



## Teismo praktikos rinkinys

GENERALINIO ADVOKATO  
GIOVANNI PITRUZZELLA IŠVADA,  
pateikta 2019 m. sausio 10 d.<sup>1</sup>

**Byla C-614/17**

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

(*Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas, Ispanija) pateiktas prašymas priimti prejudicinį sprendimą)

„Prašymas priimti prejudicinį sprendimą – Žemės ūkio ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsauga – SKVN „Queso manchego“ – Žymenų, kurie gali priminti regioną, su kuriuo siejama SKVN, naudojimas – Sąvoka „pakankamai informuotas ir protingai pastabus vidutinis vartotojas“

1. Praėjus keliems mėnesiams nuo 2018 m. birželio 7 d. Sprendimo *Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:415, toliau – Sprendimas *Scotch Whisky Association*), Teisingumo Teismo vėl prašoma priimti prejudicinį sprendimą dėl sąvokos „įvaizdžio atkūrimas (mėgdžiojimas)“, kaip ji suprantama pagal Sąjungos teisės aktus dėl saugomų kilmės vietos nuorodų (SKVN) ir saugomų geografinių nuorodų (SGN)<sup>2</sup>, išaiškinimo. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas pirmiausia klausia, ar ženklų arba vaizdų, kuriais daroma nuoroda į referencinę SKVN geografinę vietovę, naudojimas prekiaujant produktais, panašiais į produktus, pažymėtus šia SKVN, gali būti laikomas SKVN įvaizdžio atkūrimu (mėgdžiojimu), kuris draudžiamas pagal Reglamento Nr. 510/2006<sup>3</sup> 13 straipsnio 1 dalies b punktą. Šiame prašyme priimti prejudicinį sprendimą taip pat keliamas subtilus ir dar neaptartas klausimas, ar ūkio subjektui, kuris yra įsikūręs referencinėje SKVN geografinėje teritorijoje, turėtų būti ribojama galimybė naudoti žymenis, galinčius priminti tą teritoriją, apibūdinant (tapačius ar panašius) produktus, kurie yra ten gaminami, bet jiems SKVN netaikoma.

### Teisinis pagrindas

2. Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio „Apsauga“ 1 dalies b punkte nustatyta:

„1. Įregistruoti pavadinimai saugomi nuo:

<...>

1 Originalo kalba: italų.

2 Toliau SKVN ir SGN kartu vadinsiu „saugomos nuorodos“ arba „registruotos nuorodos“.

3 2006 m. kovo 20 d. Reglamentas (EB) Nr. 510/2006 dėl žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos (OL L 93, 2006, p. 12). Reglamentas Nr. 510/2006 nuo 2013 m. sausio 3 d. buvo pakeistas 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų (OL L 343, 2012, p. 1).

- b) bet kokio neleistino [netinkamo] naudojimo, imitavimo ar įvaizdžio apie gaminį atkūrimo [mėgdžiojimo], net ir tuo atveju, jeigu yra nurodoma tikroji produkto kilmė arba jeigu saugomas pavadinimas yra išverstas, arba prie jo rašomi žodžiai, pavyzdžiui, „rūšis“, „tipas“, „metodas“, „pagaminta kaip“, „imitacija“ ar panašūs;

<...>“

3. Reglamento Nr. 510/2006 14 straipsnio 1 dalies pirmoje pastraipoje nustatyta: „Jeigu kilmės vietos nuoroda ar geografinė nuoroda įregistruojama pagal šį reglamentą, paraiška įregistruoti prekių ženklą, atitinkantį vieną iš 13 straipsnyje nurodytų situacijų ir susijusį su ta pačia produktų grupe, yra atmetama, jeigu paraiška įregistruoti prekių ženklą pateikta po įregistravimo paraiškos pateikimo Komisijai datos.“ Antroje pastraipoje nurodyta: „Prekių ženklai, įregistruoti pažeidžiant pirmą pastraipą, pripažįstami negaliojančiais.“ To paties straipsnio 2 dalyje nustatyta: „Atsižvelgiant į Bendrijos teisę, prekių ženklą esant vienai iš 13 straipsnyje nurodytų situacijų, kai prekių ženklas buvo įregistruotas, arba tais atvejais, kai tai numatyta atitinkamuose teisės aktuose, buvo įgytas jį sąžiningai naudojant Bendrijos teritorijoje iki kilmės vietos nuorodos ar geografinės nuorodos apsaugos datos kilmės šalyje <...>, toliau galima naudoti nepaisant kilmės vietos nuorodos ar geografinės nuorodos įregistravimo <...>“<sup>4</sup>.

