota Reglamento Nr. 1308/2013 101 straipsnio 1 dalyje.

67. Nors vienoje ar keliose valstybėse narėse įprasta tam tikrą šerbetą pavadinti žodžių junginiu „Champagner Sorbet“, to nepakanka, kad platintojas turėtų *teisėtą interesą*, kuris jam leistų pateikiant šį produktą prekyboje naudoti SKVN „Champagne“.

b) Sudedamosios dalies, saugomos kaip SKVN, kiekis, pakankamas tam, kad suteiktų produktui pagrindinę savybę

68. Pritariu Komisijos nuomonei, kad šioje byloje reikia aiškinti bendrus Sąjungos teisės aktus, susijusius su maisto produktų ženklinimu (iš esmės tai Direktyva 2000/13 ir iš dalies ją keičiantis Reglamentas Nr. 1169/2011), nes šerbetas, – akivaizdžiai maisto produktas – nesaugomas kaip SKVN [38].

69. Pagal Direktyvą 2000/13 ženklinant maisto produktus turi būti nurodyta „pavadinimas, kuriuo produktas parduodamas; komponentų sąraš[as]; tam tikrų <…> komponentų <…> kiekis“ [39]. „Pavadinimas, kuriuo maisto produktas yra parduodamas“ [40] suprantamas kaip jam taikytinose Sąjungos teisės nuostatose, o jų nesant – nacionalinėse nuostatose, numatytas jo pavadinimas. Jei šiuose dokumentuose tokio pavadinimo nėra, laikytina, kad tai yra „įprastinis jo pavadinimas, paplitęs valstybėje narėje, kur šis produktas yra parduodamas galutiniam vartotojui“.

70. Iš pirmo žvilgsnio atrodo, kad „Champagner Sorbet“ atitinka normas, reglamentuojančias produktų ženklinimą, o tuo remdamasi *Galana NV* turėtų teisėtą interesą taip pavadinti savo maisto produktą. Vis dėlto pagal Reglamento Nr. 1151/2012 13 straipsnio 1 dalies a ir b punktus įregistruotos SKVN taip pat saugomos, kai produktai naudojami kaip sudedamosios dalys. Todėl reikia įvertinti šios apsaugos apimtį.

71. Pagal Direktyvos 2000/13 [41] 6 straipsnio 5 dalį gamintojas į komponentų sąrašą turi įtraukti visus komponentus. Kaip numatyta šios direktyvos [42] 7 straipsnio 4 dalyje, kai komponentas nurodomas „parduodamo [(maisto)] produkto pavadinime“, kaip yra nagrinėjamu atveju, turi būti nurodytas jo kiekis, išreikštas procentais.

72. Nei Direktyvoje 2000/13, nei Reglamente Nr. 1169/2011 tiesiogiai nekalbama apie SKVN saugomus komponentus. Siekdama ištaisyti šią padėtį ir ją patikslinti 2010 m. Komisija paskelbė gaires (į kurias daroma nuoroda Reglamento Nr. 1151/2012 32 konstatuojamojoje dalyje). Jos neturi privalomosios teisinės galios [43], tačiau į jas reikia atsižvelgti, nes jose išreikšta šios institucijos nuomonė.

73. Pagal šias gaires kaip SKVN įregistruotas pavadinimas galėtų būti minimas „parduodamo maisto produkto, kurio sudėtyje yra produktų, kurių pavadinimas įregistruotas, pavadinime ar greta jo, taip pat to maisto produkto etiketėje, jį pristatant ir reklamuojant“, jei laikomasi sąlygų, kurias citavau šios išvados 13 punkte.

74. Nacionaliniai teismai, kurių padėtis palankesnė, kad galėtų įvertinti faktines bylos aplinkybes ir pateikti jų teisinę kvalifikaciją, turi priimti sprendimą, ar šios trys sąlygos tenkinamos šioje byloje. Tik pateiksiu tam tikras mintis, kurios jiems galėtų pagelbėti atliekant šią užduotį.

38 Vyno sektoriaus produktų ženklinimui taikomi Reglamento Nr. 1308/2013 117–123 straipsniai ir Reglamento Nr. 110/2008 nuostatos dėl spiritinių gėrimų geografinių nuorodų. Abu reglamentai yra *lex specialis* maisto produktams taikomos bendros taisyklės atžvilgiu.

