



Kohtulahendite kogumik

KOHTUJURISTI ETTEPANEK
GIOVANNI PITRUZZELLA
esitatud 10. jaanuaril 2019¹

Kohtuasi C-614/17

Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego
versus
Industrial Quesera Cuquerella SL,
Juan Ramón Cuquerella Montagud

(eelotsusetaotlus, mille on esitanud Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus))

Eelotsusetaotlus – Põllumajandustoodete ja toidu geograafiliste tähiste ja päritolunimetuste kaitse – KPN „Queso Manchego“ – Selliste tähiste kasutamine, mis võivad tekitada seoseid piirkonnaga, millega KPN on seotud – Piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepaneliku keskmise tarbija mõiste

1. Mõni kuu pärast 7. juuni 2018. aasta kohtuotsust Scotch Whisky Association (C-44/17, EU:C:2018:415, edaspidi „kohtuotsus Scotch Whisky Association“) esitati Euroopa Kohtule uus eelotsusetaotlus selle kohta, kuidas tõlgendada mõistet „seoste tekitamine“ kaitstud päritolunimetuste (KPN) ja kaitstud geograafiliste tähiste (KGT)² alaste liidu õigusnormide tähenduses. Eriti soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas see, kui KPNiga hõlmatud toodetega sarnaste toodete turustamiseks kasutatakse sellele KPNile vastavale geograafilisele piirkonnale viitavaid tähiseid või kujutisi, võib kujutada endast KPNiga seoste tekitamist, mis on määruse nr 510/2006³ artikli 13 lõike 1 punkti b kohaselt keelatud. Kõnealusel eelotsusetaotluses on esitatud ka delikaatne ning seni käsitlemata küsimus piirangute kohta, mis võivad KPNile vastavas geograafilises piirkonnas asuvale ettevõtjale kehtida selliste tähiste kasutamisel, mis võivad tekitada seoseid selle piirkonnaga sealsamas valmistatavate (identsete või sarnaste) toodete puhul, mida KPN ei hõlma.

Õiguslik raamistik

2. Määruse nr 510/2006 artikkel 13 „Kaitse“ näeb lõike 1 punktis b ette järgmist:

„1. Registreeritud nimetusi kaitstakse

[...]

b) väärkasutuse, jäljendamise või seoste tekitamise eest, isegi kui on viidatud toote tegelikule päritolule või kui kaitstud nimetus on tõlgitud või kui seda on täiendatud sõnadega „viis“, „tüüp“, „meetod“, „toodetud nagu“, „imitatsioon“ või muu samalaadse väljendiga;

¹ Algkeel: itaalia.

² Edaspidi kasutan KPNi ja KGT hõlmamiseks väljendeid „kaitstud nimetused“ või „registreeritud nimetused“.

³ Nõukogu 20. märtsi 2006. aasta määrus (EÜ) nr 510/2006 põllumajandustoodete ja toidu geograafiliste tähiste ja päritolunimetuste kaitse kohta (ELT 2006, L 93, lk 12). Määrus nr 510/2006 asendati alates 3. jaanuarist 2013 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 21. novembri 2012. aasta määrusega (EL) nr 1151/2012 põllumajandustoodete ja toidu kvaliteedikavade kohta (ELT 2012, L 343, lk 1).

[...].“

3. Määruse nr 510/2006 artikli 14 lõike 1 esimeses lõigus on sätestatud, et „[k]ui päritolunimetuse või geograafilise tähise registreeritakse käesoleva määruse kohaselt, lükatakse tagasi avaldus sellise kaubamärgi registreerimiseks, mis vastab mõnele artiklis 13 osutatud olukorrale ja on seotud sama liiki tootega, kui kaubamärgi registreerimise taotlus on esitatud pärast komisjonile registreerimistaotluse esitamise kuupäeva“. Teises lõigus on täpsustatud, et „[e]simese lõigu sätteid rikkudes registreeritud kaubamärgid tunnistatakse kehtetuks“. Sama artikli lõikes 2 on sätestatud, et „[v]õttes nõuetekohaselt arvesse ühenduse õigust, võib jätkata kaubamärgi, mille kasutus vastab ühele artiklis 13 osutatud olukorrale, kasutamist, mida on ühenduse territooriumil heauskselt taotletud, mis on ühenduse territooriumil heauskselt registreeritud või sellisel viisil kasutamisega sisse seatud, kui selline võimalus on asjaomase õigusega ette nähtud, [...] enne päritolunimetuse või geograafilise tähise päritoluriigi kaitse alla võtmise kuupäeva [...], olenemata päritolunimetuse või geograafilise tähise registreerimisest [...]“⁴

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

4. Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (edaspidi „Fundación“), kassaator põhikohtuasjas, esitas Industrial Quesera Cuquerella S.L-i (edaspidi „IQC“) ja Juan Ramón Cuquerella Montagudi vastu hagi⁵, milles esitas järgmised nõuded KPNi „Queso Manchego“⁶ kaitseks, mille haldamise eest ta vastutab:

- nõue tuvastada, et etiketid, mida IQC kasutab juustude „Adarga de Oro“, „Super Rocinante“ ja „Rocinante“ (mida KPN „Queso Manchego“ ei hõlma) tähistamiseks ja turustamiseks, ning sõnade „Quesos Rocinante“ kasutamine tema veebisaidil nii KPNiga „Queso Manchego“ hõlmatud juustude kui ka teiste kohta, mida see nimetus ei hõlma,⁷ on KPNi õiguste rikkumine määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses;
- nõue tunnistada määruse nr 510/2006 artiklis 14 nimetatud alustel osaliselt kehtetuks ärinimi „Rocinante“ ning kaks Hispaania sõna- ja kujutismärki⁸, kus kasutatakse sama terminit;
- kasutamise lõpetamise nõue kõlvatu konkurentsi lõpetamiseks ja selle tagajärgede kõrvaldamiseks.

5. Seoses tuvastamisnõudega, millega seoses on esitatud eelotsuse küsimused, eitasid vastustajad, et IQC etikettidel ja veebisaidil kasutatavad sõna- ja kujutismärgid looksid seoseid KPNiga „Queso Manchego“, ning väitsid, et IQC-l kui La Mancha piirkonnas asuval ettevõtjal on õigus kasutada selle piirkonnaga seotud sümboleid.

4 Praegu kehtiva määruse nr 1151/2012 artikli 13 lõikes 1 ja artikli 14 lõikes 1 on käesoleva eelotsusetaotluse seisukohast olulises osas sisuliselt samad sätted, mis määruse nr 510/2006 artikli 13 lõikes 1 ja artikli 14 lõikes 1.

5 Põhikohtuasja toimikust, mis on Euroopa Kohtu käsutuses, selgub, et hagi esitati 2012. aastal. Täpsemate andmete puudumisel tuleb lähtuda eelotsusetaotluse esitanud kohtu hinnangust, mille vastu põhikohtuasja pooled ei ole vaieldud ning mille kohaselt tuleb põhikohtuasja suhtes *ratione temporis* kohaldada määrust nr 510/2006, mitte määrust nr 1151/2012. Igal juhul on määruse nr 510/2006 sätted, mida palutakse tõlgendada, määruse nr 1151/2012 vastavate sätetega sisuliselt samad, nagu juba täpsustatud.

6 KPN „Queso Manchego“ registreeriti komisjoni 12. juuni 1996. aasta määrusega (EÜ) nr 1107/96 geograafiliste tähiste ja päritolunimetuste registreerimise kohta nõukogu määruse (EMÜ) nr 2081/92 artiklis 17 sätestatud korras (EÜT 1996, L 148, lk 1; ELT eriväljaanne 03/19, lk 176).

