Сборник съдебна практика

ЗАКЛЮЧЕНИЕ НА ГЕНЕРАЛНИЯ АДВОКАТ
M. CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA
представено на 20 юли 2017 година [1]

Дело C-393/16

Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne
срещу
Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH & Co.OHG, представлявано от **Aldi Süd Dienstleistungs-GmbH,**
с предишно наименование **Aldi Einkauf GmbH & Co.OHG Süd**
встъпила страна **Galana NV**

(Преюдициално запитване, отправено от Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия)

„Преюдициален въпрос — Обща организация на пазарите на селскостопански продукти — Закрила на защитени наименования за произход — Понятия за експлоатиране на репутацията на защитено наименование за произход, за злоупотреба, имитация или позоваване и за невярно или въвеждащо в заблуждение указание — Храна, чието наименование съответства на навиците на съответните потребители — Възможност съответните потребители да бъдат въведени в заблуждение относно географския произход на продукт“

1. Германска верига супермаркети продава сорбет със съдържание на шампанско, който се предлага на пазара под названието „Champagner Sorbet“. Законосъобразно ли е това поведение или производителят и дистрибуторът на посочения сорбет на практика се възползват от репутацията на френското пенливо вино, което има защитено наименование за произход (наричано по-нататък „ЗНП“)?

2. Това най-общо е въпросът, който Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) поставя с преюдициалното си запитване, чийто отговор му е необходим, за да се произнесе по основателността на иск за преустановяване продажбата на сорбета, предявен от Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (наричан по-нататък „CIVC“), защитаващ интересите на посоченото ЗНП.

3. В представено наскоро заключение [2] припомних, че Съдът има богата практика относно ЗНП и защитените географски указания (ЗГУ). Настоящият случай му предоставя възможността да разшири тази практика спрямо случаите, когато пенливо вино (шампанско), ползващо се със ЗНП, се използва като съставка — и се включва в представянето — на хранителен продукт.

1 Език на оригиналния текст: испански.

2 Представено на 18 май 2017 г. по дело EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

4. За да отговори на запитващата юрисдикция, Съдът трябва да вземе предвид посоченото от нея обстоятелство, че в Германия „Champagner Sorbet“ е обичайно използваното название, за да се опише вид замразен десерт със съдържание на шампанско. Освен това той трябва да извърши тълкуване на разнородни разпоредби (от една страна, разпоредбите за ЗНП и от друга страна, тези за етикетирането на хранителни продукти), така че да се постигне баланс между правата на притежателите на ЗНП и тези на производителите на съответната храна, които искат да отразят нейното съдържание върху опаковката.

I. Правна уредба

5. Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) се позовава както на Регламент (ЕО) № 1234/2007[3], така и на Регламент (ЕС) № 1308/2013[4], който отменя първия, въпреки че последният регламент ratione temporis е неприложим към спора в главното производство. Тълкуването на Регламент № 1308/2013 било необходимо, тъй като предявеният иск за преустановяване на нарушение можел да произведе действие pro futuro, при което фактическите обстоятелства трябвало да се преценяват с оглед на неговите разпоредби.

6. Макар да не оспорвам тази гледна точка, ще цитирам само разпоредбите на Регламент № 1234/2007, тъй като същият е приложим към момента на настъпване на спорните факти и тъй като двете относими в случая разпоредби (член 118м от Регламент № 1234/2007 и член 103 от Регламент № 1308/2013) са аналогични. Според мен няма пречка тълкуването на първата от посочените разпоредби да бъде отнесено mutatis mutandis към втората.

1. Регламент № 1234/2007

7. Съгласно член 118м („Закрила“):

„1. Защитените наименования за произход и защитените географски указания могат да се използват от всеки оператор, предлагащ на пазара вино, което е било произведено в съответствие със съответната спецификация на продукта.

2. Защитените наименования за произход и защитените географски указания и вината, използващи тези защитени [означе]ния в съответствие със спецификацията на продукта, се ползват със закрила срещу:

   а) всяка пряка или непряка търговска употреба на защитено [означе]ние:

      i) от сходни продукти, за които не е спазена спецификацията на продукта на защитеното [означе]ние; или

      ii) доколкото подобно използване води до използване на репутацията на наименованието за произход или географското указание;

   б) всякаква злоупотреба, имитация или позоваване, дори ако е посочен истинският произход на продукта или услугата или ако защитеното [означе]ние е преведено или придружено от израз като „стил“, „тип“, „метод“, „както е произведено в“, „имитация“, „с аромат на“, „като“ или друг подобен израз;

3 Регламент на Съвета от 22 октомври 2007 година за установяване на обща организация на селскостопанските пазари и относно специфични разпоредби за някои земеделски продукти (Общ регламент за ООП) (ОВ L 299, 2007 г., стр. 1).

4 Регламент на Европейския парламент и на Съвета от 17 декември 2013 година за установяване на обща организация на пазарите на селскостопански продукти и за отмяна на регламенти (ЕИО) № 922/72, (ЕИО) № 234/79, (ЕО) № 1037/2001 и (ЕО) № 1234/2007 (ОВ L 347, 2013 г., стр. 671).

в) всяко друго невярно или въвеждащо в заблуждение [указание за] мястото, откъдето произхожда продуктът, произхода, естеството или основни свойства на продукта, върху вътрешната или външната опаковка, рекламни материали или документи, свързани със съответния продукт от вино, както и опаковането на продукта в контейнер по начин, който може да създаде невярна представа за неговия произход;

г) всяка друга практика, която би могла да въведе в заблуждение потребителите относно истинския произход на продукта.

3. Защитените наименования за произход или защитените географски указания не стават родови в Общността по смисъла на член 118к, параграф 1.

[…]“.

8. Съображение 97 от Регламент № 1308/2013, в което се възпроизвежда съображение 32 от Регламент № 479/2008[5], съдържащ разпоредбите за закрила на наименованията за произход, включени в Регламент № 1234/2007 с Регламент № 491/2009[6], гласи следното:

„Регистрираните наименования за произход и географски указания следва да се ползват с правна закрила срещу използване, с което се извличат предимства от репутацията на продукти, които спазват изискванията. С цел да се насърчи лоялната конкуренция и да не се въвеждат в заблуждение потребителите, споменатата правна закрила следва да се разпростре и върху продукти и услуги, които не са обхванати от настоящия регламент, включително онези, които не са посочени в приложение I към Договорите“.

2. Директива 2000/13/ЕО[7]

9. В областта на етикетирането на храните действащата правна уредба към момента на настъпване на спорните обстоятелства е посочената директива, с която е озаглавен настоящият раздел[8]. Член 3, параграф 1 от тази директива, в относима към случая част, гласи:

„1. Етикетирането на храните съдържа, при условията и с уговорката за дерогиранията, предвидени в членове 4—17, само следните задължителни указания:

1) търговското наименование;

2) списъка на съставките;

3) количеството определени съставки или категории съставки в съответствие с член 7;

[…]“.

5 Регламент на Съвета от 29 април 2008 година относно общата организация на пазара на вино, за изменение на регламенти (ЕО) № 1493/1999, (ЕО) № 1782/2003, (ЕО) № 1290/2005 и (ЕО) № 3/2008 и за отмяна на регламенти (ЕИО) № 2392/86 и (ЕО) № 1493/1999 (ОВ L 148, 2008 г., стр. 1).

6 Регламент на Съвета от 25 май 2009 година за изменение на Регламент (ЕО) № 1234/2007 за установяване на обща организация на селскостопанските пазари и относно специфични разпоредби за някои земеделски продукти (ОВ L 154, 2009 г., стр. 1).

7 Директива на Европейския парламент и на Съвета от 20 март 2000 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно етикетирането, представянето и рекламата на храните (ОВ L 109, 2000 г., стр. 29; Специално издание на български език, 2007 г., глава 15, том 6, стр. 9).