39 3 straipsnio 1 dalies 1, 2 ir 3 pastraipos. Reglamente Nr. 1169/2011, galiojančiame nuo 2014 m. gruodžio 13 d., tapati norma yra 9 straipsnio 1 dalies a, b ir c punktai.

40 Direktyvos 2000/13 5 straipsnio 1 dalies a punktas, atitinkantis Reglamento Nr. 1169/2011 17 straipsnį.

41 Ieškovė remiasi Reglamento Nr. 1169/2011 18 straipsnio 1 dalimi. Tokią išvadą galima daryti pagal kriterijus, Teisingumo Teismo nustatytus aiškinant Reglamento Nr. 1308/2013 118 straipsnį.

42 Teisės aktų leidėjas suteikė gamintojui teisę pasirinkti, kurioje vietoje nurodyti komponento kiekį procentais: a) parduodamo produkto pavadinime; b) šalia pavadinimo; arba c) komponentų sąraše. Nagrinėjamu atveju šis sąrašas pateikiamas apatinėje pakuotės dalyje.

43 Šiose gairėse nurodyta, kad jų taikymas savanoriškas ir „[a]iškinant su SKVN ir SGN ar su Ženklinimo direktyva susijusius [Europos Sąjungos] teisės aktus šių gairių negalima laikyti teisiškai įpareigojančiomis“.

75. Pirmąją sąlygą (pagal kurią neturi egzistuoti kitų „panašių [į SKVN saugomą] komponentų“) lengva įvertinti ir ji pakankamai objektyvi. Nepanašu, kad į „Champagner Sorbet“ sudėtyje yra kitų komponentų, panašių į SKVN saugomą putojantį vyną ir galinčių jį pakeisti.

76. Antroji sąlyga (pagal kurią komponento kiekis turi būti pakankamas tam, kad suteiktų maisto produktui pagrindinę savybę) sudėtingesnė. Priešingai CIVC nuomonei, ji reiškia ne tai, kad reikia nustatyti esmines savybes, kuriomis maisto produktas pasižymi dėl jame esančio saugomo komponento, o tai, kad reikia pripažinti, jog šis maisto produktas pasižymi pagrindine savybe, susijusia su SKVN[44].

77. Vis dėlto šios taisyklės irgi nepakanka. Kiekybinis veiksnys ne visada yra reikšmingiausias, siekiant nustatyti, ar maisto produktas pasižymi pagrindine savybe[45]. Paprastai maisto produktai ją įgis dėl SKVN saugomo komponento kvapo ar skonio, tačiau gali būti ir kitų reikšmingų veiksnių[46]. Dar kartą nacionalinis teismas, atsižvelgęs į pateiktus įrodymus[47] ir savo paties aplinkybių vertinimą, turi nuspręsti, ar, įmaišius šampano, šerbetas įgyja pagrindinę savybę, kaip tai suprantama pagal mano ką tik išdėstytą išaiškinimą.

78. Daugiau aiškinimo problemų kyla dėl trečiosios sąlygos. Pirmiausia abejotina, ar ji atitinka Direktyvos 2000/13 7 straipsnio 5 dalį[48]. Bet kuriuo atveju ji suformuluota taip, kad dėl joje numatyto prieveiksmio „geriausiai“, ji netenka net rekomendacinių galių. Vadinasi, procentais išreikštas maisto produkto komponento kiekis tampa veiksniu, kurio svarba turi būti įvertinta atsižvelgiant į pačią Direktyvą 2000/13.

79. Šiomis aplinkybėmis, kartoju, nacionaliniai teismai turi nustatyti, ar komponentas, kuriam taikoma SKVN, įmaišytas į maisto produktą suteikia jam pagrindinę savybę, dėl kurios jis turi būti nurodytas ant pakuotės.

c) Kitų elementų, dėl kurių gali būti naudojamasi SKVN reputacija, buvimas

80. Atsakymas prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui būtų neišsamus, jeigu jame tik būtų konstatuotas platintojo teisėtas interesas, kylantis iš gairių, pagal kurias jam leidžiama ant savo maisto produkto pakuočių nurodyti SKVN saugomus komponentus, laikymosi.

81. Iš tiesų trys šiose gairėse numatytos sąlygos neatskiriamai susijusios su tam tikromis pirminėmis sąvokomis (sąžiningumu ir pirkėjų neklaidinimu), kuriomis remiamasi jų 1.1 punkte, išdėstant jų kontekstą.