### Pagrindinė byla ir prejudiciniai klausimai

4. *Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego* (toliau – Fondas), ieškovas pagrindinėje byloje, vienu dokumentu<sup>5</sup> pareiškė *Industrial Quesera Cuquerella S.L.* (toliau – IQC) ir Juan Ramón Cuquerella Montagud toliau nurodytus ieškinius, kuriais siekiama apsaugoti SKVN „Queso Manchego“<sup>6</sup>, už kurios valdymą yra atsakingas:

- ieškinį dėl pripažinimo, kuriuo prašoma pripažinti, kad IQC, naudodama etiketes, kuriomis ženklino rinkai tiekiamus sūrius „Adarga de Oro“, „Super Rocinante“ ir „Rocinante“, kuriems netaikoma SKVN „Queso Manchego“, ir savo interneto svetainėje vartodama terminus „Quesos Rocinante“, kuriais nurodė tiek SKVN paženklintus „Queso Manchego“ sūrius, tiek sūrius, kuriems ši nuoroda netaikoma<sup>7</sup>, pažeidė šią SKVN, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą,
- ieškinį, kuriuo siekiama dėl Reglamento Nr. 510/2006 14 straipsnyje nurodytų priežasčių iš dalies panaikinti komercinį pavadinimą „Rocinante“ ir du nacionalinius žodinius ir vaizdinius prekių ženklus<sup>8</sup>, kuriais atkuriamas tas pats terminas,
- ieškinį dėl naudojimo nutraukimo, kuriuo siekiama užkirsti kelią nesąžiningai konkurencijai ir pašalinti jos pasekmes.

4 Kiek tai susiję su šiuo prašymu priimti prejudicinį sprendimą, šiuo metu galiojančios Reglamento Nr. 1151/2012 13 straipsnio 1 dalies ir 14 straipsnio 1 dalies nuostatos yra suformuluotos iš esmės taip pat kaip Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies bei 14 straipsnio 1 dalies nuostatos.

5 Iš Teisingumo Teismo turimos pagrindinės bylos medžiagos matyti, kad ieškinyje buvo pareikštas 2012 m. Kadangi nėra išsamesnės informacijos, reikia pasikliauti prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusių teismo įvertinimu, kurio pagrindinės bylos šalys neginčija, kad pagrindinei bylai *ratione temporis* taikytinas Reglamentas Nr. 510/2006, o ne Reglamentas Nr. 1151/2012. Bet kuriuo atveju Reglamento Nr. 510/2006 nuostatos, kurias prašoma išaiškinti, kaip jau buvo pažymėta, iš esmės sutampa su atitinkamomis Reglamento Nr. 1151/2012 nuostatomis.

6 SKVN „Queso Manchego“ buvo įregistruota remiantis 1996 m. birželio 12 d. Komisijos reglamentu (EB) Nr. 1107/96 dėl geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų įregistravimo vadovaujantis Reglamento (EEB) Nr. 2081/92 17 straipsnyje nustatyta tvarka (OL L 148, 1996, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 3 sk., 19 t., p. 176).

7 Fondas visų pirma užginčijo žodžio „Rocinante“ naudojimą tiek IQC interneto svetainės domeno varde (www.rocinante.es), tiek jos turinyje, taip pat La Mančos regionui būdingų kraštovaizdžio elementų vaizdavimą.

8 Įregistruotuose produktų „sūriai ir sūrių produktai“ (Nicos nomenklatūros 29 klasė) ir „sūrių ir sūrių produktų vežimas, sandėliavimas ir platinimas“ (Nicos nomenklatūros 39 klasė) prekių ženkluose žodis „Rocinante“ yra įrašytas apskritime pateiktame piešinyje, kurio pirmame plane vaizduojamas arklys, o fone vaizduojama avių banda lygumoje ir keli vėjo malūnai. Iš prašymo priimti prejudicinį sprendimą atrodo, kad prašymai įregistruoti abu prekių ženklus pateikti vėliau, nei įregistruota SKVN „Queso Manchego“.

5. Kiek tai susiję su ieškiniu dėl pripažinimo, dėl kurio pateikti prejudiciniai klausimai, pažymėtina, kad atsakovai nesutiko su tuo, kad IQC etiketėse ir interneto svetainėje naudojami žodiniai ir vaizdiniai žymenys primena SKVN „Queso Manchego“, ir teigė, kad IQC, kaip La Mančos regione įsteigta įmonė, turi teisę naudoti su šiuo regionu susijusius simbolius.

6. Pirmosios instancijos teismas atmetė Fondo ieškinį, remdamasis dviem išvadomis: kad IQC naudojami vaizdiniai ir žodiniai žymenys nei vizualiai, nei fonetiškai nepanašūs į terminus „Queso manchego“ ir „la Mancha“ ir kad tie žymenys primena La Mančos regioną, o ne SKVN „Queso Manchego“. Fondo pateiktas apeliacinis skundas dėl pirmosios instancijos teismo sprendimo buvo atmestas *Audiencia Provincial de Albacete* (Albasetės provincijos teismas, Ispanija), pastarasis teismas taip pat laikėsi nuomonės, kad negalima daryti išvados, jog mėgdžiojama SKVN „Queso Manchego“, nes nebuvo žodinių žyмену, kurie būtų vizualiai, fonetiškai ar konceptualiai panašūs į tą nuorodą. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo teigimu, tai, kad IQC naudojo La Mančos regioną primenančius simbolius, bet ne produktus, kuriems taikoma SKVN, turi būti vertinama kaip teisėtas naudojimas, nes bendrovės IQC parduodami produktai, kuriems naudojami tokie simboliai, yra gaminami tame regione. Nuoroda į La Mančos sūrių kokybę ir reputaciją nereiškia nuorodos į sūrių, kuriems taikoma SKVN „Queso Manchego“, kokybę ir reputaciją.