8 На практика тази директива е в сила до 13 декември 2014 г., т.е. повече от две години след настъпване на фактите в главното производство, съгласно отменителната разпоредба на Регламент (ЕС) № 1169/2011 на Европейския парламент и на Съвета от 25 октомври 2011 година за предоставянето на информация за храните на потребителите, за изменение на регламенти (ЕО) № 1924/2006 и (ЕО) № 1925/2006 на Европейския парламент и на Съвета и за отмяна на Директива 87/250/ЕИО на Комисията, Директива 90/496/ЕИО на Съвета, Директива 1999/10/ЕО на Комисията, Директива 2000/13/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, директиви 2002/67/ЕО и 2008/5/ЕО на Комисията и на Регламент (ЕО) № 608/2004 на Комисията (ОВ L 304, 2011 г., стр. 18).

10. В член 5, параграф 1 се предвижда:

„1 Търговското наименование на дадена [хранителна] стока е наименованието, предвидено в общностните разпоредби, които се прилагат за нея.

а) Поради липсата на общностни разпоредби, търговското наименование е наименованието, предвидено в законите, подзаконовите актове и административните разпоредби, приложими в държавата членка, в която продуктът се продава на крайния потребител или на заведенията за обществено хранене.

При липса на такова, търговското наименование се състои от обичайното наименованието в държавата членка, в която се продава на крайния потребител или на заведенията за обществено хранене, или от описанието на храната и ако е необходимо, на нейната употреба, което да е достатъчно ясно, за да позволи на купувача да определи истинския ѝ вид и да я отличи от други продукти, с които може да бъде объркана.

[…]“.

11. Член 6, параграф 5 гласи:

„Списъкът на съставките включва всички съставки на храната, изброени в низходящ ред на теглото им към момента на тяхното използване. Той се предхожда от съответно обозначение, съдържащо думата „състав“.

[…]“.

12. В член 7, параграфи 1 и 5 се предвижда:

„1. Количеството на дадена съставка или на категория от съставки, използвани при производството или приготвянето на храна, се обявява в съответствие с настоящия член.

[…]

5. Обозначението, посочено в параграф 1, се съдържа във или непосредствено до търговското наименование на храната или в списъка на съставките във връзка с въпросната съставка или категория от съставки“.

3. Насоки за етикетиране на храните, в чийто състав влизат продукти, регистрирани като защитени наименования за произход (ЗНП) и защитени географски указания (ЗГУ)[9]

13. Точка 2.1., („Препоръки относно използването на регистрираното наименование“), гласи:

„1. Според Комисията наименование, регистрирано като ЗНП или ЗГУ, може законно да бъде посочено сред съставките на дадена храна.

9 Съобщение на Комисията (ОВ C 341, 2010 г.; наричано по-нататък „Насоките“).

2. Освен това, Комисията смята, че наименование, регистрирано като ЗНП или ЗГУ, може да се упомене в или близо до търговското наименование на храната, включваща продукти с регистрирано наименование, както и при етикетирането, представянето и рекламирането на тази храна, ако са изпълнени следните условия:

— уместно би било такива храни да не съдържат никакви други „сходни съставки“, т.е. да не съдържат други съставки, които да заместват изцяло или частично съставката, регистрирана като ЗНП или ЗГУ. Според Комисията пример за „сходна съставка“, без претенции за изчерпателност, е сиренето със сини жилки (познато като „синьо сирене“), което е сходно със сиренето „Рокфор“,

— освен това тази съставка трябва да се използва в достатъчно количество, за да придава отличителност на въпросната храна. Поради голямата разнородност на случаите обаче Комисията не предлага универсално приложим минимален процент на съдържание. Например в някои случаи действително е възможно използването в някоя храна на минимално количество подправка, регистрирана като ЗНП или ЗГУ, да е достатъчно, за да добие въпросната храна отличителност. За сметка на това използването в някоя храна на малки количества месо, регистрирано като ЗНП или ЗГУ, a priori не би могло да придаде на храната някаква отличителност,

— и накрая, процентното съдържание на дадена съставка, регистрирана като ЗНП или ЗГУ, в идеалния случай би трябвало да е посочено в или близо до търговското наименование на въпросната храна или в съдържанието, до въпросната съставка“.

II. Фактите в главното производство и преюдициалните въпроси

14. В края на 2012 г. Aldi Süd — дружество дистрибутор на храни и други потребителски стоки в супермаркети — пуска за продажба произведен от Galana NV [10] продукт с название „Champagner Sorbet“, чийто състав включва 12 % шампанско. Опаковката на този продукт изглежда по следния начин:



15. CIVC предявява пред Landgericht München (Областен съд Мюнхен, Германия) иск срещу Aldi Süd за преустановяване на употребата на ЗНП „Champagne“ с предлагания от него замразен продукт, тъй като я счита за нарушение на това ЗНП.

16. Осъдителният иск, който се основава на член 118м от Регламент № 1234/2007, е уважен от първоинстанционния съд, но е отхвърлен от Oberlandesgericht München (Върховния областен съд Мюнхен, Германия) във въззивното производство.

10 Galana NV е подпомагаща ответника встъпила страна в главното производство.

17. CIVC обжалва решението на въззивната инстанция пред запитващата юрисдикция. Последната е склонна да приеме, че употреба на ЗНП „Champagne“ за замразен продукт попада в приложното поле на член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент № 1234/2007, тъй като терминът „шампанско“ се използва с търговска цел за обозначаването на десерт, който не съответства на спецификациите на вината, обхванати от ЗНП „Champagne“.

18. Освен това запитващата юрисдикция отбелязва, че репутацията на ЗНП „Champagne“ може да оказва положително въздействие в израза „Champagner Sorbet“. Въпреки това тя изпитва съмнение дали е налице възползване от ЗНП по смисъла на член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент № 1234/2007, като се има предвид, че този израз съответства на навиците на потребителите при обозначаването на десерта със съдържание на вино от областта Champagne, чието количество е достатъчно, за да придаде на този десерт отличителност. Следователно би могло да се приеме, че не е налице използване на репутацията на ЗНП, ако — както е приела въззивната инстанция — съществува законен интерес от употребата на защитеното наименование.

19. Предвид възможността искът на CIVC да бъде основан на член 118м, параграф 2, буква б) от Регламент № 1234/2007, запитващата юрисдикция изпитва също и съмнението дали използването на ЗНП може да съставлява злоупотреба, имитация или позоваване с неправомерен характер. Същата отбелязва, че за целта това използване трябва да бъде неправомерно, поради което, при наличието на законен интерес, който го обосновава, ЗНП нямало да бъде нарушено.

20. На последно място, във връзка с довода на CICV, че Aldi Süd използва указанието „Champagner Sorbet“ по начин, който въвежда в заблуждение по смисъла на член 118м, параграф 2, буква в) от Регламент № 1234/2007, запитващата юрисдикция иска да се установи дали в приложното поле на посочената разпоредба попадат единствено случаите, когато заблуждаващото указание създава у потребителите погрешна представа относно географския произход на продукта, или същата обхваща заблуждаващите указания относно основните свойства на продукта.

21. При тези обстоятелства Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) поставя на Съда следните въпроси:

„1) Трябва ли член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент (ЕО) № 1234/2007 и член 103, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент (ЕС) № 1308/2013 да се тълкуват в смисъл, че тези разпоредби са приложими и в случаите на употреба на защитеното наименование за произход като част от наименованието на храна, която не съответства на спецификациите на продукта, но в която е добавена съставка, съответстваща на тези спецификации?

2) При утвърдителен отговор на първия въпрос:

Трябва ли член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент (ЕО) № 1234/2007 и член 103, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент (ЕС) № 1308/2013 да се тълкуват в смисъл, че употребата на защитено наименование за произход като част от наименованието на храна, която не съответства на спецификациите на продукта, но в която е добавена съставка, съответстваща на тези спецификации, представлява експлоатиране на репутацията на наименованието за произход, когато наименованието на храната съответства на обичайното наименование, използвано от съответните потребители, и съставката е добавена в достатъчно количество, за да придава отличителност на продукта?