7 Täpsemalt vaidlustas Fundación termini „Rocinante“ kasutamise nii IQC veebisaidil (www.rocinante.es) domeeninimes kui ka üldiselt sellel saidil ning La Mancha maastiku tüüpiliste elementide kujutamise.

8 Kõnealustes kaubamärkides, mis registreeriti kaupade „juustu ja piimatooted“ (Nizza nomenklatuuri klass 29) ja teenuste „juustu ja piimatootete veo-, ladustamis- ja jaotamisteenused“ (Nizza nomenklatuuri klass 39) jaoks, on termin „Rocinante“ osa ümmargusest kujutisest, kus esiplaanil on hobune ja taustal lambakarja ja tuuleveskitega tasandik. Eelotsusetaotlusest paistab, et mõlema kaubamärgi prioriteedikuupäev on hilisem kui KPNi „Queso Manchego“ registreerimiskuupäev.

6. Esimese astme kohus jättis Fundacióni hagi rahuldamata, leides esiteks, et IQC kasutatavad kujutis- ja sõnamärgid ei ole väljenditega „Queso Manchego“ või „La Mancha“ visuaalselt ega foneetiliselt üldse sarnased ning teiseks, et need tähised tekitavad seosed La Mancha, ent mitte KPNiga „Queso Manchego“. Apellatsioonkaebuse, mille Fundación esimese astme kohtu otsuse peale esitas, jättis Audiencia provincial de Albacete (Albacete provintsikohus, Hispaania) rahuldamata, leides samuti, et pole alust tuvastada KPNiga „Queso Manchego“ seoste tekitamist, kui puuduvad sõnamärgid, mis oleks selle päritolunimetusega visuaalselt, foneetiliselt või kontseptuaalselt sarnased. Apellatsioonikohtu arvates tuleb seda, kui IQC kasutab sümboleid, mis tekitavad seoseid La Mancha piirkonna, ent mitte kõnealuse KPNiga hõlmatud toodetega, lugeda õiguspäraseks, kuna need IQC turustatavad tooted, mille puhul neid sümboleid kasutatakse, on selles piirkonnas valmistatud. La Mancha piirkonna juustude kvaliteedi ja mainega seoste tekitamine ei too selle kohtu arvates kaasa seoste tekitamist KPNiga „Queso Manchego“ hõlmatud juustude kvaliteedi ja mainega.

7. Fundación esitas Audiencia provincial de Albacete (Albacete provintsikohus, Hispaania) otsuse peale kassatsioonkaebuse Tribunal Supremole (Hispaania kõrgeim kohus).

8. Eelotsusetaotluses täpsustab Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus) järgmist: i) sõna „manchego“ on omadussõna, millega hispaania keeles tähistatakse muu hulgas tooteid, mis on pärit Hispaania piirkonnast La Manchast, kus lambapiimast eriliste valmistamis- ja laagerdusviisidega juustu tootmine on traditsioon; ii) La Mancha on piirkond, kus toimub suurem osa Miguel de Cervantese kuulsa romaani „Don Quijote La Manchast“⁹ tegevusest; iii) see, kuidas Cervantes on oma romaani peategelase välimust kirjeldanud, vastab juustu „Adarga de Oro“ etiketil kujutatud rüütli väljanägemisele; iv) hispaania keeles on sõna „adarga“ arhaism, mida Cervantes kasutab don Quijote kilbi kohta; v) „Rocinante“, termin, mis on samuti mõne IQC turustatava juustu etiketil, on don Quijote hobuse nimi; vi) ühes Cervantese romaani kõige kuulsamas peatükis võitleb Don Quijote tuuleveskitega, La Mancha maastiku tüüpiliste elementidega, mida on kujutatud mõnel IQC kasutataval etiketil ning tema veebisaidil.

9. Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus) soovib esiteks teada, kas KPNiga on võimalik seoseid tekitada ka juba ainuüksi kujutismärkide kasutamisega, nii et seoste tekitamine on sisuliselt kontseptuaalne, nagu Fundación põhikohtuasjas väidab. Teiseks soovib see kohus teada, kas La Mancha piirkonnaga seoseid tekitavate kujutis- ja sõnamärkide kasutamine juustu turustamisel toob kaasa seoste tekitamise KPNiga „Queso Manchego“ ning kas sellest tulenevalt on selle päritolunimetusega hõlmatud juustude tootjatel nende märkide kasutamise ainuõigus ka samas piirkonnas asuvate tootjate suhtes, kelle tooteid kõnealune KPN ei hõlma. Selle kohta märgib Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus), et jaatav vastus sellele küsimusele võib piirata kaupade vaba liikumist, ent eitav vastus võib jälle nõrgendada KPNidele antud kaitset ja kahjustada nende päritolunimetuste tunnustatud funktsiooni: anda teavet toodete kvaliteedi kohta. Viimaks küsib eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtult, milline on tarbijaskond, keda tuleb arvesse võtta selle tuvastamisel, kas tegemist on määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses „seoste tekitamisega“, eriti kui kõnealuse KPNiga hõlmatud tooted lähevad peamiselt tarbimiseks samas liikmesriigis, kus need toodetakse.

10. Sellises kontekstis peatas Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus) 19. oktoobri 2017. aasta kohtumäärusega asjas menetluse ja esitas Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punktiga b keelatud seoste tekitamine kaitstud päritolunimetusega peab toimuma tingimata niisuguste nimetuste kasutamise teel, mis on kaitstud päritolunimetusega visuaalselt, foneetiliselt või kontseptuaalselt sarnased, või võib see toimuda kujutismärkide kasutamisega, mis tekitavad seoseid päritolunimetusega?

9 Avaldati Madridis kahes osas 1605. ja 1615. aastal originaalpealkirjaga „El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha“.

2. Kas juhul, kui tegu on geograafilist laadi kaitstud päritolunimetusega (määruse nr 510/2006 artikli 2 lõike 1 punkt a) ja tooted on identsed või sarnased, võib niisuguste tähiste kasutamist, mis tekitavad seoseid piirkonnaga, millega kaitstud päritolunimetus on seotud, käsitada määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses seoste tekitamisena kaitstud päritolunimetuse endaga, mis on keelatud ka juhul, kui tähiste kasutaja on tootja, kes asub piirkonnas, millega kaitstud päritolunimetus on seotud, ent kelle tooted ei ole selle päritolunimetusega hõlmatud, sest need ei vasta muudele tootespetsifikaadis ette nähtud nõuetele peale geograafilise päritolu?
3. Kas piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepaneliku ja aruka keskmise tarbija mõistet, kelle arusaamast peab liikmesriigi kohus lähtuma selleks, et kindlaks määrata, kas on tegu „seoste tekitamisega“ määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses, tuleb mõista nii, et see käib Euroopa tarbija kohta, või see võib käia üksnes selle liikmesriigi tarbija kohta, kus valmistatakse toodet, mis tekitab seoseid kaitstud geograafilise tähisega või millega KPN on geograafiliselt seotud, ja kus seda toodet peamiselt tarbitakse?“

Menetlus Euroopa Kohtus

11. Euroopa Kohtu põhikirja artikli 23 alusel esitasid kirjalikud seisukohad põhikohtuasja pooled, Prantsuse valitsus, Saksamaa valitsus, Hispaania valitsus ning komisjon. Kõik need isikud peale Saksamaa valitsuse kuulati ära 25. oktoobri 2018. aasta kohtuistungil.

Õiguslik analüüs

Lühike ülevaade asjasse puutuvast kohtupraktikast

12. Enne eelotsuse küsimuste käsitlemist tuleb lühidalt välja tuua olulisemad etapid Euroopa Kohtu praktikas, mis puudutab kaitstud päritolunimetuste kaitset seoste tekitamise korral.