7. Fondas pateikė *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas, Ispanija) kasacinį skundą dėl šio *Audiencia Provincial de Albacete* sprendimo.

8. Nutartyje dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) pateikė tokius patikslinimus: i) žodis „manchego“ yra būdvardis, ispanų kalboje vartojamas, *inter alia*, pavadinti produktams, kilusiems iš Ispanijos regiono La Mančos, kuriame avių pieno sūrių gamyba naudojant specialius paruošimo ir brandinimo būdus yra tapusi tradicija; ii) La Manča yra regionas, kuriame vyksta didžioji garsiam Miguelio de Servanteso romane „Don Kichotas iš La Mančos“ aprašytų veiksmų dalis<sup>9</sup>; iii) M. de Servanteso romano pagrindinio veikėjo fizinis aprašymas atitinka sūrio „Adarga de Oro“ etiketėje nupiešto raitelio išvaizdą; iv) ispanų kalbos žodis „adarga“ yra archaizmas, M. de Servanteso kūrinyje vartojamas Don Kichoto skydai pavadinti; v) „Rocinante“, taip pat vartojamas tam tikrų IQC parduodamų sūrių etiketėse, yra Don Kichoto arklys; vi) viename žymiausių M. de Servanteso romano skyrių Don Kichotas kovoja su vėjo malūnais, kurie yra La Mančos kraštovaizdžiui būdingas elementas, vaizduojamas tam tikrose IQC naudojamose etiketėse ir jos interneto svetainėje.

9. *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) visų pirma klausia, ar, kaip Fondas teigia pagrindinėje byloje, SKVN įvaizdžio atkūrimas (mėgdžiojimas) gali būti atliekamas naudojant vien vaizdinius žymenis, taigi iš esmės gali būti konceptualus. Antra, *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) klausia, ar vaizdinių ir žodinių ženklų, kurie primena La Mančos regioną, naudojimas prekiaujant sūriais reiškia SKVN „Queso Manchego“ įvaizdžio atkūrimą ir ar dėl to sūrio gamintojai, kuriems taikoma ši nuoroda, turi monopoliją naudoti tuos žymenis ir šiame regione įsteigtų gamintojų, kurių produktams SKVN netaikoma, atžvilgiu. Šiuo klausimu *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) pažymi, kad tuo atveju, jei atsakymas į šį klausimą būtų teigiamas, galėtų būti apribotas laisvas prekių judėjimas, o dėl neigiamo atsakymo susilpnėtų SKVN suteikiama apsauga ir blogėtų informavimo apie pripažintų produktų, kuriems taikomos tokios nuorodos, kokybė. Galiausiai prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas klausia Teisingumo Teismo, į kokią vartotojų grupę turėtų būti atsižvelgta siekiant nustatyti „įvaizdžio apie gaminį atkūrimą“, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, visų pirma tais atvejais, kai produktai, pažymėti nagrinėjama SKVN, visų pirma skiriami vartoti toje valstybėje narėje, kurioje jie pagaminti.

<sup>9</sup> Paskelbtas dviem dalimis Madride 1605 m. ir 1615 m., originalus pavadinimas „El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha“.

10. Šiomis aplinkybėmis *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) 2017 m. spalio 19 d. nutartimi sustabdė bylos nagrinėjimą ir pateikė Teisingumo Teismui tokius prejudicinius klausimus:

- „1. Ar saugomos kilmės vietos nuorodos „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“, draudžiamas pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, būtinai turi būti atliekamas naudojant pavadinimus, kurie vizualiai, fonetiškai arba konceptualiai panašūs į saugomą kilmės vietos nuorodą, ar toks mėgdžiojimas yra ir tuo atveju, kai naudojami vizualūs žymenys, kuriais mėgdžiojama kilmės vietos nuoroda?
2. Ar tuo atveju, kai kalbama apie saugomą geografinio pobūdžio kilmės vietos nuorodą (Reglamento Nr. 510/2006 2 straipsnio 1 dalies a punktas) ir tuos pačius arba panašius produktus, žymenų, kuriais daroma nuoroda į regioną, su kuriuo siejama saugoma kilmės vietos nuoroda, naudojimas gali reikšti pačios saugomos kilmės vietos nuorodos mėgdžiojimą, kaip jis suprantamas pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, kuris draudžiamas net tuo atveju, kai tokius žymenis naudoja gamintojas, kuris yra įsikūręs regione, su kuriuo siejama saugoma kilmės vietos nuoroda, bet kurio produktams netaikoma tokia kilmės vietos nuorodos teikiama apsauga, nes jie netenkina produkto specifikacijose nurodytų su geografine kilme nesusijusių reikalavimų?
3. Ar pakankamai informuoto, protingai pastabaus ir nuovokaus vidutinio vartotojo, į kurio suvokimą, siekdamas nustatyti, ar yra „mėgdžiojimas“ („įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“), kaip jis suprantamas pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, turi atsižvelgti nacionalinis teismas, sąvoka turi būti suprantama kaip apimanti Europos vartotoją, ar vis dėlto tik kaip apimanti valstybės narės, kurioje gaminamas su saugomos geografinės nuorodos mėgdžiojimu susijusių klausimų keliantis produktas arba su kuria geografiškai siejama saugoma kilmės vietos nuoroda ir kurioje to produkto suvartojama daugiausia, vartotoją?“