3) Трябва ли член 118м, параграф 2, буква б) от Регламент (ЕО) № 1234/2007 и член 103, параграф 2, буква б) от Регламент (ЕС) № 1308/2013 да се тълкуват в смисъл, че употребата на защитено наименование за произход при описаните във втория преюдициален въпрос обстоятелства представлява злоупотреба, имитация или позоваване?

4) Трябва ли член 118м, параграф 2, буква в) от Регламент (ЕО) № 1234/2007 и член 103, параграф 2, буква в) от Регламент (ЕС) № 1308/2013 да се тълкуват в смисъл, че са приложими само по отношение на неверни или въвеждащи в заблуждение указания, които могат да създадат невярна представа у съответните потребители относно географския произход на даден продукт?“.

III. Производството пред Съда

22. Актът за преюдициално запитване е постъпил в секретариата на Съда на 14 юли 2016 г.

23. Писмени становища са представили CIVC, Galana NV, правителствата на Франция и Португалия, както и Европейската комисия.

24. На 18 май 2017 г. е проведено открито съдебно заседание по делото, на което се явяват представителите на CIVC, Galana NV, френското правителство и Комисията.

IV. Кратко представяне на становищата на страните

1. По първия въпрос

25. Всички страни са на мнение, че на първия преюдициален въпрос трябва да бъде отговорено утвърдително. Според CIVC, разпоредбите на Съюза защитават ЗНП срещу всяка пряка или непряка търговска употреба, която се възползва от тяхната репутация. Тази защита обхваща използването на ЗНП било чрез включването му в названието на даден продукт, било чрез означаването на хранителен продукт, който не съответства на съответните спецификации. Позовавайки се на решение Bureau National Interprofessionnel du Cognac[11], CIVC твърди, че пряка търговска употреба на ЗНП „Champagne“ е налице, когато то се възпроизвежда — в този си вид или в превод — като част от израза „Champagner Sorbet“.

26. Според френското правителство, въпреки че в приложимите норми не се споменава изрично употребата на ЗНП като съставки, тяхната защита и връзката между разпоредбите в сектора на вината и тези относно селскостопанските продукти и храните го карат да счита, че посочените норми са приложими и спрямо тази употреба.

27. Португалското правителство допълва, че в разглеждания случай „Champagner“ е най-значимият словен елемент на продукта, докато „сорбет“ е родово понятие, т.е. същото е без значение за преценката относно използването на ЗНП.

11 Решение от 14 юли 2011 г. (C-4/10 и C-27/10, EU:C:2011:484, т. 55).

2. По втория въпрос

28. Според CIVC, на втория въпрос също трябва да бъде отговорено утвърдително. Също като португалското правителство той припомня, че понятието „възползване“ е равносилно на употреба или използване на каквото и да било, стига да е налице облагодетелстване от репутацията на ЗНП. Такъв бил случаят със сорбета, който, чрез включването на понятието „шампанско“, щял да се ползва от представата за качество или от репутацията на това пенливо вино, защитено със ЗНП. CIVC отхвърля прилагането по аналогия на член 10, параграф 1 от Регламент (ЕО) № 110/2008 [12], тъй като същият се отнася за спиртните напитки и законодателят е предпочел да не разпростира действието му спрямо вината, но открива относими елементи в Насоките на Комисията.

29. Също като Galana NV и френското правителство, CIVC счита за неотносимо обстоятелството, че наименованието на хранителен продукт, включващо ЗНП, съвпада с обичайното название, с което е познат на потребителите. Да се приеме обратното, би означавало да се създаде риск ЗНП да се превърне в родово понятие в противоречие с това, което неговата защита цели да не допусне.

30. CIVC настоява за проверката дали количеството шампанско, съдържащо се в сорбета, е достатъчно, за да придаде на същия отличителност. В разглеждания случай не било така, тъй като отличителните свойства на шампанското (неговите мехурчета — фини и трайни, както и неговия вкус — освежаващ, плодов и леко кисел) липсват при сорбета. Пропорцията на използвано шампанско при производството на храната (12 %) също не обосновавало употребата на ЗНП.

31. Galana NV счита, че няма основание за прибягване до член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент № 1234/2007, тъй като названието „сорбет“ съответства на действителността, ясно е и не въвежда в заблуждение потребителите. Добавеното като съставка количество шампанско било достатъчно, за да придаде на сорбета отличителност. Освен това хранителният продукт е съобразен с Насоките и те потвърждавали неговия подход.

32. Според френското правителство използването на ЗНП като част от названието на хранителен продукт по принцип не е забранено, тъй като това само по себе си не е равнозначно на възползване от репутацията на това ЗНП. Също като Комисията френското правителство твърди, че съгласно практиката на Съда „възползване“ означава употреба, при която операторът се възползва по неправомерен начин от репутацията на географско указание за произход [13].

33. Националната юрисдикция трябва да прецени дали условията на Насоките са изпълнени и евентуално да вземе предвид други критерии, като например пропорционалния характер на използването на съответното ЗНП от страна на икономическия оператор чрез изображения и споменаване, както и използвания шрифт върху опаковката или рекламата на продукта.

34. Според португалското правителство „Champagner Sorbet“ се възползва по неправомерен начин от репутацията на ЗНП „Champagne“. ЗНП трябва да бъдат защитавани срещу всяка форма на употреба, като не се допуска използването на тяхната репутация; по-конкретно, не трябва да се допуска отслабване или размиване на тяхната отличителна сила.

12 Регламент на Европейския парламент и на Съвета от 15 януари 2008 г. относно определението, описанието, представянето, етикетирането и защитата на географските указания на спиртните напитки и за отмяна на Регламент (ЕИО) № 1576/89 на Съвета (ОВ L 39, 2008 г., стр. 16)

13 Решения от 14 юли 2011 г., Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 и C-27/10, EU:C:2011:484, т. 46) и от 21 януари 2016 г., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, т. 45).

35. Комисията предлага на втория въпрос да бъде отговорено отрицателно. Тя подкрепя съгласуваното тълкуване на Регламент (ЕС) № 1151/2012[14] (в който се посочват Насоките) и регламенти № 1169/2011 и № 110/2008, по-конкретно, на член 10, параграф 1 от последния, що се отнася до споменаването на спиртна напитка в названието на хранителен продукт. Комисията обръща внимание, че в случая употребата на ЗНП „Champagne“ отговаря на тези изисквания, както и на член 9, параграф 1, букви а) и б), член 17, параграф 1, член 18 и член 22 от Регламент № 1169/2011.

3. По третия въпрос

36. CIVC предлага и на третия въпрос да бъде отговорено утвърдително. Според становището му, което по същество съвпада с това на португалското правителство, „Champagner Sorbet“ се позовава на ЗНП „Champagne“ по смисъла на член 118м, параграф 2, буква б) от Регламент № 1234/2007, независимо дали този израз съответства на навиците на потребителите и дали съставката е добавена в количество, което е достатъчно за да придаде на сорбета отличителност. Понятието „позоваване“ обхващало хипотезата, в която наименованието на хранителния продукт включва ЗНП, карайки потребителя да свързва продукта със съставката, обхваната от това ЗНП.

37. Според Galana NV и френското правителство употребата в случая на ЗНП „Champagne“ не представлява злоупотреба, имитация или позоваване. Тези понятия предполагали възпроизвеждане на продукта или на термините, стоящи в основата на ЗНП, или пък позоваване на същото, без да е налице съответствие с неговите спецификации, докато тук ставало въпрос за пряка употреба на ЗНП.

38. Според Комисията „Champagner Sorbet“ описва съзнателно и пряко съдържанието и това изключва каквото и да било позоваване, имитация или друга форма на присвояване на ЗНП. Не е налице въвеждане в заблуждение на потребителите и относно произхода на сорбета, тъй като ясно е посочено, че същият съдържа значително количество шампанско, произхождащо от въпросния френския регион.