13. Esimest korda otsustas Euroopa Kohus määrusele nr 510/2006 eelnenud määruse nr 2081/92¹⁰ artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses mõiste „seoste tekitamine“ üle oma 4. märtsi 1999. aasta kohtuotsuses Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115). Kui Handelsgericht Wien (Viini kaubanduskohus, Austria) oli esitanud talle eelotsusetaotluse seoses KPNi „Gorgonzola“ haldaja hagiga, millega viimane nõudis „Cambozola“ nimelise sinihallitusjuustu turustamise lõpetamist Austrias ning vastava varem registreeritud kaubamärgi tühistamist, leidis Euroopa Kohus esiteks, et seoste tekitamise mõiste määruse nr 2081/92 eelviidatud sätte tähenduses „hõlmab olukorda, kus toote tähistamiseks kasutatav termin sisaldab üht osa kaitstud nimetusest, mistõttu tarbijal tekib asjaomase toote nimega seoses kujutlus kaubast, mille jaoks päritolunimetus on registreeritud“, ning teiseks täpsustas ta, et kaitstud nimetusega seoste tekitamisega võib tegemist olla ka siis, kui asjaomaste toodete segiajamine ei ole üldse tõenäoline¹¹. Lisaks „foneetilisele ja visuaalsele“ sarnasusele nimetuste vahel, mis tuleneb kaitstud nimetuse ühe osa sisaldumisest vaidlusaluses kaubamärgis,¹² on tegurite hulgas, mille Euroopa Kohus seoste loomise tuvastamiseks olulisena välja tõi, ka kõnealuste toodete sarnasus – mitte ainult tooterühmade, vaid ka toodete esitlemise aspektist¹³ – ning asjaomaste nimetuste foneetilise sarnasuse tahtlikkus¹⁴.

10 Nõukogu 14. juuli 1992. aasta määrus (EMÜ) nr 2081/92 põllumajandustoodete ja toiduainete geograafiliste tähiste ja päritolunimetuste kaitse kohta (EÜT 1992, L 208, lk 1; ELT eriväljaanne 03/13, lk 4). Selle määruse artikli 13 lõike 1 punkti b sõnastus oli sisuliselt sama, mis määruse nr 510/2006 vastaval sättel.

11 4. märtsi 1999. aasta kohtuotsus Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, punktid 25 ja 26).

12 4. märtsi 1999. aasta kohtuotsus Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, punkt 27).

13 4. märtsi 1999. aasta kohtuotsus Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, punkt 28).

14 4. märtsi 1999. aasta kohtuotsus Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, punkt 28).

14. Sellist suunitlust kinnitati 26. veebruari 2008. aasta kohtuotsuses komisjon *vs.* Saksamaa (C-132/05, EU:C:2008:117), mis tehti Saksamaa Liitvabariigi vastu esitatud liikmesriigi kohustuste rikkumise hagi raames; komisjon heitis sellele liikmesriigile ette, et ta oli keeldunud karistamast nimetuse „parmesan“ sellise kasutamise eest oma territooriumil, millega rikutakse KPNi „Parmigiano Reggiano“ õigusi. Määruse nr 2081/92 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses seoste tekitamise tuvastas Euroopa Kohus, võttes lisaks kõne all olevate nimetuste visuaalsele ja foneetilisele sarnasusele – hindamiskriteeriumid, mille Euroopa Kohus oli välja toonud juba eespool viidatud kohtuotsuses *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*¹⁵ – arvesse ka nende „kontseptuaalselt sarnasust“; kuivõrd need terminid olid eri keeltes¹⁶.

15. Samamoodi otsustas Euroopa Kohus ka siis, kui ta tõlgendas piiritusjookide geograafiliste tähiste kaitset käsitlevat määrust nr 110/2008¹⁷, mille artikli 16 punktis b on määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punktiga b sisuliselt identne säte. Eelotsuseasjas, milles tehti 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484), oli põhikohtuasja kaebaja esitanud vastulause kahe sellise kujutismärgi registreerimisele Soomes, milles oli väljendeid, kus reprodutseeriti ulatuslikult KGTd „Cognac“, mille õigused kuuluvad kaebajale, ning selle tõlget. Sellist reprodutseerimist seoste tekitamiseks kvalifitseerides kohaldas Euroopa Kohus samu hindamiskriteeriume, mis olid sõnastatud kohtuotsustes *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*¹⁸ ja komisjon *vs.* Saksamaa¹⁹. 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsuses *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, punkt 31) täpsustas Euroopa Kohus, et selliste kriteeriumide eesmärk on suunata liikmesriigi kohut otsuse tegemisel, kusjuures seda, kas konkreetset juhul on tegemist määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti a tähenduses „seoste tekitamisega“, tuleb hinnata liikmesriigi kohtul, mitte Euroopa Kohtul. Põhikohtuasi, milles esitati selle kohtuotsusega päädinud eelotsusetaotlus, puudutas nimetuse „Verlados“ kasutamist õuntest valmistatud kange alkohoolse joogi kohta, mida valmistas Soomes Verla külas asuv äriühing Viiniverla. Selle eelotsusetaotluse esitanud kohus, kellele oli esitatud kaebus otsuse peale, millega Soome ametiasutus oli keelanud KGT „Calvados“ kaitsmise eesmärgil seda nimetust kasutada, küsis Euroopa Kohtult muu hulgas teatud faktiliste asjaolude tähtsuse kohta selle tuvastamisel, kas tegemist on seoste tekitamisega. Pärast seda, kui Euroopa Kohus oli otsustanud asjaomase „tarbija“ mõiste üle,²⁰ täpsustas ta, et seoste tekitamise kontrollimise eesmärk on teha kindlaks, „et avalikkus ei seosta[...] omavahel toodete päritolu ja et ettevõtja ei [saa] kõnealuse geograafilise tähise mainest alusetult kasu“²¹. Selles kontekstis ei lugenud Euroopa Kohus selle kontrolli seisukohast oluliseks teguriks ei asjaolu, et nimetus „Verlados“ viitab tootmisettevõtte nimele ja toote tegelikule geograafilisele päritolule, mis on Soome tarbijale teada ja tema jaoks äratuntav, ega asjaolu, et sellise nimetusega jooki turustatakse ainult kohalikult ning piiratud koguses.

16. Viimaks, hiljutises kohtuotsuses *Scotch Whisky Association*, mis tehti pärast käesolevas ettepanekus käsitletava kohtuasja kirjaliku menetluse lõppu,²² leidis Euroopa Kohus eelkõige, et ei kaitstud geograafilise tähise ühe osa sisaldumine vaidlusaluses nimetuses ega selles nimetuses tuvastatud foneetiline ja visuaalne sarnasus KGTga ei ole tingimus, mis peab olema määruse

15 4. märtsi 1999. aasta kohtuotsus (C-87/97, EU:C:1999:115).

16 26. veebruari 2008. aasta kohtuotsus komisjon *vs.* Saksamaa (C-132/05, EU:C:2008:117, punktid 47 ja 48).

17 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 15. jaanuari 2008. aasta määrus (EÜ) nr 110/2008 piiritusjookide määramise, kirjeldamise, esitlemise, märgistamise ja geograafiliste tähiste kaitse kohta ning millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrus (EMÜ) nr 1576/89 (ELT 2008, L 39, lk 16).

18 4. märtsi 1999. aasta kohtuotsus (C-87/97, EU:C:1999:115).

19 26. veebruari 2008. aasta kohtuotsus (C-132/05, EU:C:2008:117). Vt 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484), punktid 56–58.