## Procesas Teisingumo Teisme

11. Rašytines pastabas pagal Teisingumo Teismo statuto 23 straipsnį pateikė pagrindinės bylos šalys, Prancūzijos, Vokietijos ir Ispanijos vyriausybės, taip pat Komisija. Šios suinteresuotosios šalys, išskyrus Vokietijos vyriausybę, buvo išklaustytos per 2018 m. spalio 25 d. posėdį.

## Teisinis vertinimas

### *Trumpas reikšmingos jurisprudencijos priminimas*

12. Prieš pradėdant nagrinėti prejudicinius klausimus, būtina trumpai apžvelgti reikšmingus Teisingumo Teismo jurisprudencijos etapus, susijusius su saugomų nuorodų apsauga įvaizdžio atkūrimo (mėgdžiojimo) atveju.

13. Pirmasis Teisingumo Teismo sprendimas dėl sąvokos „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“, kaip ji suprantama pagal Reglamento Nr. 2081/92<sup>10</sup>, kurį vėliau pakeitė Reglamentas Nr. 510/2006, 13 straipsnio 1 dalies b punktą, yra 1999 m. kovo 4 d. Sprendimas *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115). Toje byloje *Handelsgericht Wien* (Vienos komercinių bylų teismas, Austrija) kreipėsi į Teisingumo Teismą prašydamas priimti prejudicinį sprendimą dėl įstaigos, atsakingos už SKVN „Gorgonzola“ valdymą, prašymo neleisti Austrijoje platinti pelėsinio sūrio „Cambozola“ ir išregistruoti atitinkamą anksčiau įregistruotą prekių ženklą. Teisingumo Teismas nurodė, kad, visų pirma, sąvoka „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“, kaip ji suprantama pagal minėtą

<sup>10</sup> 1992 m. liepos 14 d. Tarybos reglamentas (EEB) Nr. 2081/92 dėl žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos (OL L 208, 1992, p. 1, 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 3 sk., 13 t., p. 33). Šio reglamento 13 straipsnio 1 dalies b punkto tekstas iš esmės sutampa su atitinkamos Reglamento Nr. 510/2006 nuostatų tekstu.



Reglamento Nr. 2081/92 nuostatą, „apima tokį atvejį, kai gaminiui pavadinti vartojamame žodyje yra saugomos nuorodos dalis, todėl vartotojas, susidūręs su gaminio pavadinimu, gali išsivaizduoti prekę, kuriai skirta nuoroda“, ir, antra, saugoma nuoroda gali būti mėgdžiojama net ir nesukeliant rizikos supainioti nagrinėjamus produktus<sup>11</sup>. Tarp aspektų, kuriuos Teisingumo Teismas nurodė kaip svarbius darant išvadą, kad įvaizdžio atkūrimas (mėgdžiojimas) egzistuoja, buvo paminėtas nuorodų „fonetinis ir optinis panašumas“ dėl dalies SKVN įtraukimo į ginčijamą prekių ženklą<sup>12</sup>, aptariamų gaminių panašumas tiek prekiniais aspektais, tiek pateikimo rinkai<sup>13</sup> būdu ir tyčinis nagrinėjamų nuorodų fonetinių analogijų pobūdis<sup>14</sup>.

14. Toks požiūris buvo patvirtintas 2008 m. vasario 26 d. Sprendime *Komisija / Vokietija* (C-132/05, EU:C:2008:117) dėl Vokietijos Federacinei Respublikai pareikšto ieškinio dėl išpareigojimų neįvykdymo; tame ieškinyje Komisija kaltino šią valstybę atsisakius skirti sankcijas už tai, kad, pažeidžiant SKVN „Parmigiano Reggiano“, jos teritorijoje buvo naudojama nuoroda „parmesean“. Įvaizdžio apie gaminių atkūrimas, kaip jis suprantamas pagal Reglamento Nr. 2081/92 13 straipsnio 1 dalies b punktą, Teisingumo Teismo buvo nustatytas atsižvelgiant ne tik į nagrinėtų nuorodų vaizdinius ir fonetinius panašumus – vertinimo kriterijus, kuriuos Teisingumo Teismas pabrėžė pirmiau minėtame Sprendime *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*,<sup>15</sup> – bet ir jų „konceptinį artimumą“<sup>16</sup>, nes šie terminai priklauso skirtingoms kalboms.