4. По четвъртия въпрос

39. CIVC счита, че на този въпрос трябва да бъде отговорено отрицателно. Според него, както и според френското правителство, член 118м, параграф 2, буква в) от Регламент № 1234/2007 обхваща както неверните указания за естеството на продукта, така и неговите основни свойства.

40. Galana NV, също като Комисията, не допуска възможността член 118м, параграф 2, буква в) от Регламент № 1234/2007 да се окаже приложим, тъй като посочената разпоредба се отнасяла само за лозаро-винарските продукти. При условията на евентуалност счита, че тази разпоредба обхваща неверните или въвеждащи в заблуждение указания, които може да създадат у потребителите погрешна представа относно географския произход на съответния продукт.

41. Според португалското правителство неверните или въвеждащи в заблуждение указания може да създадат у потребителите погрешна представа относно географския произход на съответния продукт; то счита, че названията, в които се използват такива указания, не трябва да бъдат разрешавани.

14 Регламент на Европейския парламент и на Съвета от 21 ноември 2012 г. относно схемите за качество на селскостопанските продукти и храни (ОВ L 343, 2012 г., стр. 1).

V. Правен анализ

1. По първия въпрос

42. На първо място, запитващата юрисдикция иска да се уточни приложното поле на член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент № 1234/2007. Тя по-конкретно иска да бъде изяснено дали посочената разпоредба обхваща хипотези като разглежданата в главното производство, в която ЗНП „Champagne“ представлява *част* от названието на сорбет, който съдържа определено количество от това пенливо вино.

43. Всички страни в преюдициалното производство споделят становището на запитващата юрисдикция, че на първия въпрос трябва да бъде отговорено утвърдително. Изложените в акта за преюдициално запитване съмнения са възникнали по повод становището, застъпено от част от германската доктрина, че посочената разпоредба е приложима само при възпроизвеждане на ЗНП в *идентичен* вид. Възпроизвеждането му в *сходен* вид обаче попадало в приложното поле на член 118м, параграф 2, буква б) от Регламент № 1234/2007.

44. Считам, че това становище[15] не следва да бъде възприемано, поради няколко причини. На първо място, както отбелязва френското правителство, посочената разпоредба се характеризира с едно доста широко приложно поле, съответстващо на преследваната с нея защита на ЗНП. Тълкуване, при което например от обхвата ѝ се изключва използване на преведено ЗНП, не би било съответстващо, тъй като би се нарушила забраната за всяка пряка или непряка употреба.

45. На второ място, както Комисията посочва, в решение Bureau National Interprofessionnel du Cognac[16] Съдът вече е приел, че използването на марка, която съдържа или се състои от географско указание или от понятие, което съответства на това указание, и от неговия превод, за продукти (в случая спиртни напитки), които не отговарят на съответните спецификации, представлява *пряка* търговска употреба на това географско указание.

46. На последно място, в член 118м, параграф 2, буква а) от Регламент № 1234/2007 се посочват различните видове употреба (пряка и непряка) и продуктите (сходни и различни)[17], на които може да бъде противопоставена защитата, предоставена от ЗНП. При сходните продукти ЗНП може да им бъде противопоставено, ако същите не отговарят на съответните спецификации, докато за продуктите, които не са сходни, трябва да бъде доказано, че същите се възползват от репутацията на ЗНП. От своя страна, буква б) — и евентуално следващите две — се отнасят до някои хипотези на нелоялно поведение, срещу което притежателите на ЗНП могат да се защитят в съответствие със задълженията, произтичащи от международните споразумения, по които Европейският съюз и държавите членки са страни[18]. В тези случаи се предполага намерението за експлоатация на посочената репутация.

15 Ако правилно разбирам, същото предлага тълкуване на член 118м, параграф 2 от Регламент № 1234/2007, съгласно което буква а) е приложима спрямо употреба на ЗНП по начина, по който същото е регистрирано, докато буква б) се отнася до използването на сходни наименования, които малко или много се различават от регистрираното ЗНП. Вж. точка 29 от акта за преюдициално запитване.

16 Решение от 14 юли 2011 г. (C-4/10 и C-27/10, EU:C:2011:484, т. 55). Макар това решение да е постановено във връзка с Регламент № 110/2008, то несъмнено може да се приложи по аналогия към разглеждания случай с оглед на сходството, както буквално, така и телеологично, между член 16 от този регламент и член 118м от Регламент № 1234/2007.

17 *Le Goffic*, C. La protection des indications géographiques. ed. LITEC, Paris, 2010, p. 137.

18 Срв. член 118м, параграф 2, букви б), в) и г) от Регламент № 1234/2007 с член 3 от Лисабонската спогодба за закрила на наименованията за произход и тяхната международна регистрация (изменена на 28 септември 1979 г.) и с член 22, параграф 2, буква б) от Споразумението за свързаните с търговията аспекти на правата върху интелектуалната собственост (ТРИПС) от 15 април 1994 г. (ОВ L 336, 1994 г., стр. 214; Специално издание на български език, 2007 г., глава 11, том 10, стр. 228), съставляващо приложение 1 В от Споразумението за създаване на Световната търговска организация (СТО) (ОВ L 336, 1994 г., стр. 3; Специално издание на български език, 2007 г., глава 11, том 10, стр. 5), който препраща към член 10, второ, от Парижката конвенция за закрила на индустриалната собственост, в редакцията след изменението ѝ през 1967 в Стокхолм.

47. Ето защо, считам член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент № 1234/2007 за приложим, което предполага на първия въпрос да бъде отговорено утвърдително.

2. По втория преюдициален въпрос

48. Запитващата юрисдикция иска да разбере дали употребата на ЗНП като част от названието на храна, която не съответства на спецификациите на продукта, но в която е добавена съставка (в случая — шампанско), отговаряща на тези спецификации, е обхванатата от забраната на член 118, параграф 2, буква а), подточка ii) в случаите, когато:

– наименованието на храната съответства на навиците на съответните потребители и

– количеството на добавената съставка е достатъчно, за да придаде отличителност на продукта.

49. Въззивната инстанция е приела, че дистрибуторът има *законен интерес* от употребата на ЗНП „Champagne“, по-специално поради следните причини: а) в немския език и в националната готварска литература „Champagner Sorbet“ е обичаен израз за обозначаване на замразен десерт, за приготвянето на който е необходимо френското пенливо вино, и б) продуктът на Galana NV съдържа 12 % шампанско, което количество е достатъчно, за да придаде на сорбета отличителност, свързана с това пенливо вино (по-конкретно, с неговия вкус).

50. Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) изглежда не споделя изводите на въззивната инстанция, която според него е възприела посочените в букви а) и б) на предходната точка обстоятелства, без да извърши необходимите фактически преценки. Въпреки това запитващата юрисдикция отбелязва, че такъв *законен интерес* би могъл да се изведе от правната уредба на Съюза относно етикетирането [19], анализирана заедно с разпоредбите относно качеството на селскостопанските продукти и храни [20].

51. Следователно, за да се отговори на втория преюдициален въпрос, трябва да се разгледат както разпоредбите относно закрилата на ЗНП, така и тези относно етикетирането на хранителните продукти.

1. *Относно използването на репутацията на ЗНП*

52. Запитващата юрисдикция признава, че ако бъде прието наличието на пряка търговска употреба (в отговор на първия въпрос), използването на ЗНП „Champagne“ ще попада в хипотезата на член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент № 1234/2007 (т.е. ще е налице използване на репутацията на това ЗНП), ако ответникът няма законен интерес от това.

19 По-конкретно, има предвид членове 5 и 7 от Директива 2000/13 в сила към датата на настъпване на фактите (вж. т. 9 и сл. от настоящото заключение), независимо от тълкувателното значение на член 9, параграф 1, буква а) и член 17 от Регламент № 1169/2011. Последният отменя Директива 2000/13, считано от 13 декември 2014 г., и следователно в случая е неприложим ratione temporis.