20 Põhimõtted, mille Euroopa Kohus on sõnastanud seoses mõistega „tarbija“, tulevad uuesti jutuks kolmanda eelotsuse küsimuse käsitlemisel.

21 Vt 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, punkt 45). Samamoodi, kuid mitte ainult seoste tekitamise, vaid kõigi määruse nr 110/2008 artikli 16 punktidega a–d hõlmatud juhtude kohta, vt 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484, punkt 46).

22 Euroopa Kohus palus põhikohtuasja pooltel ja teistel Euroopa Kohtu põhikirja artiklis 23 märgitud isikutel, kes osalesid menetluse kirjalikus osas, esitada 25. oktoobril 2018 peetud kohtuistungil suuliselt oma seisukohad selle kohtuotsuse mõju kohta vastustele, mis tuleks Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus) eelotsuse küsimustele anda.

nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses „seoste tekitamise“ tuvastamiseks kindlasti täidetud,²³ täpsustades, et olukorras, kus ei ole tegemist sellise sisaldumise ega sarnasusega, võib seoste tekitamine tuleneda ka juba ainuüksi „kontseptuaalsest sarnasusest“ KGT ja vaidlusaluse tähise vahel²⁴. Lisaks välistas ta võimaluse, et määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses „seoste tekitamise“ tuvastamiseks piisaks sellest, et kõnealuse tähise vaidlusalune osa tekitab sihtgrupis KGT või sellega seotud geograafilise piirkonnaga mingisuguse assotsiatsiooni. Sellise kriteeriumiga ei saa Euroopa Kohtu arvates nõustuda, kuna „see ei anna tõendust piisavalt otsesest ja ühesest seosest“ selle osa ja KGT vahel²⁵ ning on liiga „ebatäpne ja laiendav“, et täita nõuet tagada asjaomaste ettevõtjate jaoks õiguskindlus²⁶.

17. Äsja viidatud kohtupraktikast ilmneb, et kaitse seoste tekitamise eest, mis on ette nähtud mitmesugustes liidu õiguses kehtestatud kvaliteedikavades²⁷, kujutab endast *sui generis* kaitse vormi²⁸, mis ei ole seotud eksitavuse kriteeriumiga – mis eeldab, et registreeritud nimetusega vastuollu minev tähis võib üldsust toote geograafilise päritolu või kvaliteedi suhtes eksitada – ega ole taandatav kaitsele pelgalt segiajamise eest. Järelikult tuleb seoste tekitamise vastase kaitse põhieesmärki otsida pigem registreeritud nimetuste kvaliteedipärandi ja maine kaitsmisest parasiitluse eest kui tarbija kaitsmisest eksitava käitumise eest, mida käsitletakse konkreetsemalt määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punktides c ja d ning teiste kaitstud nimetuste kaitset puudutavate liidu õigusaktide vastavates sätetes²⁹.

18. Kuigi seoste tekitamise juhtu on kirjeldatud sealsamas viidatud artiklis 13, eristub see nii „imiteerimise“ juhtudest, mida iseloomustab registreeritud nimetuse põhiosade reprodutseerimine, kui ka „väärkasutuse“ juhtudest, mis eeldavad registreeritud nimetuse alusetut ja tahtlikku kasutamist toodete kohta, mida see nimetus ei hõlma, omastades seega väärtused, mis seonduvad sellele nimetusele omase tootmistraditsiooniga³⁰. Pealegi, nagu rõhutas määruse nr 2081/92 artikli 13 lõike 1 punkti b kohta kohtujurist Jacobs oma ettepanekus, mille ta esitas kohtuasjas Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola,³¹ kõneleb selle sätte ülesehitus ise seisukoha kasuks, et seoste tekitamise eest ette nähtud kaitse puhul kehtivad teised, vähem ranged kohaldamistingimused kui need, mis peavad olema täidetud selleks, et tegemist oleks imiteerimise või väärkasutusega. Seoste tekitamise mõiste õiguslikud piirid tuleb seega kindlaks määrata sõltumatult, püüdmata leida kohaldamistingimusi, mis oleks ühtsed teiste, nimelt „imiteerimise“ ja „väärkasutuse“ juhtudega, hoolimata sellest, et neid juhte on käsitletud samas sättes.

23 Kohtuotsus Scotch Whisky Association (punktid 46 ja 49).

24 Kohtuotsus Scotch Whisky Association (punkt 50).

25 Kohtuotsus Scotch Whisky Association (punkt 53).

26 Kohtuotsus Scotch Whisky Association (punkt 55). Lisaks leidis Euroopa Kohus, et „kui [...] seoste tekitamise tuvastamiseks piisaks sellest, et tarbijas tekitatakse ükskõik milline assotsiatsioon kaitstud geograafilise tähisega, tooks see [...] kaasa selle, et määruse nr 110/2008 artikli 16 punkt b laieneks talle selles artiklis järgnevate sätete, see tähendab punktide c ja d kohaldamisalale; viimati nimetatud sätted reguleerivad juhtumeid, kus viide kaitstud geograafilisele tähisele on veelgi kaudsem kui geograafilise tähisega „seoste tekitamise“ puhul“ (punkt 54, vt ka kohtujurist Saugmandsgaard Øe ettepanek kohtuasjas The Scotch Whisky Association (C-44/17, EU:C:2018:111, punktid 61–63).

27 Veinisektori kohta vt Euroopa Parlamendi ja nõukogu 17. detsembri 2013. aasta määrus (EL) nr 1308/2013, millega kehtestatakse põllumajandustoodete ühine turukorraldus ning millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrused (EMÜ) nr 922/72, (EMÜ) nr 234/79, (EÜ) nr 1037/2001 ja (EÜ) nr 1234/2007 (ELT 2013, L 347, lk 671), aromatiseeritud jookide sektori kohta vt Euroopa Parlamendi ja nõukogu 26. veebruari 2014. aasta määrus (EL) nr 251/2014 aromatiseeritud veinitoodete määramise, kirjeldamise, esitlemise, märgistamise ja geograafiliste tähiste kaitse kohta ning nõukogu määruse (EMÜ) nr 1601/91 kehtetuks tunnistamise kohta (ELT 2014, L 84, lk 14) ning piiritusjookide sektori kohta vt eespool viidatud määrus nr 110/2008.

28 Seoses sellega märgin, et 1958. aasta Päritolunimetuste kaitse ja nende rahvusvahelise registreerimise Lissaboni kokkuleppe artiklis 4, millest lähtub määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkt b, mainitakse ainult selliseid juhtusid nagu „väärkasutus“ ja „imiteerimine“, kuid mitte „seoste tekitamist“.

29 Sellest aspektist meenutab kaitse seoste tekitamise eest mainekate kaubamärkide kaitset. Määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses seoste tekitamise võimalikkuse kohta ka toodete puhul, mis ei ole sarnased, vt 18. septembri 2015. aasta kohtuotsus Federación Nacional de Cafeteros de Colombia vs. Siseturu Ühtlustamise Amet – Hautrive (COLOMBIANO HOUSE) (T-387/13, ei avaldata, EU:T:2015:647, punktid 55 ja 56).

30 Vt väärkasutuse ja imiteerimise mõistete kohta 20. detsembri 2017. aasta kohtuotsus Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (C-393/16, EU:C:2017:991, punkt 57).