15. Teisingumo Teismas yra priėmęs analogišką sprendimą aiškindamas Reglamentą Nr. 110/2008<sup>17</sup> dėl alkoholinių gėrimų geografinių nuorodų apsaugos, kurio 16 straipsnio b punkto nuostata iš esmės sutampa su Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punkto nuostata. Prašyme priimti prejudicinį sprendimą, dėl kurio buvo priimtas 2011 m. liepos 14 d. Sprendimas *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484), ieškovas pagrindinėje byloje reikalavo, kad Suomijoje nebūtų įregistruoti du vaizdiniai prekių ženklai, kuriuose esančiuose žodžiuose buvo pateikta visa SGN „Cognac“, kurios savininkas jis yra, taip pat jos vertimas. Tokį atgaminimą pripažindamas įvaizdžio apie gaminių atkūrimu, Teisingumo Teismas taikė tuos pačius vertinimo kriterijus, kurie nustatyti Sprendime *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*<sup>18</sup> ir Sprendime *Komisija / Vokietija*<sup>19</sup>. Savo 2016 m. sausio 21 d. Sprendime *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 31 punktas) Teisingumo Teismas pažymėjo, kad šiais kriterijais nacionaliniam teismui siekiama padėti priimti sprendimą, nes jis, o ne Teisingumo Teismas turi įvertinti, ar nagrinėjamoje byloje esama „įvaizdžio apie gaminių atkūrimo“, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio a punktą. Pagrindinė byla, kurioje priimtas sprendimas prašyti priimti prejudicinį sprendimą, buvo susijusi su įmonės *Viiniverla*, kurios buveinė yra Verloje (Suomija), teise naudoti pavadinimą „Verlados“ savo gaminamai obuolių sidro degtinei vadinti. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, kuris turėjo priimti sprendimą dėl akto, kuriuo Suomijos valdžios institucijos uždraudė naudoti šią nuorodą, siekdamas apsaugoti SGN „Calvados“, Teisingumo Teismo, be kita ko, klausė, ar tam tikros faktinės aplinkybės yra svarbios siekiant nustatyti, ar esama įvaizdžio apie gaminių atkūrimo. Teisingumo Teismas, išreiškęs nuomonę dėl sąvokos „reikšmingas vartotojas“<sup>20</sup>, pažymėjo, kad įvaizdžio apie gaminių atkūrimo nagrinėjimu siekiama užtikrinti, „kad visuomenė gaminių nesietų su tam tikra kilme ir kad veiklos vykdytojas negalėtų turėti nepagrįstos

11 1999 m. kovo 4 d. Sprendimas *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 25 ir 26 punktai).

12 1999 m. kovo 4 d. Sprendimas *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 27 punktas).

13 1999 m. kovo 4 d. Sprendimas *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 28 punktas).

14 1999 m. kovo 4 d. Sprendimas *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 28 punktas).

15 1999 m. kovo 4 d. sprendimas (C-87/97, EU:C:1999:115).

16 2008 m. vasario 26 d. sprendimas *Komisija / Vokietija* (C-132/05, EU:C:2008:117, 47 ir 48 punktai).

17 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos bei panaikinantį Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 1576/89 (OL L 39, 2008, p. 16).

18 1999 m. kovo 4 d. sprendimas (C-87/97, EU:C:1999:115).

19 2008 m. vasario 26 d. sprendimas (C-132/05, EU:C:2008:117). Žr. 2011 m. liepos 14 d. Sprendimo *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484) 56–58 punktus.

20 Prie Teisingumo Teismo nustatytų principų, susijusių su sąvoka „vartotojas“, bus sugrįžta nagrinėjant trečiąjį prejudicinį klausimą.

naudos iš atitinkamos saugomos geografinės nuorodos reputacijos“<sup>21</sup>. Atsižvelgiant į tai, nei aplinkybė, kad pavadinimu „Verlados“ daroma nuoroda į įmonę gamintoją ir į realią produkto geografinę kilmę, kuri Suomijos vartotojui yra žinoma ir atpažįstama, nei aplinkybė, kad tokiu pavadinimu žymimu gėrimu prekiaujama tikrai vietos mastu ir ribotais kiekiais, Teisingumo Teismo nebuvo pripažintos minėtam nagrinėjimui svarbiais aspektais.