20 По-конкретно член 13, параграф 1, букви а) и б) от Регламент № 1151/2012, съображение 32 от който препраща към Насоките.

53. След решение Sekt-Weinbrand [21], Съдът е конкретизирал функцията на ЗНП: да информира и гарантира, че означеният продукт действително притежава качества и характеристики, дължащи се на географското място на неговия произход. Още през седемдесетте години е съществувало изискване за двойна пространствено-качествена връзка, което впоследствие е възприето в правната уредба в областта на селскостопанските продукти и храни [22] и в правната уредба в лозаро-винарския сектор [23].

54. Целта на Регламент № 1234/2007, що се отнася до ЗНП на вина, е да гарантира на потребителя, а от друга страна, и на притежателите на съответните наименования, че защитените с тях стоки са с високо качество поради географския си произход [24].

55. Когато се извършва с оглед предлагане на пазара на хранителен продукт, включването *на цялото* название на ЗНП в тази храна само по себе си има за цел да се възползва от престижа и репутацията на защитеното качество. От това следва, че подобно действие поначало трябва да се счита за незаконно.

56. Същевременно в търговията с обработени стоки е допустимо лице, което докаже, че има законен интерес, да използва ЗНП като част от названието на своя продукт. Запитващата юрисдикция формулира своя въпрос относно пряката търговска употреба именно въз основа на противопоставянето „използване, което експлоатира репутацията на ЗНП/законен интерес“, така че, ако последният отсъства, ще бъде налице възползване от репутацията.

57. Законният интерес може да произтича било от притежаването на предходни права (например друг вид право на интелектуална собственост), било от изпълнението на законова разпоредба. Дори извън тези хипотези, както и извън *непосредствената* обкръжаваща търговска среда, също като френското правителство считам, че трябва да съществуват отделни случаи, при които използването на ЗНП от трети лица е законно [25], т.е. положения, при които употребата на ЗНП би могла да бъде обхваната от един вид ius usus inocui.

58. Всъщност по отношение на други видове интелектуална собственост Съдът е признал използването в изолирани случаи на знаци или защитени произведения от трети лица без да се нарушават правата на техните притежатели. Така в областта на правото на търговските марки той допуска използването за описателни цели, представящо характеристиките на съответния продукт, който се предлага за продажба на потенциални клиенти, запознати с характеристиките на стоките, които са обозначени с търговската марка [26]. Съдът също така допуска употреба, при която потребителите не възприемат съответния знак като указване, че обозначените с него продукти произхождат от притежателя на марката [27].

21 Решение от 20 февруари 1975 г., Комисия/Германия (12/74, EU:C:1975:23).

22 Вж. обяснението относно произхода на ЗНП в заключението на генерален адвокат Ruiz-Jarabo Colomer по дело Германия и Дания/Комисия (C-465/02 и C-466/02, EU:C:2005:636, т. 5 и сл).

23 Например съображения 27 и 32 от Регламент (ЕО) № 479/2008, посочен в бележка под линия 5. Въпреки че този нормативен акт вече е отменен, текстът на тези две съображения, макар и леко променен, се съдържа в Регламент № 1308/2013.

24 В този смисъл препращам към точка 63 от заключението ми по дело EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

25 Сещам се за менюто в ресторант, в което сред десертите фигурира сорбет с шампанско, или за публикувана рецепта за неговото приготвяне. По време на съдебното заседание представителят на Galana даде за пример рекламата на чаши (тесни и високи) за шампанско, в която се използва този термин.

26 Решение от 14 май 2002 г., Hölterhoff (C-2/00, EU:C:2002:287, т. 16). Същото се отнася за търговски преговори, в рамките на които г-н Hölterhoff предложил на клиент да му продаде полускъпоценни и декоративни камъни, шлифовани по начин, който нарекъл „Spirit Sun“ и „Context Cut“ — марки, регистрирани на името на негов конкурент.

27 Решение от 25 януари 2007 г., Adam Opel (C-48/05, EU:C:2007:55, т. 24) и заключение на генерален адвокат Ruiz-Jarabo Colomer, представено по същото дело (EU:C:2006:154, т. 35 и сл.). В този случай става въпрос за използването на логото на марката „Opel“ върху решетката на автомобилния радиатор на умалени модели на автомобили, продавани от AUTEC — предприятие, което не е свързано с Opel.

59. В областта на авторското право и сродните му права, във връзка с член 5, параграфи 1 и 5 от Директива 2001/29/ЕО[28], Съдът приема за законни копията на защитени с авторски права произведения в кешираната памет и на екрана[29]; мимолетните действия на възпроизвеждане, които правят възможно правилното функциониране на спътниковия декодер и на телевизионния екран, позволяващи приемането на предавания, съдържащи защитени произведения[30], и съставянето на резюме на статии от пресата, въпреки че същото не е позволено от притежателите на авторските права върху тези статии[31].

60. Посоченият подход също така съответства на постоянната практика на Съда, съгласно която възползването от репутацията на дадено географско указание трябва да бъде по „неправомерен начин“[32]. Макар тази практика да е формирана във връзка с член 16 от Регламент № 110/2008 (относно географските указания на спиртни напитки), сходството на посочената разпоредба с член 118м, параграф 2, буква а) от Регламент № 1234/2007 допуска това тълкуване да бъде отнесено към лозаро-винарския сектор[33]. Следователно, ако е налице законен интерес, употребата на ЗНП не би следвало да се счита за *неправомерна*.

61. Връщайки се обратно към разглеждания случай и предвид обстоятелството, че Galana NV не се позовава на по-ранни права, следва да се прецени дали употребата на ЗНП „Champagne“ в названието на произвеждания от него сорбет отговаря на законови изисквания, или може да бъде определено като безвредно.

2. *Относно законния интерес от употребата на ЗНП*

62. Както вече посочих, въпросът на запитващата юрисдикция е свързан с относимостта на два конкретни елемента, които биха могли да обосноват съответния законен интерес: а) названието на продукта съответства на навиците на съответните потребители и б) сорбетът съдържа достатъчно количество шампанско, което му придава отличителност.

63. Поради това е необходимо всеки от тях да бъде разгледан поотделно, макар да считам, че това не са единствените относими елементи за преценката дали е налице неправомерно използване на ЗНП.

1) *Названието на продукта, включващо ЗНП, и навиците на съответните потребители*

64. Всички страни, с изключение на Комисията, споделят виждането, че навиците на германския потребител не са основание за използването на ЗНП „Champagne“ при търговското представяне на сорбета. Обратното би означавало посоченото ЗНП да се превърне в родово понятие, което може да бъде използвано свободно от всеки икономически оператор.

28 Директива на Европейския парламент и на Съвета от 22 май 2001 година относно хармонизирането на някои аспекти на авторското право и сродните му права в информационното общество (ОВ L 167, 2001 г., стр. 10; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17, том 1, стр. 230).

29 Решение от 5 юни 2014 г., Public Relations Consultants Association (C-360/13, EU:C:2014:1195, т. 26 и 27).

30 Решение от 4 октомври 2011 г., Football Association Premier League и др. (C-403/08 и C-429/08, EU:C:2011:631, т. 170—172).

31 Определение от 17 януари 2012 г., Infopaq International (C-302/10, EU:C:2012:16, т. 44 и 45).

32 Решения от 14 юли 2011 г., Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 и C-27/10, EU:C:2011:484, т. 46) и от 21 януари 2016 г., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, т. 45).

33 В този смисъл съображение 32 от Регламент № 479/2008 — с член 45 от който се въвежда актуалният текст на разглеждания в настоящия случай член 118м — започва с това, че „[…] наименования[та] за произход […] следва да се ползват със закрила срещу използване, което представлява *злоупотреба* с репутацията на продукти, които спазват изискванията“ (курсивът е мой).