44 Komisija visiškai teisingai savo gairėse nepasiūlė vienodos naudojamos dalies procentinės išraiškos. Vis dėlto ji užsimena apie taisyklę, pagal kurią kuo didesnė komponento, kuriam taikoma SKVN, dalis, tuo didesnė tikimybė, kad tas maisto produktas įgyja esminę savybę.

45 Pavyzdžiui, egzistuoja tam tikri kaip SKVN saugomi produktai, pavyzdžiui, tam tikrų rūšių trumai, kurių nedidelį kiekį įmaišius į maisto produktą, juos iškart galima atpažinti dėl kvapo ir ilgai neišnykstančio skonio burnoje.

46 Vadinasi, apie komponentą galima užsiminti ant maisto produkto pakuotės, pačiame „pavadinime, kuriuo jis parduodamas“, arba šalia jo, jeigu maisto produktas taip kvepėjo arba buvo tokio skonio kaip SKVN saugomas komponentas. Vis dėlto, atrodo, negalima atmesti kitų veiksnių, kaip antai tekstūros arba spalvos, nors, manau, jie ne tokie reikšmingi maisto produktų srityje kaip tie du minėti veiksniai.

47 Tokio pobūdžio bylose gali būti naudinga apklausti kulinarijos specialistus, kurie paaiškintų šampano šerbeto savybes, arba remtis išvadomis, pagrįstomis vartotojų tyrimais, atliktais siekiant nustatyti, ar šis šerbetas pasižymi šio putojančio vyno skoniu. Valstybių narių jurisprudencija šiuo klausimu gausi: kiek tai susiję su šampanu, žr. 2013 m. kovo 15 d. *Cour d'appel de Paris* (Paryžiaus apeliacinis teismas, Prancūzija) sprendimą byloje *SAS Euralis Gastronomie / CIVC*, patvirtintą *Cour de cassation* (Aukščiausiasis Teismas, Prancūzija) 2013 m. lapkričio 25 d. sprendimu.

48 Šiame straipsnyje gamintojui, naudojančiam komponentą, kuriam taikoma SKVN, suteikiamos trys galimybės nurodyti šio procentais išreikšto komponento kiekį maisto produkte (žr. šios išvados 12 punktą). Vis dėlto, atrodo, gairėse galimybė šį procentais išreikštą kiekį nurodyti numatyta tik tuo atveju, kai komponentas nepaminėtas pavadinime, kuriuo produktas parduodamas, arba greta jo (mano manymu, „[jei tokio pavadinimo nėra]“). Gamintojui privaloma Direktyva 2000/13, o ne gairės, todėl jam pagal ją suteikiamos galimybės nepasikeitė.

82. Siekiant nuspręsti, ar pasinaudojant SKVN reputacija (jeigu jos reputacija pasinaudota teisėtai) nauda gauta nepagrįstai, analizę būtinai reikia pradėti nuo to, ar SKVN saugomo komponento kiekis yra pakankamas tam, kad suteiktų maisto produktui pagrindinę savybę. Vis dėlto dėl šios aplinkybės SKVN naudojimas aptariamame šerbete netaptų teisėtas, jeigu būtų kitų elementų (be kita ko, ant pakuotės), iš kurių būtų matyti ketinimas pasisavinant SKVN reputaciją pasinaudoti jos prestižu.

83. Šioje byloje vartotojui matomoje pakuotės dalyje matyti, kad ant jam siūlomų „Champagner Sorbet“ kartoninių dėžučių pirmiausiai pavaizduotas kamštis su vieliniu laikikliu, kuriuo jis pritvirtintas prie butelio, pusiau pripildyta taurė ir gėrimas, kuris, tikėtina, yra šampanas. Fone galima labai gerai atpažinti šio prancūziško putojančio vyno butelį.

84. Nemanau, kad vertinant tai, ar maisto produkto gamintojas arba platintojas naudojasi komponento, saugomo kaip SKVN „Champagne“, reputacija, įmanoma neatsižvelgti į šių aplinkybių svarbą [49]. Nacionalinis teismas gali ir turi atsižvelgti į šiuos veiksnius, spręsdamas dėl nepagrįsto naudojimosi SKVN.

85. Reglamente Nr. 1308/2013 ir Direktyvoje 2000/13 [50] siekiama išvengti vartotojo klaidinimo, o Teisingumo Teismas pabrėžė, kad aplinkybė, pagal kurią komponentų sąrašas pateikiamas ant pagrindinėje byloje nagrinėjamo produkto pakuotės, neleidžia savaime atmesti galimybės, kad šio produkto žymėjimas ir gamybos tvarka galėtų būti tokie, kad klaidintų vartotoją [51].