31 C-87/97 (EU:C:1998:614, punkt 33).

19. Semantilise vaatenurgast tähendab seoste tekitamine „meelde toomist“ (*richiamare alla mente*)³². Kui kanda see mõiste üle registreeritud nimetuste kaitse valdkonda, siis selleks, et tegemist oleks õigusvastase seoste tekitamisega, seab Euroopa Kohus tingimuse, et kokkupuude tavalise tootega³³ võib tekitada tarbijas assotsiatiivse tunnetusliku reaktsiooni, mis „toob“ meelde just registreeritud nimetusega hõlmatud tooted. Kuigi see eeldab paratamatult sellest kokkupuutest tuleneva tajumusliku/tunnetusliku stiimuli edastatud teabe töötlemist, on Euroopa Kohus kohtuotsuses Scotch Whisky Association selgitanud, et seoste tekitamisega on tegemist ainult siis, kui assotsiatiivne seos on piisavalt „otsene ja ühene“³⁴. Seda täpsustust tuleb minu arvates mõista nii, et tarbija reaktsioon stiimulile peab olema nii vahetu (assotsiatsioonide loomise tunnetusprotsess ei tohi nõuda teabe keerulist töötlemist) kui ka intensiivne (assotsiatsioon registreeritud nimetusega hõlmatud toote kuvandiga peab olema piisavalt tugev).

20. Ka 7. juuni 2018. aasta kohtuotsuses Scotch Whisky Association (C-44/17, EU:C:2018:415) antud täpsustusi arvesse võttes ilmneb Euroopa Kohtu ja Üldkohtu praktikast minu arvates selgelt kalduvus tõlgendada „seoste tekitamise“ mõistet laialt, kooskõlas ulatusliku kaitsega, mille liidu seadusandja on päritolunimetustele ette näinud, ning kvaliteetsete toodete kaitsmise eesmärgiga, mis on oluline ka avaliku õiguse seisukohalt³⁵. Sellest aspektist meenutan, et selliste nimetuste kaitse ei ole mitte ainult liidu majanduse strateegiline tegur, nagu on sõnaselgelt välja öeldud määruse nr 1151/2012 põhjenduses 1, vaid see aitab ka saavutada Euroopa kultuuripärandi kaitse eesmärki, millele on viidatud EL lepingu artikli 3 lõike 3 neljandas lõigus.

21. Eelotsusetaotluse esitanud kohtu eelotsuse küsimusi asun analüüsima neid eelviidatud põhimõtteid arvesse võttes.

Esimene eelotsuse küsimus

22. Esimese eelotsuse küsimusega soovib Tribunal supremo (Hispaania kõrgeim kohus) Euroopa Kohtult sisuliselt teada, kas määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punktiga b keelatud seoste tekitamine võib toimuda kujutismärkide kasutamisega, või on sellega tegemist ainult siis, kui on kasutatud nimetusi, mis on kõnealuse KPNiga visuaalselt, foneetiliselt või kontseptuaalselt sarnased.

23. Nõustun põhikohtuasja kassaatori ja Prantsuse, Saksamaa ja Hispaania valitsusega, et vastus sellele küsimusele peab olema jaatav.

24. Eespool analüüsitud kohtupraktikast ilmneb, et „seoste tekitamise“ tuvastamisel on määrav kriteerium see, kuidas tarbija asja tajub, mis tehakse kindlaks, pidades silmas, kas vaidlusalune tähis võib tekitada tavalise toote ja registreeritud nimetusega hõlmatud toote vahel *assotsiatsiooni*³⁶. Lisaks ilmneb kohtuotsusest Scotch Whisky Association, et kaitstud nimetuse osade võimalik sisaldumine vaidlusaluses tähises ning kaitstud nimetuse ja tähise visuaalne ja/või foneetiline sarnasus on kõigest *näitajad*, mida selle hindamisel, kas tavaline toode tekitab sellega kokku puutuvast tarbijas sellise assotsiatsiooni, arvesse võtta³⁷. Teisisõnu saab Euroopa Kohtu arvates seoste tekitamise tuvastada ka üksnes vaidlusaluse tähise ja kaitstud nimetuse vahelise „kontseptuaalse sarnasuse“ alusel, kui see sarnasus võib tuua üldsuse meelde selle nimetusega hõlmatud tooted.

32 Enciclopedia Treccani online.

33 Selle väljendiga tähistan siin ja edaspidi tooteid, mida kaitstud päritolunimetus või kaitstud geograafiline tähis ei hõlma.

34 Vt eelkõige kohtuotsuse Scotch Whisky Association punkt 53.

35 Vt selle kohta Euroopa õigusnormide eesmärkidest aimu saamiseks 8. septembri 2009. aasta kohtuotsus Budějovický Budvar (C-478/07, EU:C:2009:521, punktid 109–111 ja seal viidatud kohtupraktika). Vt ka 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, punkt 24) ja 14. septembri 2017. aasta kohtuotsus EUIPO vs. Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, punktid 80 ja 81).

36 Vt selle kohta eelkõige 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, punkt 22) ja kohtuotsus Scotch Whisky Association (punkt 51). Vt ka kohtujurist Saugmandsgaard Õe ettepanek kohtuasjas The Scotch Whisky Association (C-44/17, EU:C:2018:111, punkt 60).

37 Vt kohtujurist Saugmandsgaard Õe ettepanek kohtuasjas The Scotch Whisky Association (C-44/17, EU:C:2018:111, punkt 58).

25. Kui aga visuaalse ja eriti foneetilise sarnasuse olemasolu ei ole „tingimus, mis peab olema“ seoste tekitamise tuvastamiseks „kindlasti täidetud“,³⁸ tähendab see, et tavalise toote ja sellise nimetusega hõlmatud toote vaheline mentaalne assotsiatsioon, mis on niisuguseks tuvastamiseks nõutav, ei eelda tingimata verbaalse keele kasutamist. Pilt, sümbol ja üldisemalt kujutismärk võib väljendada kontseptsiooni samamoodi nagu nimi ning seega võivad nad tekitada tarbijas mentaalse assotsiatsiooni kaitstud nimetusega, millega ei tekitata sellisel juhul seost mitte visuaalselt ega foneetiliselt, vaid selle kontseptuaalse sisu kaudu.

26. Tõsi, nagu komisjon kohtuistungil märkis, on peaaegu kõigis kohtuotsuse Scotch Whisky Association põhistuse punktides nagu ka kõigis varasemates eespool viidatud kohtulahendites seoste tekitamise funktsioon tavalise toote *nimetusel*³⁹.

27. Erinevalt komisjonist ei arva ma aga, et sellest asjaolust saaks järeldada, et Euroopa Kohus kavatses piirata seoste tekitamise juhu ainult olukordadega, kus mentaalne assotsiatsioon registreeritud nimetusega hõlmatud tootega tuleneb sõnaliste osade kasutamisest. Hoolimata tähelepanekust, et kohtuotsuse põhistuse kahes punktis ja resolutsiooni punkti 2 teises lõigus kõneldakse üldisemalt kõnealuse tähise „vaidlusalusest osast“, asetuvad Euroopa Kohtu kasutatud terminid nimelt selle põhikohtuasja konteksti, mis päädis kohtuotsusega Scotch Whisky Association ning kus oli vaidluse all tavalise toote nimetuses sisalduva termini seoste tekitamise võime⁴⁰.

28. Pealegi, kui määravad tõlgendusalsused tuleks võtta vaid selles kohtuotsuses kasutatud terminitest, tuleneks neist teha ka järeldus, et Euroopa Kohus kavatses piirata „seoste tekitamise“ mõiste üksnes juhtudega, mil nõutava assotsiatsiooni tekitavad tavalise toote müüginimetuses sisalduvad terminid, jättes kõrvale kõik muud selle toote etiketil või pakendil olevad verbaalsed osad (näiteks üldised, kirjeldavad, kiitvad jms väljendid). Sellise tõlgenduse välistab minu arvates aga juba määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b sõnastus, kus tuuakse sõnaselgelt välja väljendid (nagu „viis“, „tüüp“, „meetod“, „toodetud nagu“, „imitatsioon“), mis tavaliselt toote müüginimetusse ei kuulu, vaid lisatakse sellele.