65. Аз също съм на това мнение, тъй като една от основните цели на закрилата на ЗНП за вина е да не се допусне тези наименования да се превърнат в родови[34]. Произволната употреба на ЗНП за продукти, които нямат връзка с него, може да създаде у потребителите представата, че названията, които го характеризират, може да бъдат употребявани и за произведените продукти извън територията, съответстваща на това ЗНП. Това би довело до използването на ЗНП като обикновено родово понятие, дори ако тази хипотеза бъде ограничена за конкретна страна. Не трябва да се забравя, че закрилата на ЗНП трябва да бъде еднаква във всички държави членки, без разлики, произтичащи от навиците на потребителите в някои от тях[35].

66. От законодателна гледна точка след регистрацията им ЗНП на вина се ползват от постоянна закрила по силата на член 118м, параграф 3 от Регламент № 1234/2007, макар да е възможно да бъдат отменени. Тяхната закрила би била застрашена, включително в трети държави[36], ако чрез придаването на родов характер присъщите на ЗНП названия на практика се превърнат в общодостъпни, тъй като наименованията, които са станали родови, не подлежат на регистрация[37]. Така недопускането на употреба, която може да направи наименованията общодостъпни, се превръща по-скоро в императивна необходимост, отколкото в обикновен стремеж на производителите на вина, обхванати от дадено ЗНП.

67. Следователно обстоятелството, че изразът „Champagner Sorbet“ е обичаен за обозначаването на сорбет в една или повече държави членки, не е достатъчно, за да се признае *законен интерес* на дистрибутора, даващ право на последния да включи в търговската опаковка на този продукт названието на ЗНП „Champagne“.

2) *Придаването на отличителност със съставката, обхваната от ЗНП, чрез използването на достатъчно количество от нея*

68. Съгласен съм с Комисията, че в разглеждания случай трябва да се даде тълкуване на общото законодателство на Съюза относно етикетирането на хранителните продукти (състоящо се основно от Директива 2000/13 и актът, който я отменя — Регламент № 1169/2011), тъй като за сорбета — който безспорно представлява такъв продукт — няма регистрирано ЗНП[38].

69. Съгласно Директива 2000/13 етикетирането на храните трябва да съдържа „търговското наименование, списъка на съставките и количеството определени съставки […]“[39]. Под „търговско наименование“[40] се разбира наименованието, предвидено в приложимите общностни разпоредби, а при липсата на такива — наименованието, предвидено в съответните национални разпоредби. При липсата на такова предимство има „обичайното наименование[…] в държавата членка, в която се продава на крайния потребител“.

34 Препращам към точки 87—89 от заключението ми по дело EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394).

35 По време на съдебното заседание беше споменато как е трябвало да бъдат променени навиците, установени в някои държави членки, в които продължавало използването като родови понятия на такива, които след приемането на правната уредба на Съюза, са се превърнали в ЗНП за вина (случаят с шампанското е показателен). Такъв е случаят и със закрилата извън Общността на европейските ЗНП по силата на двустранни или многостранни споразумения.

36 Макар в член 12 от Женевския акт на Лисабонската спогодба за наименованията за произход и географските указания (приет на 20 май 2015 г.) също да се предвижда постоянна закрила, този акт все още не е влязъл в сила.

37 Това предвижда разпоредбата на член 118к, параграф 1 от Регламент № 1234/2007, впоследствие възпроизведена в член 101, параграф 1 от Регламент № 1308/2013.

38 За разлика от етикетирането на лозаро-винарските продукти, уредено в членове 117—123 от Регламент № 1308/2013, и уредбата на географските указания на спиртни напитки, съдържаща се в Регламент № 110/2008. Тези два регламента действат като lex specialis спрямо общото законодателство относно храните.

39 Член 3, параграф 1, точки 1, 2 и 3. Съответстващата разпоредба от Регламент № 1169/2011, в сила от 13 декември 2014 г., е член 9, параграф 1, букви а), б) и г).

40 Член 5, параграф 1, буква а) от Директива 2000/13, на който съответства член 17 от Регламент № 1169/2011.

70. На пръв поглед изглежда, че „Champagner Sorbet“ е в съответствие с разпоредбите относно етикетирането и това би предоставило на Galana NV законен интерес да обозначи по този начин своя хранителен продукт. Съгласно член 13, параграф 1, букви а) и б) от Регламент № 1151/2012 обаче защитата на регистрираните ЗНП обхваща и случаите, когато продуктите, за които са регистрирани, са използвани като съставка. Ето защо трябва да се прецени какъв е обхватът на тази защита.

71. В член 6, параграф 5 от Директива 2000/13[41] се предвижда, че производителят е длъжен да включи в етикетирането списък на всички съставки на храната. Съгласно член 7, параграф 4 от същата директива, когато съставката се съдържа в „търговското наименование“ на дадена храна (какъвто е разглеждания случай), нейното количество трябва да бъде обозначено в проценти[42].

72. Нито Директива 2000/13, нито Регламент № 1169/2011 съдържат конкретни разпоредби относно съставките, обхванати от ЗНП. За да се справи с това положение и да спомогне за изясняването му, през 2010 г. Комисията публикува Насоките (към които препраща съображение 32 от Регламент № 1151/2012). Макар да нямат правно обвързващо действие[43], тези насоки трябва да бъдат взети предвид, тъй като отразяват гледната точка на посочената институция.

73. Съгласно Насоките, освен в списъка на съставките, характерното за ЗНП название може да се упомене „в или близо до търговското наименование на храната, включваща продукти с регистрирано наименование, както и при етикетирането, представянето и рекламирането на тази храна“, ако са изпълнени условията, които описах в точка 13 от настоящото заключение.

74. Националните юрисдикции, които се намират в по-благоприятна позиция, за да преценят фактите в съответното производство и да им дадат правна квалификация, трябва да се произнесат по изпълнението на тези три условия в разглеждания случай. Ето защо само ще изложа някои съображения, които биха могли да им бъдат от полза в това отношение.

75. Първото условие (да няма други „сходни съставки“ на регистрираната като ЗНП) е лесно за преценка и достатъчно обективно. Нищо не показва, че „Champagner Sorbet“ съдържа други съставки, сходни на пенливото вино, за което е регистрирано ЗНП, които могат да го заместят.

76. Второто условие (съставката да се използва в достатъчно количество, за да придава отличителност на хранителния продукт) е по-сложно. Противно на становището на CIVC, въпросът не е в това в хранителния продукт да бъдат констатирани основните свойства на защитената съставка, а тази храна да притежава отличителност, която е свързана със ЗНП[44].

41 На който впоследствие съответства член 18, параграф 1 от Регламент № 1169/2011. В това отношение Директива 2000/13 е приложима към лозаро-винарския сектор, както се припомня в член 118 от Регламент № 1308/2013.

42 Законодателят е предоставил на производителя на храната да избере мястото, на което да отрази процентното количество на съставката: а) в търговското наименование; б) непосредствено до това наименование или в) в списъка на съставките. В разглеждания случай този списък се намира от вътрешната страна на опаковката.

43 В тях се посочва, че приложението им е доброволно, както и че „не представляват правно обвързващо тълкуване на законодателството на Европейския съюз относно ЗНП и ЗГУ или на директивата относно етикетирането“.

44 Комисията правилно се е въздържала в Насоките да предложи универсален приложим процент на съдържание. Тя обаче включва правило, съгласно което, колкото по-голямо е количество от съставката, регистрирана като ЗНП, толкова по-голяма е възможността въпросната отличителност да бъде придадена.

77. Това правило обаче също не е достатъчно надеждно. Количественият фактор не винаги е определящ за придаването на отличителност на хранителния продукт [45]. При хранителните продукти обикновено тази отличителност се придава чрез аромата и вкуса, привнесени със защитената със ЗНП съставка, но може да има и други фактори от значение [46]. Отново запитващата юрисдикция е тази, която въз основа на събраните доказателства [47] и на собствената си преценка на фактите трябва да реши дали добавянето на вино от областта Champagne придава на сорбета отличителност в смисъла, който току що изложих.