16. Galiausiai, neseniai priimtame Sprendime *Scotch Whisky Association*, kuris buvo paskelbtas pasibaigus rašytinei bylos, kurioje teikiama ši išvada, proceso daliai<sup>22</sup>, Teisingumo Teismas visų pirma nurodė, kad nei dalies saugomos geografinės nuorodos įtraukimas į pavadinimą, kuris yra ginčo dalykas, nei fonetinis ir vizualus tos nuorodos panašumas į SGN nėra pagrindinės prielaidos, kuriomis remiantis gali būti nustatyta, kad egzistuoja „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008<sup>23</sup> 16 straipsnio b punktą, ir pažymėjo, kad jei tokio įtraukimo ar tokio panašumo nėra, įvaizdžio atkūrimą taip pat gali lemti vien SGN ir žymens, kuris yra ginčo dalykas, „konceptualus panašumas“<sup>24</sup>. Be to, jis atmetė galimybę, jog tam, kad egzistotų „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą, pakanka, kad žymens, kuris yra ginčo dalykas, elementas atitinkamai visuomenės grupei sukeltų kokių nors asociacijų su SGN arba atitinkama geografine vieta. Toks kriterijus, Teismo manymu, negali būti priimtas, nes „neleidžia nustatyti pakankamai tiesioginio ir vienareikšmio ryšio“ tarp tokio elemento ir SGN<sup>25</sup> ir yra pernelyg „netikslus ir platus“, kad atitiktų reikalavimą užtikrinti suinteresuotųjų ūki subjektų teisinį saugumą<sup>26</sup>.

17. Iš ką tik apžvelgtos suformuotos jurisprudencijos aiškėja, kad skirtingomis ES teisėje galiojančiomis kokybės sistemomis užtikrinama apsauga nuo įvaizdžio apie gaminį atkūrimo<sup>27</sup> yra tam tikra *sui generis*<sup>28</sup> apsauga, nesusijusi su klaidinimo kriterijumi – taikant šį kriterijų daroma prielaida, kad žymuo, kuris yra ginčo dalykas, tapatus registruotai nuorodai ir gali suklaidinti visuomenę dėl produkto geografinės kilmės ar ypatybių, – ir nėra tikrai apsauga nuo painiavos. Todėl pagrindinis apsaugos nuo įvaizdžio atkūrimo tikslas yra registruotų nuorodų kokybinio paveldo ir reputacijos apsauga nuo parazitavimo veiksmų, o ne vartotojų apsauga nuo klaidinančio elgesio, kuri siejama su Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies c ir d punktuose apibūdintais atvejais ir atitinkamomis kitų Sąjungos priemonių, kuriomis užtikrinama saugomų nuorodų apsauga, nuostatomis<sup>29</sup>.

21 Žr. 2016 m. sausio 21 d. Sprendimą *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 45 punktas). Be to, ne tik dėl įvaizdžio atkūrimo, bet ir dėl visų faktinių aplinkybių, kurioms taikomi Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio a–d punktai, žr. 2011 m. liepos 14 d. Sprendimą *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484, 46 punktas).

22 Per 2018 m. spalio 25 d. teismo posėdį Teisingumo Teismas pagrindinės bylos šalis ir kitas suinteresuotąsias šalis, kaip tai suprantama pagal Teisingumo Teismo statuto 23 straipsnį, kurios dalyvavo rašytinėje proceso dalyje, paragino pateikti savo žodines pastabas dėl šio sprendimo poveikio atsakymams į *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) pateiktus prejudicinius klausimus.

23 Sprendimas *Scotch Whisky Association* (46 ir 49 punktai).

24 Sprendimas *Scotch Whisky Association* (50 punktas).

25 Sprendimas *Scotch Whisky Association* (53 punktas).

26 Sprendimas *Scotch Whisky Association* (55 punktas). Be to, kaip nurodė Teisingumo Teismas, „jeigu išvadai dėl įvaizdžio atkūrimo pakaktų, kad vartotojui būtų sukelta bet kokia asociacija su saugoma geografine nuoroda, tai reikštų <...>, kad Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punkto taikymo sritis taptų platesnė ir apimtų paskesnių minėto straipsnio nuostatų, t. y. c ir d punktų, kuriuose kalbama apie atvejus, kai užuomina apie saugomą geografinę nuorodą yra dar neaiškesnė nei „įvaizdžio [apie ją] atkūrimas“, taikymo sritį“ (54 punktas, taip pat žr. generalinio advokato H. Saugmandsgaard Øe išvadą byloje *Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:111, 61–63 punktai)).

27 Dėl vyno sektoriaus žr. 2013 m. gruodžio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) Nr. 1308/2013, kuriuo nustatomas bendras žemės ūki produktų rinkų organizavimas ir panaikinami Tarybos reglamentai (EEB) Nr. 922/72, (EEB) Nr. 234/79, (EB) Nr. 1037/2001 ir (EB) Nr. 1234/2007 (OL L 347, 2013, p. 671), dėl aromatizuotų gėrimų žr. 2014 m. vasario 26 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentą (ES) Nr. 251/2014 dėl aromatizuotų vyno produktų apibrėžties, aprašymo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos, kuriuo panaikinamas Tarybos reglamentas (EEB) Nr. 1601/91 (OL L 84, 2014, p. 14), o dėl spiritinių gėrimų žr. minėtą Reglamentą Nr. 110/2008.