86. Iš tiesų Teisingumo Teismas jau yra nusprendęs, kad vertindamas ant etiketės esančios nuorodos galimybę klaidinti nacionalinis teismas turi iš esmės remtis preziumuojamais paprasto, pakankamai informuoto apie maisto produkto kilmę ir su ja susijusią kokybę, taip pat protingai pastabaus ir nuovokaus šiuo klausimu vartotojo lūkesčiais dėl minėtos nuorodos, nes esminis tikslas yra neklaidinti vartotojų ir neleisti jiems klaidingai manyti, kad produkto kilmė yra visai kita nei iš tikrųjų [52].

87. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turės nustatyti, ar šis vaizdinių elementų panaudojimas ant „Champagner Sorbet“ pakuotės nereiškia siekio nustatyti pernelyg didelį ryšį su SKVN saugomu putojančiu vynu. Kitaip tariant, jis turi atsakyti į klausimą, ar šio maisto produkto komercinis pateikimas slepia siekį susieti jį su putojančiu Šampanės vynu ir sudaryti įspūdį, kad šerbetas turi jo savybių.

C. Dėl trečiojo prejudicinio klausimo

88. Atsakymai į trečiąjį ir ketvirtąjį klausimus gali būti ir nereikalingi, jeigu atsakydamas į antrąjį klausimą *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas, Vokietija) nuspręstų, kad SKVN „Champagne“ buvo naudojamasi nepagrįstai. Bet kuriuo atveju išanalizuosiu šiuos du klausimus.

89. Trečiuoju klausimu trumpai tariant siekiama išsiaiškinti, ar SKVN naudojimas šios bylos aplinkybėmis yra netinkamas pačios SKVN naudojimas, imitavimas arba įvaizdžio atkūrimas.

90. Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies b punkte nurodyta daug komerciškai nesąžiningo pobūdžio veiksmų, kai SKVN naudojama mažėjančiu intensyvumu, pradedant nuo netinkamo naudojimo, toliau imitavimo ir galiausiai įvaizdžio atkūrimo.

49 Per teismo posėdį šalys pripažino, kad pagrindinėje byloje kyla klausimas ne tik dėl SKVN naudojimo šerbeto pavadinime.

50 2 straipsnio 1 dalies a punkto i papunktis

51 2015 m. birželio 4 d. Sprendimo *Teekanne* (C-195/14, EU:C:2015:361) 38 punktas.

52 Ten pat, 36 punktas ir nurodyta jurisprudencija.

91. *Netinkamas naudojimas* reiškia viso SKVN pavadinimo panašiems produktams naudojimą. Man neatrodo, kad taip yra nagrinėjamu atveju, nes šerbetas parduodamas šaldytas, o vynas – ne[53]. Taip pat nemanau, kad galime kalbėti apie *imitavimą*, nes pavadinime „Champagner Sorbet“ įtraukta visas SKVN.

92. Sudėtingiau nustatyti, ar galima kalbėti apie *įvaizdžio atkūrimą*, nes norint tai pripažinti, reikia remtis Teisingumo Teismo jurisprudencija, kurioje buvo įtvirtinti šio trečiojo tipo nesąžiningo elgesio tam tikri teisiniai aspektai[54].

93. Pagal šią jurisprudenciją įvaizdžio apie gaminį atkūrimo sąvoka apima tokį atvejį, kai gaminiui pavadinti vartojamame žodyje yra SKVN *dalis*, todėl vartotojas, susidūręs su gaminio pavadinimu, gali įsivaizduoti prekę, kuriai skirta nuoroda[55].

94. Nuoroda į SKVN dalies naudojimą išplaukė iš faktinių aplinkybių, nagrinėtų kiekvienoje byloje priimtuose atitinkamuose sprendimuose, kuriuose SKVN įvaizdis atkurtas iš dalies pakartojus aptariamų produktų pavadinimus ar prekės ženklus („Gorgonzola / Cambozola“[56], „Parmigiano Reggiano / Parmesan“[57] ir „Verlados / Calvados“[58]).