78. Най-трудно за тълкуване е третото условие. Най-напред, не е сигурно, че то се придържа към член 7, параграф 5 от Директива 2000/13 [48]. При всички положения използването на израза „в идеалния случай“ лишава това условие от смисъл, дори с ориентировъчен характер. Следователно посочването на процентното съдържание на съставката в хранителния продукт е фактор, чиято релевантност трябва да се преценява с оглед на самата Директива 2000/13.

79. При това положение ще отбележа отново, че именно националните юрисдикции трябва да се произнесат дали съставката, обхваната от ЗНП и включена в хранителен продукт, придава на последния отличителност, поради което трябва да фигурира в етикетирането ѝ.

3) Наличието на други елементи, които допринасят за използването на репутацията на ЗНП

80. Отговорът на въпроса на запитващата юрисдикция би бил непълен, ако бъде ограничен само до наличието на законен интерес за дистрибутора, произтичащ от спазването от него страна на Насоките, което му дава право да включи в етикетирането на предлаганите от него хранителни продукти съставки, защитени със ЗНП.

81. Всъщност съдържащите се в тези Насоки три условия не могат да бъдат разглеждани отделно от някои предварителни изисквания (за добросъвестност и неподвеждане на потребителя), посочени в точка 1.1. при изложението на контекста на Насоките.

82. При преценката дали е налице неправомерно експлоатиране (незаконно използване на репутацията) на ЗНП, несъмнено трябва да се започне с наличието на достатъчно количество от дадена обхваната от това ЗНП съставка, което да придава отличителност на хранителния продукт. Това обстоятелство обаче няма да направи законна употребата на ЗНП в спорния сорбет, ако съществуват други елементи (по-конкретно при оформянето на етикетирането), които разкриват намерение да се експлоатира престижа на ЗНП чрез използване на неговата репутация.

45 Например съществуват съставки, регистрирани като ЗНП, като някои видове трюфели, които, добавени в минимални количества в дадена храна, веднага се улавят чрез обонянието и оставят траен вкус при опитване.

46 Посочването на съставката в етикета на хранителния продукт, във или непосредствено до „търговското наименование“ ще бъде допустимо, ако продуктът е с аромат и/или вкус на съставката, защитена със ЗНП. Не трябва обаче да се отхвърлят и други фактори, като текстурата и цвета, които считам, че нямат толкова съществено значение в сферата на храните като аромата и вкуса.

47 По такъв вид дела от полза могат да бъдат експертни становища, които да бъдат изготвени от вещи лица гастрономи и с които да се обяснят качествата на сорбет с шампанско, или доклади, основани на анкети на потребителите, за да се установи дали вкусът на това вино се усеща в сорбета. В това отношение съдебната практика на държавите членки е доста богата: вж., конкретно във връзка с шампанското, решение от 25 март 2013 г. на Cour d'appel de Paris (Апелативен съд Париж) по дело SAS Euralis Gastronomie/CIVC, потвърдено от Cour de cassation (Върховен съд, Франция) на 25 ноември 2013 г.

48 Тази разпоредба предоставя на производителя, който използва обхваната от ЗНП съставка, три възможности за обозначаване на процентното количеството от нея, използвано в храната, която произвежда (вж. т. 12 от настоящото заключение). Насоките обаче изглежда оставят на заден план възможността за подобно процентно обозначаване на количеството в случаите, когато съставката не е посочена във или непосредствено до търговското наименование (така разбирам добавянето на израза „в противен случай“). Производителят е обвързан от Директива 2000/13, а не от Насоките, поради което предоставените му от нея възможности остават непроменени.

83. В разглеждания случай на етикета, видим за потребителя, на когото се предлагат опаковките „Champagner Sorbet“, на преден план са изобразени коркова тапа с телта, която я придържа към бутилката, наполовина пълна тясна висока чаша и напитка, която се предполага, че е шампанско. На заден план, добре разпознаваема, е разположена бутилка от френското пенливо вино.

84. Не мисля, че важността на посочените елементи може да се пренебрегне при преценката дали производителят или дистрибуторът на храната се възползва от репутацията на съставката, защитена със ЗНП „Champagne“ [49]. Националната юрисдикция може и трябва да вземе предвид тези елементи при произнасянето си относно неправомерната експлоатация на ЗНП.

85. Преследваната с Регламент № 1308/2013 и Директива 2000/13 [50] цел е да не се допусне въвеждане в заблуждение на потребителя, а Съдът е пояснил, че списъкът на съставките, отбелязан върху опаковката, сам по себе си не позволява да се изключи възможността етикетирането и използваните за това методи да подведат купувача [51].

86. Всъщност Съдът вече е постановил, че за да прецени дали етикетирането може да заблуди купувача, националният съд трябва да се основе главно на предполагаемите с оглед на това етикетиране очаквания на този потребител относно произхода, източника и качеството на хранителния продукт, като основното е потребителят да не бъде въведен в заблуда и накаран погрешно да приеме, че продуктът има произход, източник или качество, различни от действителните [52].

87. Компетентната юрисдикция трябва да прецени дали използването на описаните графични елементи върху етикета на „Champagner Sorbet“ е необосновано и показва единствено намерението да се направи прекомерна връзка с пенливото вино, защитено със ЗНП. С други думи, дали целта, която стои в основата на търговското представяне на хранителния продукт, действително е той да бъде свързан с репутацията на пенливото вино „Champagne“, така че самият сорбет да се ползва от качеството на това вино.

3. По третия въпрос

88. Отговорът на третия и четвъртия въпрос може да се окаже излишен, ако, изхождайки от отговора на втория въпрос, Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) прецени, че е налице неправомерна експлоатация на ЗНП „Champagne“. Въпреки това ще ги разгледам и двата.

89. Най-общо, третият преюдициален въпрос е дали употребата на названието, характеризиращо ЗНП, при описаните в разглеждания случай обстоятелства представлява злоупотреба, имитация или позоваване на самото ЗНП.

90. В член 118м, параграф 2, буква б) от Регламент № 1234/2007 са изброени няколко действия, присъщи за търговската нелоялност, с намаляваща тежест спрямо използването на ЗНП — най-напред злоупотреба, след това имитация и накрая позоваване.

49 По време на съдебното заседание страните признаха, че главното производство не е ограничено до използването на ЗНП в наименованието на сорбета.

50 Член 2, параграф 1, буква а), подточка i).

51 Решение от 4 юни 2015 г., Teekanne (C-195/14, EU:C:2015:361, т. 38).

52 Пак там, т. 36 и цитираната съдебна практика.

91. *Злоупотребата* се отнася до използването на цялото ЗНП за сходни продукти. Не считам, че в случая тази хипотеза е налице, тъй като сорбетът се продава замразен — нещо немислимо за виното [53]. Не мисля също, че е налице и *имитация*, тъй като наименованието „Champagner Sorbet“ възпроизвежда изцяло ЗНП.

92. По-трудно е да се прецени дали може да става въпрос за *позоваване*, за което трябва да се прибегне към практиката на Съда, който вече е установил някои правни характеристики на този трети вид нелоялно поведение [54].

93. Съгласно тази практика, понятието „позоваване“ обхваща хипотезата, в която терминът, използван за обозначаване на продукт, включва *част* от ЗНП, така че онова, което потребителят си представя, когато срещне названието на продукта, е ползващата се от защитеното наименование стока [55].

94. Отбелязването на *частичната* употреба на ЗНП произтича от фактите по всяко едно от делата, по които са постановени съответните решения, където позоваването на ЗНП се е дължало на частичното припокриване на названията или марките на съответните продукти („Gorgonzola/Cambozola“ [56], Parmigiano Reggiano/Parmesan [57] и „Verlados/Calvados“ [58]).