28 Šiuo klausimu primenu, kad 1958 m. Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų apsaugos ir jų tarptautinio registravimo 4 straipsnyje, kuriuo remiantis buvo priimtas Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktas, minimi tik „netinkamo naudojimo“ ir „imitacijos“ atvejai, bet neminimas „įvaizdžio apie gaminį atkūrimo“ atvejais.

29 Šiuo atžvilgiu apsauga nuo įvaizdžio apie gaminį atkūrimo yra gerą reputaciją turinčių prekių ženklų apsauga. Dėl galimybės pasiremti įvaizdžio apie gaminį atkūrimu, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, net ir nepanašiams produktams žymėti žr. 2015 m. rugsėjo 18 d. Sprendimą *Federación Nacional de Cafeteros de Colombia / VRDT – Hautrive* (COLOMBIANO HOUSE) (T-387/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:647, 55 ir 56 punktai).

18. Nors įvaizdžio apie gaminį atkūrimo atvejis yra įtrauktas į tą pačią minėto 13 straipsnio nuostatą, jis skiriasi tiek nuo „imitacijos“, kuriai būdingas esminių registruotos nuorodos elementų atgaminimas, tiek nuo „netinkamo naudojimo“, kuris reiškia netinkamą ir tyčinį registruotos nuorodos naudojimą produktams, kuriems ji nepriskirta, taip pasisavinant su gamybos tradicija, kurią nurodo šis pavadinimas, susijusias vertybes<sup>30</sup>. Be to, kaip generalinis advokatas F. G. Jacobs pažymėjo išvadoje byloje *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*<sup>31</sup>, pati Reglamento Nr. 2081/92 13 straipsnio 1 dalies b punkto struktūra patvirtina teiginį, kad įvaizdžio apie gaminį atkūrimo apsauga atitinka įvairias taikymo sąlygas, kurios yra ne tokios griežtos kaip sąlygos, kuriomis nustatomas imitavimas ar netinkamas naudojimas. Todėl sąvokos „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“ teisinius kontūrus reikėtų apibrėžti atskirai ir, nors ES teisės sistemoje šios sąvokos nuolat pateikiamos kartu, neieškoti jų taikymo sąlygų tapatumo skirtingais „imitavimo“ arba „netinkamo naudojimo“ atvejais.

19. Remiantis semantiniu požiūriu, „atkurti įvaizdį“ reiškia „priminti“<sup>32</sup>. Šią koncepciją perkeldamas į registruotų nuorodų apsaugos sritį, Teisingumo Teismas kaip sąlygos, kad įvaizdžio atkūrimas būtų neteisėtas, reikalauja, kad tradicinis gaminys<sup>33</sup> galėtų sukelti vartotojui asociatyvią pažintinę reakciją, kuri būtų „primintų“ produktus, kuriems taikoma registruota nuoroda. Nors tam tikslui būtinai reikėtų perdirbti tokio poveikio sukulto suvokiamo ir (arba) pažintinio dirgiklio perduodamą informaciją, Sprendime *Scotch Whisky Association* Teisingumo Teismas išaiškino, kad įvaizdžio atkūrimas nustatomas tiksliai tuo mastu, kiek asociacija yra „tiesioginė ir vienareikšmė“<sup>34</sup>. Mano nuomone, šį patikslinimą reikėtų suprasti taip, kad įvaizdžio atkūrimui nustatyti reikėtų vertinti vartotojo reakcijos į dirgiklį greitumą (tam, kad vyktų asociacinis pažintinis procesas, neturi prireikti sudėtingo informacijos apdorojimo) ir intensyvumą (asociacija su gaminiu, kuriam taikoma registruota nuoroda, įvaizdžiu turi būti gana stipri).

20. Turint omenyje 2018 m. birželio 7 d. Sprendime *Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:415) pateiktus paaiškinimus, mano nuomone, iš Teisingumo Teismo ir Bendrojo Teismo jurisprudencijos aiškėja tendencija sąvoką „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“ aiškinti plačiai, atsižvelgiant į plataus masto apsaugą, kurią Sąjungos teisės aktų leidėjas suteikia kilmės vietos nuorodoms, ir į tai, kad kokybiškų produktų apsaugos tikslas turi ir reklaminį poveikį<sup>35</sup>. Šiuo klausimu pažymiu, kad šių nuorodų apsauga yra ne tik strateginis Sąjungos ekonomikos elementas, kaip aiškiai nurodyta Reglamento Nr. 1151/2012 pirmoje konstatuojamojoje dalyje, bet ir padeda siekti tikslo išsaugoti Europos kultūros paveldą, nustatyto ES sutarties 3 straipsnio 3 dalies ketvirtoje pastraipoje.

21. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismo klausimus toliau nagrinėsiu būtent atsižvelgdamas į pirmiau išdėstytus principus.