95. Analizuodamas prekių ženklo, kuriame buvo nurodytas visas elementas „Cognac“, atvejį Reglamento Nr. 110/2008 atžvilgiu Teisingumo Teismas teikė pirmenybę sprendimui jį laikyti „įvaizdžio atkūrimu“, o ne „netinkamu naudojimu“, nors kalba ėjo apie spiritinius gėrimus, kurie neatitiko tos SKVN specifikacijų[59].

96. Taisyklės, sukurtos nagrinėjant spiritinių gėrimų SKVN, gali būti pagal analogiją taikomos Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies b punkte nurodytam įvaizdžio atkūrimui[60]. Reglamento Nr. 1308/2013 92 ir 97 konstatuojamosiose dalyse paaiškinama, kaip SKVN apsauga siekiama ne tik vengti nesąžiningo praktikos ir didinti rinkos skaidrumą bei sąžiningą konkurenciją, bet ir užtikrinti aukštą vartotojų apsaugos lygį.

97. Be to, reikia turėti omenyje jurisprudencijoje nustatytus kriterijus, pagal kuriuos nustatant, ar yra atkuriamas įvaizdis, reikia atsižvelgti į protingo gerai informuoto ir atidaus bei apdairaus vartotojo supratimą, kaip į proporcingumo principo išraišką[61].

98. Remiantis šia jurisprudencija, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui (arba prireikus žemesnių instancijų teismams) reikės dar kartą nuspręsti, ar nagrinėjamu atveju atkuriamas SKVN „Champagne“ įvaizdis[62]. Savo sprendimui pagrįsti jis galės remtis ne tik šerbeto pavadinimu, bet ir kitais mano nurodytais elementais, su kuriais šis maisto produktas pateikiamas parduoti.

53 Gali būti, kad vertinimas skirtųsi, jeigu produkto pavadinimas būtų suformuluotas kitaip, leidžiant vartotojui suprasti, kad kalbama apie šaldytą šampaną, vartojamą kaip šerbetas.

54 Mano išvados byloje *EUIPO / Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP* (C-56/16 P, EU:C:2017:394) 94 ir paskesniuose punktuose taip pat nagrinėjau įvaizdžio apie gaminį atkūrimo sąvoką, kuri toje byloje turėjo būti taikoma, kalbant apie SKVN „Porto / Port“ naudojimą Europos Sąjungos prekių ženkle „Port Charlotte“.

55 2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35) 21 punktas ir jame nurodyta jurisprudencija, susijusi su Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktu.

56 1999 m. kovo 4 d. Sprendimo *Consorcio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115) 25 punktas.

57 2008 m. vasario 26 d. Sprendimo *Komisija / Vokietija* (C-132/05, EU:C:2008:117) 44 punktas.

58 2016 m. sausio 21 d. Sprendimas *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35).

59 2011 m. liepos 14 d. Sprendimo *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484) 58 punktas.

60 Ten pat, 22–27 punktai.

61 2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35) 26–28 punktai.

62 Sprendimo *Viiniverla* 31 punkte Teisingumo Teismas priminė, kad prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi įvertinti, ar pavadinimo „Verlados“ naudojimas obuolių sidro spiritui laikomas saugomos geografinės nuorodos „Calvados“ įvaizdžio atkūrimu, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą.

99. Nenorėdamas prisiimti prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo kompetencijos ir atsižvelgdamas į tai, kad tik jis gali visiškai įvertinti nagrinėjamas aplinkybes, vis dėlto manau, kad dėl šių vaizdinių elementų ant produkto pakuotės šis naudojimas labiau pripažintinas SKVN „Champagne“ įvaizdžio atkūrimu. Pasinaudodami ne vien pavadinimu „Champagner Sorbet“, bet ir šiais elementais, gamintojas ir platintojas siekia sudaryti vartotojui su šia SKVN susijusios kokybės ir prestižo, kurį jie stengiasi išplėsti taip, kad jis apimtų ir šerbetą, įspūdį.

D. Dėl ketvirtojo prejudicinio klausimo

100. *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas, Vokietija) nori išsiaiškinti, ar Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies c punktas taikomas tik melagingų arba klaidinančių nuorodų, atitinkamoje visuomenėje galinčių sukelti klaidingą įspūdį apie geografinę produkto kilmę, atveju.

101. Siekiant geriau suprasti klausimą, reikia grįžti prie nutarties dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą 62 ir paskesnių punktų. Iš jų matyti, kad abejonė kyla dėl CIVC nurodyto argumento, pagal kurį tai yra *bendras* šių nuorodų draudimas, o ne susijęs tik su nuorodomis, kurios visuomenėje gali sukelti klaidingą įspūdį apie geografinę produkto kilmę.