95. Всъщност, във връзка с Регламент № 110/2008, при анализа на случая с марка, в която елементът „Cognac“ е възпроизведен изцяло, Съдът е предпочел да третира това възпроизвеждане като „позоваване“, а не като „злоупотреба“, макар същото да се е отнасяло за спиртни напитки, които не съответстват на изискванията за това ЗНП спецификации [59].

96. Установените спрямо ЗНП на спиртни напитки критерии може по аналогия да бъдат приложени към позоваването, посочено в член 118м, параграф 2, буква б) от Регламент № 1234/2007 [60]. В съображения 92 и 97 от Регламент № 1308/2013 се обяснява, че закрилата на ЗНП има за цел не само да се препятстват нелоялни практики и да се допринесе за прозрачността на пазара и лоялната конкуренция, но и да се достигне едно високо ниво на защита на потребителите.

97. В това отношение предвид трябва да се вземат също критериите, установени в съдебната практика, съгласно които при преценката за наличие на позоваване следва да се отчитат възприятията на средния европейски потребител, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен, като израз на принципа на пропорционалност [61].

53 Този извод би бил различен, ако на продукта бе дадено друго наименование, внушаващо на потребителя, че става въпрос за замразено шампанско, което може да бъде опитано под формата на сорбет.

54 В точка 94 и сл. от заключението ми по дело EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto IP (C-56/16 P, EU:C:2017:394) обсъдих и понятието за позоваване, приложено в случая към употребата на ЗНП „Porto/Port“ с марката на Съюза „Port Charlotte“.

55 Решение от 21 януари 2016 г., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, т. 21 и цитираната съдебна практика), постановено във връзка с член 16, буква б) от Регламент № 110/2008.

56 Решение от 4 март 1999 г., Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, т. 25).

57 Решение от 26 февруари 2008 г., Комисия/Германия (C-132/05, EU:C:2008:117, т. 44).

58 Решение от 21 януари 2016 г., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35).

59 Решение от 14 юли 2011 г., Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 и C-27/10, EU:C:2011:484, т. 58).

60 Пак там, т. 22—27.

61 Решение от 21 януари 2016 г., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, т. 26—28).

98. Отново именно запитващата юрисдикция (или евентуално съответната съдебна инстанция) въз основа на описаната съдебна практика трябва да прецени дали в този случай е налице позоваване на ЗНП „Champagne“ [62]. За да обоснове решението си, същата може да се позове не само на названието на сорбета, но и на останалите елементи, с които хранителният продукт се предлага за продажба и които вече посочих.

99. Считам обаче — без намерение да се намесвам в правомощията на запитващата юрисдикция и с уговорката, че само тя може да извърши цялостна преценка на спорните обстоятелства — че наличието на описаните графични елементи върху опаковката на продукта допринася за подсилване на ефекта от позоваването на ЗНП „Champagne“. С тяхната употреба, освен тази на названието „Champagner Sorbet“, производителят и дистрибуторът целят у потребителя да възникне асоциация с качеството и престижа на посоченото ЗНП, които да бъдат отнесени към сорбета.

4. По четвъртия въпрос

100. Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) иска да разбере дали член 118м, параграф 2, буква в) от Регламент № 1234/2007 е приложим само по отношение на неверни или въвеждащи в заблуждение указания, които могат да създадат невярна представа у съответните потребители относно географския произход на даден продукт.

101. За да бъде разбран въпросът по-добре, е необходимо да се разгледат точка 62 и следващите от акта за преюдициално запитване. От тях се установява, че съмнението е възникнало по повод твърдението на CIVC, че забраната за разглежданите указания е *обща*, а не обхваща само тези, които могат да породят невярна представа у съответните потребители относно географския произход.

102. Запитващата юрисдикция изглежда е склонна да приеме по-ограничително тълкуване на посочената разпоредба, т.е. да ограничи приложното ѝ поле до хипотезите, в които е налице въвеждане в заблуждение или създаване на погрешна представа у съответните потребители относно произхода на продукта с използването на ЗНП.

103. Аз обаче считам, че закрилата, която общностният законодател е искал да предостави на ЗНП, е широка, като целта на същата е не само да се избегне погрешната представа относно произхода на продуктите, но и рискът от генерализиране чрез размиване на ЗНП в резултат на произволното им използване.

104. Член 118м, параграф 2 от Регламент № 1234/2007 включва степенуване на нелоялните практики, което споменах по-горе. Ако буква а) от посочената разпоредба се отнася за случаите на експлоатация на репутацията на ЗНП, а буква б) — за тези на злоупотреба, имитация или позоваване, то буква в) разширява обхвата на закрилата, включвайки „указанията“ (т.е. информацията, която се предоставя на потребителя) — съдържащи се в опаковката или амбалажа или пък в рекламата на продукта — които дори сами по-себе си да не включват позоваване на ЗНП, са неверни или заблуждаващи, що се отнася до връзките на продукта с това ЗНП.

62 В точка 31 от решение Viiniverla Съдът припомня, че запитващата юрисдикция трябва да „прецени дали наименованието „Verlados“ за ябълкова дестилатна спиртна напитка представлява по смисъла на член 16, буква б) от Регламент № 110/2008 „пресъздаване“ на защитеното географско указание „Calvados“.

105. Считам, че смисълът на посочената буква в) не се изопачава, ако търговската информация за хранителния продукт, *асоцииран* със ЗНП, която достига пряко до потребителя, е в състояние да създаде у него представа, че този продукт се ползва от същата закрила и има качество като ЗНП, което в действителност не е вярно. Възможно е, разбира се, невярно или заблуждаващо указание да засяга както произхода на продукта, така и неговите отличителни свойства (например неговия вкус).

106. Накратко, закрилата, която цитираната в четвъртия въпрос разпоредба предоставя, не се ограничава до хипотезите на въвеждане в заблуждение на потребителите относно географския произход на даден продукт.

VI. Заключение

107. По изложените съображения предлагам на Съда да отговори на поставените от Bundesgerichtshof (Федерален върховен съд, Германия) преюдициални въпроси по следния начин:

„1) Член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент (ЕО) № 1234/2007 на Съвета от 22 октомври 2007 г. за установяване на обща организация на селскостопанските пазари и относно специфични разпоредби за някои земеделски продукти е приложим, когато в случай като разглеждания в главното производство ЗНП „Champagne“ се употребява за обозначаване на хранителен продукт, предлаган на пазара под названието „Champagner Sorbet“.

2) Член 118м, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент № 1234/2007 трябва да се тълкува в смисъл, че при преценката дали хранителният продукт „Champagner Sorbet“, съдържащ 12 % вино от Champagne, се възползва неправомерно от репутацията на ЗНП „Champagne“, запитващата юрисдикция трябва да провери дали е налице законен интерес, който обосновава употребата на посоченото ЗНП при търговското представяне на този продукт.

   Фактори от значение за преценката за наличие на такова неправомерно използване са обстоятелството, че съставката, защитена със ЗНП „Champagne“ и добавена в хранителния продукт, придава отличителност на последния, както и елементите от опаковката и етикетирането, карящи потребителя да свързва този продукт със ЗНП „Champagne“.

3) Член 118м, параграф 2, буква б) от Регламент № 1234/2007 трябва да се тълкува в смисъл, че за преценката дали продуктът „Champagner Sorbet“ се позовава на ЗНП „Champagne“ по смисъла на посочената разпоредба, запитващата юрисдикция трябва да провери дали предвид неговото обозначаване и търговско представяне у средния европейски потребител, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен, се създава представа, че този продукт притежава качествата и престижа, присъщи на защитеното наименование.

4) Член 118м, параграф 2, буква в) от Регламент № 1234/2007 не се прилага само за неверните или въвеждащите в заблуждение указания, които могат да създадат невярна представа у съответните потребители относно географския произход на даден продукт“.