29. Mis aga veel olulisem, Euroopa Kohtu eelviidatud kohtupraktikast, eriti kohtuotsustest Bureau National Interprofessionnel du Cognac⁴¹ ja Viiniverla⁴² ilmneb, et analüüsid, kas on tekitatud seoseid, tuleb arvesse võtta iga kaudset või otsest viidet registreeritud nimetusele, ükskõik, kas tegemist on tavalise toote etiketil või pakendil esinevate sõnaliste või just nimelt kujutisosadega või selliste teguritega, mis on seotud selle toote kuju või üldsusele esitlemisega. Seda analüüsid tuleb arvesse võtta ka kõnealuste toodete identsust või sarnasuse astet ning nende turustamistingimusi, pidades silmas ka kummagi müügikanaleid, ning asjaolusid, mille põhjal saab tuvastada, et kaitstud nimetusega hõlmatud toode on meelde toodud tahtlikult või hoopis juhuslikult. Seega tuleb liikmesriigi kohtul hinnata kõiki *näitajaid* kogumina, ilma et ühe sellise näitaja – näiteks kõnealuste *nimetuste* vahelise visuaalse, foneetilise või kontseptuaalse sarnasuse – esinemine või puudumine üksi lubaks tal seoste tekitamist tuvastada või selle välistada.

30. Märgin lisaks, et kohtuotsuses Scotch Whisky Association täpsustas Euroopa Kohus, et seoste tekitamisega saab tegemist olla ainult siis, kui vaidlusalune tähis tekitab sihtgrupis piisavalt „otsese“ ja „ühese“ seose selle tähise ja registreeritud nimetuse vahel,⁴³ piiritledes niiviisi „seoste tekitamise“ mõiste ulatuse pigem tarbija reaktsiooni vahetuse ja intensiivsuse – käesoleva ettepaneku punktis 19 täpsustatud tähenduses – kui tajumusliku stiimuli liigi alusel.

38 Kohtuotsus Scotch Whisky Association (punktid 46 ja 49).

39 Euroopa Kohus on kasutanud vaheldumisi termineid või väljendeid „nimetus“, „toote nimi“, „toote tähistamiseks kasutatav termin“, „müüginimetus“; vt eriti kohtuotsuse Scotch Whisky Association punktid 44, 45, 46, 48, 49–53 ja 56.

40 Sama kehtib teiste eelviidatud kohtulahendite kohta.

41 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus (C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484).

42 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus (C-75/15, EU:C:2016:35, punkt 27).

43 Kohtuotsus Scotch Whisky Association (punkt 53).

31. Selline piiritlemine on minu arvates aga iseenesest sobiv, et õigusvastase seoste tekitamise mõiste ulatus – ning sellest tulenevalt ka see, millises ulatuses võib piirata tavaliste toodete valmistajate vabadust valida, kuidas oma tooteid üldsusele esitleda – jääks piiresse, mis ei lähe registreeritud nimetuste tõhusaks kaitseks vajalikust kaugemale, ning et oleks täidetud nõue tagada asjaomaste ettevõtjate jaoks õiguskindlus⁴⁴.

32. Kui Euroopa Kohus nõustub minu soovitatud tõlgendusega, mille kohaselt võib määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses seoste tekitamine toimuda ka kujutismärkide kasutamisega ning ilma visuaalse, foneetilise või kontseptuaalse sarnasuseta KPNi või KGT ja tavalise toote müüginimetuse vahel, siis ei leia see mitte üksnes selget kinnitust Euroopa Kohtu praktikast, vaid on minu arvates ka kooskõlas nii liidu seadusandja sooviga anda neile nimetustele ulatuslik kaitse kui ka käesoleva ettepaneku punktis 21 nimetatud eesmärkide tähtsusega, mida sellise kaitse tunnustamisega taotletakse.

33. Viimaks rõhutan, et pakutud tõlgendus ei too kaasa määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b laienemist sellele järgnevate punktide c ja d kohaldamisalale, kuna viimastes on juttu „märgetest“ või „tegevusest“, mille keelamise põhjus pole mitte seoste tekitamine registreeritud nimetusega,⁴⁵ vaid see, et nendega antakse valet teavet toote lähtekoha, päritolu, laadi või oluliste omaduste kohta või et need võivad igal juhul tarbijat eksitada.

34. Eeltoodud kaalutlustest lähtudes tuleb esimesele eelotsuse küsimusele minu arvates vastata nii, et määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses seoste tekitamine võib toimuda ka kujutismärkide kasutamisega ning ilma visuaalse, foneetilise või kontseptuaalse sarnasuseta registreeritud nimetuse ja kõnealuse toote müüginimetuse vahel, tingimusel, et tarbijal tekib kokkupuutel vaidlusaluste tähistega kohe kujutluspilt registreeritud nimetusega hõlmatud kaubast.

Teine eelotsuse küsimus

35. Teise eelotsuse küsimuse võib jagada kaheks osaks. Esimeses osas soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtult sisuliselt teada, kas see, kui KPNiga hõlmatud toodetega identsete või sarnaste toodete kohta kasutatakse tähiseid, mis tekitavad seoseid määruse nr 510/2006 artikli 2 lõike 1 punkti a tähenduses KPNiga seonduva piirkonnaga, on selle määruse artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses õigusvastane seoste tekitamine. Teises osas soovib Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus) teada, kas õigusvastase seoste tekitamisega on tegemist ka siis, kui neid tähiseid kasutab samas piirkonnas asuv tootja, kuid toodete kohta, mis ei vasta KPNi spetsifikaadile.

36. Selle küsimuse esimese osa vastus tuleneb eeltoodud arutluskäigust.

37. Kuna KPNiga hõlmatud toodete ja nende päritolupiirkonna vahel on seos,⁴⁶ võib selle piirkonnaga seoseid tekitavate kujutis- ja/või sõnamärkide kasutamine tavaliste toodete kohta, mis on KPNiga hõlmatud toodetega identsed või sarnased, tuua üldsuse meelde kujutluspildi neist KPNiga hõlmatud toodetest ning järelikult olla määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses õigusvastane seoste tekitamine. Eeltäpsustatu kohaselt saab see siiski juhtuda ainult siis, kui KPNiga seonduva geograafilise piirkonnaga tekkiv assotsiatsioon, mida selle piirkonnaga seoseid tekitavate tähistega kasutamine põhjustab, toob tarbija meelde *kohe* kujutluspildi KPNiga hõlmatud toodetest.

44 Selle piiritlemise kooskõla õiguskindluse nõudega kinnitas Euroopa Kohus ise kohtuotsuse Scotch Whisky Association punktis 55.

45 Vt selle kohta kohtuotsus Scotch Whisky Association, punkt 65.

46 KPNide seos oma piirkonnaga on tihedam kui KGTdel. Määruse nr 510/2006 artikli 2 lõige 1 nõuab esimeste puhul, et vastavate toodete tootmine, töötlemine ja valmistamine toimuks määratletud geograafilises piirkonnas (punkt a), samas kui teiste puhul piisab ka sellest, et selles piirkonnas leiab aset üks neist etappidest (punkt b).