102. Panašu, kad prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas siekia šią nuostatą aiškinti siauriau, t. y. ją taikyti tik atvejais, kai pasinaudojus SKVN visuomenė apgaunama arba suklaidinama dėl produkto kilmės.

103. Vis dėlto manau, kad Bendrijos teisės aktų leidėjas siekė užtikrinti plačią SKVN apsaugą, ir norima ne tik išvengti painiavos dėl produktų kilmės, bet ir pavojaus, kad dėl nediskriminacinio naudojimo SKVN netaptų bendrinės.

104. Reglamento Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalyje pateikta nesąžiningo elgesio hierarchinė sistema, kurią šioje išvadoje jau aptariau. Nors ji apima tik a punkte nurodytus naudojimosi SKVN reputacija veiksmus ir b punkte nurodytus netinkamo naudojimo, imitavimo ar įvaizdžio atkūrimo veiksmus, c punkte apsaugos ribos išplečiamos taip, kad apimtų „nuorodas“ (kitaip tariant vartotojui pateikiama informacija), pateikiamas ant vidinės ar išorinės pakuotės, produkto reklaminėje medžiagoje, kurios, nors iš tiesų neatkuria SKVN įvaizdžio, yra melagingos ar klaidinančios dėl produkto ryšių su jomis.

105. Manau, kad c punkto logika neišsikraipo, jeigu su SKVN *asocijuojama* komercinė informacija apie maisto produktą, kurią vartotojas gauna tiesiogiai, galėtų leisti jam galvoti, kad šis produktas saugomas tiek pat ir tokios pačios kokybės kaip ir SKVN, nors iš tiesų taip nebūtų. Melaginga ar klaidinanti nuoroda gali būti susijusi ne tik su produkto kilme, bet ir su jo esminėmis savybėmis (pavyzdžiui, skoniu).

106. Trumpai tariant, ketvirtajame klausime nurodytos nuostatos užtikrinama apsauga taikoma ne tik tais atvejais, kai vartotojas suklaidinamas dėl produkto geografinės kilmės.

VI. Išvada

107. Dėl visų nurodytų priežasčių siūlau Teisingumo Teismui taip atsakyti į *Bundesgerichtshof* (Aukščiausiasis Federalinis Teismas, Vokietija) pateiktus klausimus:

„1. 2007 m. spalio 22 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 1234/2007, nustatančio bendrą žemės ūkio rinkų organizavimą ir konkrečias tam tikriems žemės ūkio produktams taikomas nuostatas, 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktis taikytinas, kai SKVN „Champagne“ naudojama tokiomis aplinkybėmis, kaip nagrinėjamos pagrindinėje byloje, kad apibūdintų maisto produktą, kuriuo prekiaujama pavadinimu „Champagner Sorbet“.

2. Reglamento (EB) Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį reikia aiškinti taip, kad siekdamas įvertinti, ar maisto produktas „Champagner Sorbet“, kuriame yra 12 % šampano, naudojasi SKVN „Champagne“ reputacija, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi nustatyti, ar yra teisėtas interesas, pateisinantis šios SKVN naudojimą ant produkto pakuotės.

   Aplinkybė, kad komponentas, kuriam taikoma SKVN „Champagne“ apsauga ir kuriuo papildžius maisto produktą šis įgyja pagrindinę savybę, ir aplinkybė, kad pakuotės ir ženklinimo elementai gali paskatinti vartotoją šį produktą susieti su SKVN „Champagne“, yra veiksniai, leidžiantys įvertinti, ar pasinaudota reputacija.

3. Reglamento (EB) Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies b punktas turi būti aiškinamas taip, kad siekdamas nustatyti, ar produktu „Champagner Sorbet“ atkuriamas SKVN „Champagne“, įvaizdis, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi patikrinti, ar, atsižvelgiant į nuorodos aprašymą ir komercinį pateikimą, pakankamai informuotas, protingai pastabus ir nuovokus vidutinis Europos vartotojas gali pagalvoti, kad šiam produktui būdinga su šia SKVN susijusi kokybė ir prestižas.

4. Reglamento (EB) Nr. 1234/2007 118m straipsnio 2 dalies c punktas taikomas ne tik melagingų ar klaidinančių nuorodų, atitinkamai visuomenei galinčių sukelti klaidingą įspūdį apie geografinę produkto kilmę, atveju.“