38. Nagu Euroopa Kohus on mitu korda märkinud, on selle hindamine, kas talle esitatud juhtumi korral on õigusvastase seoste tekitamise tingimused täidetud, liikmesriigi kohtu ülesanne⁴⁷. Alljärgnevate kaalutluste mõte on seega üksnes pakkuda midagi, millest eelotsusetaotluse esitanud kohus (või kohtuasja sisuliselt arutav kohus, kellel tuleb see lõpuks lahendada) saaks seda analüüsides juhinduda.

39. Kuigi põhikohtuasjas keskenduvad eelotsuse küsimused peamiselt vaidlusalustel etikettidel olevatele kujutismärkidele, on seal mitu osa, muist sõnalised osad (terminid „Rocinante“ ja „adarga de oro“) ja muist kujutisosad (joonistused, mis kujutavad mõningate Cervantese kuulsa romaani tegelaste välimust ning La Mancha maastikule tüüpiliseks peetavaid elemente), mille kohta eelotsusetaotluse esitanud kohus leiab, et need tekitavad seoseid piirkonnaga, mis seondub KPNiga „Queso manchego“. Termineid „manchego“ ja „Mancha“ ei ole vaidlustatud sõnamärkides isegi mitte osaliselt kasutatud⁴⁸ ning nende märkide ja kõnealuse KPNi vahel pole mingit visuaalset ega foneetilist sarnasust. Nagu märgib eelotsusetaotluse esitanud kohus, järeldub sellest, et kui seoste tekitamine peaks tuvastatama, saab see põhikohtuasja asjaoludel olla ainult kontseptuaalne.

40. Kui vaadelda vaidlusaluseid kujutismärke eraldi või ka omavahel kombineerituna, tundub esmapilgul, et need ei saa endast kujutada õigusvastast seoste tekitamist määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses nii, nagu seda tõlgendas Euroopa Kohus kohtuotsuses Scotch Whisky Association. Nagu komisjon ja Saksamaa valitsus märkisid, tundub osa neid tähiseid olevat nimelt liiga üldised, et tekitada tarbijal „ühest“ seost La Mancha piirkonnaga,⁴⁹ ning romaani „Don Quijote La Manchast“ tegelastele või selle romaani tegevuspaikadele või kuulsatele stseenidele viitavad kujutised ei tundu olevat sellised, et nad suudaks tekitada piisavalt „otsese“ seose kõnealuse geograafilise piirkonnaga, mis tuuakse meelde ainult „vahendatult“, assotsiatsioonide jada tulemusel.

41. Sellegipoolest ei välista ma, et seoste tekitamise saaks põhikohtuasja asjaoludel siiski tuvastada, kui selleks vajalike tingimuste täidetuse tuvastatakse igakülgse analüüsi alusel, mille juures võetaks arvesse kõiki vaidlusalustel etikettidel esinevaid osasid, millel võib olla seoste tekitamise potentsiaal, olenemata sellest, kas need on sõnalised või kujutisosad, samuti kõnealuste toodete identsust või sarnasust ning nende toodete esitlemise, reklaamimise ja turustamise viisi⁵⁰.

42. Kõnealuse küsimuse teine osa puudutab mõju, mis võib olla asjaolul, et KPNiga seonduva piirkonnaga seoseid tekitavaid tähiseid kasutatakse selle nimetusega hõlmamata toodete kohta, mida toodetakse, valmistatakse ja töödeldakse selles piirkonnas⁵¹.

43. Selle kohta märgin samamoodi nagu põhikohtuasja kassaator, Prantsuse, Saksamaa ja Hispaania valitsus ning komisjon, et määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkt b ei näe kuidagi ette, et tema kohaldamisalast jäävad välja olukorrad, kus seoseid tekitavate toodete geograafiline päritolu langeb KPNi või KGTga hõlmatud toodete päritoluga kokku. See seisukoht on teiseks kooskõlas nii seoste tekitamise – mis, nagu me nägime, ei olene tarbija eksimisest, sealhulgas seoseid tekitavate toodete geograafilise päritolu suhtes, kuigi see hõlmab ka segiajamise juhtusid – eest ette nähtud kaitse olemuse kui ka määruse nr 510/2006 eesmärkidega. Kui nimelt lubada teatud KPNiga seonduvas geograafilises piirkonnas tegutsevatel tootjatel, kes aga selle KPNi spetsifikaadi nõuetele ei vasta, kasutada selle geograafilise piirkonnaga seoseid tekitavaid tähiseid toodete kohta, mis on KPNiga

47 Vt eelkõige 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, punktid 22 ja 31) ning kohtuotsus Scotch Whisky Association (punktid 45, 46, 51, 52, 56 ja resolutsiooni punkt 2).

48 Vaidlusalustel etikettidel on ainult termin „queso“, millele kaitse aga ei kehti, kuna see on üldnimetus, vt määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 teine lõik.

49 Eriti pean silmas vaidlusalustel etikettidel olevaid lambakarja, tasandiku, hobuse ning tuuleveskite kujutisi, mis kuuluvad vaidlusaluste kaubamärkide kujutisosade hulka.

50 Sealhulgas KPNiga hõlmatud ja hõlmamata toodete segiajamist, mida põhjustavad teatavad IQC veebisaidil olevad andmed, nagu ilmneb eelotsusetaotlusest. Selle kohta märgin, et asjaolu, et sellised andmed kuuluvad määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti c kohaldamisalasse, kui need on eksitavad, ei välista võimalust võtta neid arvesse ka selle sätte punkti b tähenduses seoste tekitamise näitajana.

51 Tähendab, tooted, mis ei vasta KPNi spetsifikaadile mingist muust aspektist kui nende geograafiline päritolu.

hõlmatud toodetega identsed või sarnased, nõrgeneks selle tähise antav kvaliteeditagatis,⁵² mis käib küll põhiliselt KPNiga hõlmatud toodete geograafilise päritolu kohta, kuid eeldab siiski kõigi spetsifikaadi nõuete järgimist. Pealegi, kui seoste tekitamise eest ette nähtud kaitse ei laieneks kohalike tootjate käitumisele, kes ei järgi spetsifikaadi nõudeid, kahjustaks see nende tootjate ainuõigusi, kes on teinud määruse nr 510/2006 kohaselt registreeritud päritolunimetuse kasutamiseks tegelikke kvalitatiivseid jõupingutusi, nii et nagu rõhutab Prantsuse valitsus, jääks viimaste kanda selle kõlvatu konkurentsi tagajärjed, mis on potentsiaalselt veel kahjulikumad just selle tõttu, et seda konkurentsi pakuvad samas geograafilises piirkonnas asuvad tootjad⁵³.

44. Eeltoodud kaalutlustest lähtuvalt tuleb Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus) teisele eelotsuse küsimusele minu arvates vastata nii, et kui määruse nr 510/2006 artikli 2 lõike 1 punkti a tähenduses KPNiga hõlmatud toodetega identsete või sarnaste toodete kohta kasutatakse tähiseid, mis tekitavad seoseid selle nimetusega seonduva piirkonnaga, võib see olla viidatud määruse artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses seoste tekitamine ka juhul, kui neid tähiseid kasutab KPNiga hõlmamata toodete kohta samas piirkonnas asuv tootja.

Kolmas eelotsuse küsimus

45. Kolmanda eelotsuse küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtult teada, kas mõiste „piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas keskmine tarbija“, millest liikmesriigi kohus peab määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses seoste tekitamise tuvastamisel lähtuma, kattub Euroopa tarbijaga või võib see piirduda üksnes seoseid tekitava toote valmistamis- ja peamiseks tarbimiskohaks oleva liikmesriigi tarbijaga.

46. Nagu eespool märgitud ning nagu on välja toonud kõik Euroopa Kohtus seisukohti esitanud isikud, tuleneb selle küsimuse vastus 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsusest Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35). Selles kohtuotsuses, mis puudutab määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tõlgendamist, täpsustas Euroopa Kohus, et arvestades vajadust tagada geograafiliste tähiste tõhus ja ühetaoline kaitse kogu liidus, käib mõiste „tarbija“, kelle tajust peab lähtuma selle kindlaksmääramisel, kas on tegu selle sätte tähenduses seoste tekitamisega või mitte, „Euroopa tarbija kohta ega hõlma ainult selle liikmesriigi tarbijaid, kus valmistatakse kaitstud geograafilise tähisega seoste tekitamise tingitud toodet“⁵⁴. Sama tõlgendust tuleks minu arvates kasutada ka seoste tekitamise eest määruses nr 510/2006 ette nähtud kaitse kontekstis.

47. Põhikohtuasja asjaolud on aga kohtuotsusega Viiniverla⁵⁵ päädinud menetluse omadest erinevad. Selles kohtuasjas oleks see, kui mõiste oleks puudutanud ainult Soome kohalikku tarbijat – kes suudab nimetuses „Verlados“ ära tunda seoseid tekitava toote valmistamiskoha –, mitte Euroopa oma, võinud tähendada, et seoste tekitamine on sel juhul välistatud.⁵⁶ Kui aga põhikohtuasjas võetaks arvesse

52 Tagatis, mis on „määruse nr 510/2006 peamine ülesanne“; vt selle kohta 8. septembri 2009. aasta kohtuotsus Budějovický Budvar (C-478/07, EU:C:2009:521, punkt 112).

53 Mis puutub põhikohtuasja vastustaja kohtuistungil esitatud argumenti, mis põhineb õiguskindluse nõudel seoses selliste tähiste kasutamise õiguspärasusega, mis on kaubamärkidenä registreeritud enne päritolunimetuse registreerimist määruse nr 510/2006 alusel, märgin, et selle määruse artikli 14 lõikes 2 on sätestatud, et ühele selle määruse artiklis 13 osutatud olukorrale vastava ning enne päritolunimetuse või geograafilise tähise päritoluriigis kaitse alla võtmise kuupäeva registreeritud kaubamärgi kasutamist võib jätkata, olenemata päritolunimetuse või geograafilise tähise registreerimisest. Seda, kas põhikohtuasjas on selle sätte kohaldamise tingimused täidetud, tuleb kontrollida liikmesriigi kohtul.

54 Vt 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, punkt 27).

55 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus (C-75/15, EU:C:2016:35).

56 Kuigi see põhines sellisel seoste tekitamise mõiste tõlgendusel, mis piirdub asjaomaste toodete segiajamise ja tarbija eksitamisega ja millega Euroopa Kohus siiski ei nõustunud, vt kohtuotsused Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97 (EU:C:1999:115, punkt 26), komisjon vs. Saksamaa (C-132/05, EU:C:2008:117, punkt 45) ja 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, punkt 44).

üksnes Hispaania tarbija taju, oleks võimaliku seoste tekitamise tuvastamine hõlpsam, samas kui hoopis Euroopa tarbijat (välja arvatud Hispaania tarbijat) arvesse võttes võiks seoste tekitamine olla välistatud, kuna vaidlusalustel etikettidel olevate kujutis- ja sõnamärkide seos La Mancha piirkonnaga on tema jaoks paratamatult nõrgem.

48. Just sel põhjusel palub eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtul selgitada, kas sellistel asjaoludel nagu põhikohtuasjas tuleb arvesse võtta Euroopa tarbijat või ainult Hispaania tarbijat.

49. On ilmne, et mõiste „Euroopa tarbija“ on olemuslikult piiratud, kuna tegemist on siiski *fictio juris*'ega, mille eesmärk on taandada äärmiselt kirev ja mitmekesine tegelikkus ühisele nimetajale. Kontekstis, kus registreeritud nimetusi kaitstakse õigusvastase seoste tekitamise eest – kus mitte segiajamise ohu, vaid lihtsalt assotsiatsiooni tuvastamisel on oluline tarbija eeldatav taju – tuleb seda mõistet ning ka üldisemalt mõistet „piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas keskmine tarbija“ lisaks kohaldada erilise ettevaatusega.

50. Sellegipoolest, nagu Euroopa Kohus kohtuotsuses Viiniverla⁵⁷ rõhutas, vastab „Euroopa tarbija“ mõiste kasutamine vajadusele tagada registreeritud nimetuste tõhus ja ühetaoline kaitse kogu liidus.

51. Kuigi selline vajadus nõuab, et ka kohalikuks turustamiseks mõeldud toodete puhul ei võetaks arvesse asjaolusid, mis võiksid õigusvastase seoste tekitamise üksnes ühe liikmesriigi tarbijate jaoks välistada, ei nõua see seevastu, et õigusvastane seoste tekitamine üheainsa liikmesriigi tarbija jaoks, mis on *tuvastatud*, oleks määrusega nr 510/2006 ette nähtud kaitse kohaldamiseks ebapiisav.

52. Eeltoodud kaalutlustest lähtudes tuleb minu arvates vastata Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus) kolmandale eelotsuse küsimusele nii, et tuvastades määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses „seoste tekitamist“ registreeritud nimetusega, peab liikmesriigi kohus lähtuma piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepaneliku ja aruka keskmise Euroopa tarbija tajust, kusjuures viimast mõistet tuleb käsitada nii, et see käib ka selle liikmesriigi tarbija kohta, kus seoseid tekitavaid tooteid valmistatakse või millega registreeritud nimetus geograafiliselt seondub.

Ettepanek

53. Kõigist esitatud kaalutlustest lähtudes teen Euroopa Kohtule ettepaneku vastata Tribunal Supremo (Hispaania kõrgeim kohus) esitatud eelotsuse küsimustele järgmiselt:

Nõukogu 20. märtsi 2006. aasta määruse nr 510/2006 põllumajandustoodete ja toidu geograafiliste tähiste ja päritolunimetuste kaitse kohta artikli 13 lõike 1 punkti b tuleb tõlgendada nii, et selle sätte tähenduses seoste tekitamine võib toimuda ka kujutismärkide kasutamisega ning ilma visuaalse, foneetilise või kontseptuaalse sarnasuseta registreeritud nimetuse ja kõnealuse toote müüginimetuse vahel, tingimusel, et tarbijal tekib kokkupuutel vaidlusaluste tähistega kohe kujutluspilt registreeritud nimetusega hõlmatud kaubast.

Kui määruse nr 510/2006 artikli 2 lõike 1 punkti a tähenduses kaitstud päritolunimetusega hõlmatud toodetega identsete või sarnaste toodete kohta kasutatakse tähiseid, mis tekitavad seoseid selle nimetusega seonduva piirkonnaga, võib see olla viidatud määruse artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses seoste tekitamine ka juhul, kui neid tähiseid kasutab kaitstud päritolunimetusega hõlmamata toodete kohta samas piirkonnas asuv tootja.

⁵⁷ 21. jaanuari 2016. aasta kohtuotsus (C-75/15, EU:C:2016:35, punkt 27).

Tuvastades määruse nr 510/2006 artikli 13 lõike 1 punkti b tähenduses „seoste tekitamist“ registreeritud nimetusega, peab liikmesriigi kohus lähtuma piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepaneliku ja aruka keskmise Euroopa tarbija tajust, kusjuures viimast mõistet tuleb käsitada nii, et see käib ka selle liikmesriigi tarbija kohta, kus seoseid tekitavaid tooteid valmistatakse või millega registreeritud nimetus geograafiliselt seondub.