### ***Dėl pirmojo prejudicinio klausimo***

22. Pirmuoju klausimu *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) Teisingumo Teismo iš esmės klausia, ar pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą draudžiamas įvaizdžio apie gaminį atkūrimas gali vykti naudojant vaizdinius žymenis, ar toks atvejis gali būti tik tuomet, kai naudojamos nuorodos, kurios į atitinkamą SKVN panašios vizualiai, fonetiškai ar konceptualiai.

30 Dėl sąvokų „imitavimas“ ir „netinkamas naudojimas“ žr. 2017 m. gruodžio 20 d. Sprendimą *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (C-393/16, EU:C:2017:991, 57 punktas).

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

32 *Treccani* enciklopedija internete.

33 Šiuo terminu nuo šiol žymėsiu produktus, kuriems netaikoma saugoma kilmės vietos nuoroda ar saugoma geografinė nuoroda.

34 Žr. konkrečiai Sprendimo *Scotch Whisky Association* 53 punktą.

35 Šiuo klausimu dėl ES teisės aktų tikslų paaiškinimo žr. 2009 m. rugsėjo 8 d. Sprendimą *Budějovický Budvar* (C-478/07, EU:C:2009:521, 109–111 punktai ir juose nurodyta jurisprudencija). Taip pat žr. 2016 m. sausio 21 d. Sprendimą *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 24 punktas) ir 2017 m. rugsėjo 14 d. Sprendimą *EUIPO / Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto* (C-56/16 P, EU:C:2017:693, 80 ir 81 punktai).

23. Sutinku su ieškove pagrindinėje byloje ir Prancūzijos, Vokietijos bei Ispanijos vyriausybėmis, kurios mano, kad į šį klausimą reikia atsakyti teigiamai.

24. Iš pirmiau nagrinėtos jurisprudencijos matyti, kad lemiamas kriterijus nustatant „įvaizdžio apie gaminį atkūrimą“ yra vartotojo suvokimas, kuris turi būti vertinamas pagal tai, ar žymuo, kuris yra ginčo dalykas, gali sukelti *minčių* apie tradicinį gaminį ir gaminį, kuriam taikoma registruota nuoroda, *asociacija*<sup>36</sup>. Be to, kaip matyti iš Sprendimo *Scotch Whisky Association*, galimas panašių saugomos nuorodos fonetinių ir (arba) vizualių elementų įtraukimas į žymenį, kuris yra ginčo dalykas, ir vizualus ir (arba) fonetinis jos ir šio kito žymens panašumas yra tikrai *rodikliai*, į kuriuos reikia atsižvelgti siekiant įvertinti, ar tradicinio gaminių atveju vartotojui kyla tokia minčių asociacija<sup>37</sup>. Kitaip tariant, Teisingumo Teismo teigimu, įvaizdžio apie gaminį atkūrimas gali būti nustatytas ir remiantis vien žymens, kuris yra ginčo dalykas, ir saugomos nuorodos „konceptiniu panašumu“, jei šis panašumas gali visuomenei priminti gaminius, kuriems taikomas šis pavadinimas.

25. Taigi, jeigu vizualus ir fonetinis panašumas nėra „esminė sąlyga“<sup>38</sup> nustatyti įvaizdžio apie gaminį atkūrimą, tai reiškia, kad įvaizdžiui apie gaminį atkurti reikalinga minčių apie tradicinį produktą ir produktą, kuriam taikoma tokia nuoroda, asociacija nebūtinai kyla naudojant verbalinę kalbą. Paveikslėlis, simbolis ir, apskritai, vaizdinis žymuo gali, taip pat kaip pavadinimas, išreikšti tam tikrą sąvoką, todėl vartotojui gali sukelti asociaciją su saugoma nuoroda, kuria šiuo atveju „atkuriamas įvaizdis apie gaminį“, bet ne vizualiai ar fonetiškai, o atsižvelgiant į jo konceptualų turinį.

26. Tiesa, kaip per teismo posėdį nurodė Komisija, beveik visuose Sprendimo *Scotch Whisky Association* motyvuose, kaip, beje, ir visuose pirmiau nurodytuose sprendimuose, įvaizdžio apie gaminį atkūrimo funkcija susijusi su tradicinio produkto *pavadinimu*<sup>39</sup>.

27. Tačiau, priešingai nei Komisija, nemanau, kad iš to galima daryti išvadą, jog Teisingumo Teismas ketina įvaizdžio apie gaminį atkūrimą nustatyti tik tais atvejais, kai asociacija su produktu, kuriam taikoma registruota nuoroda, mintyse kyla dėl verbalinių elementų naudojimo. Iš tikrųjų, nors svarbu pažymėti, kad dviejuose sprendimo motyvuojamosios dalies punktuose ir rezoliucinės dalies 2 punkto antroje pastraipoje abstrakčiau kalbama apie atitinkamo žymens „elementą, kuris yra ginčo objektas“, Teisingumo Teismo vartojamą terminologiją reikia sieti su pagrindinės bylos aplinkybėmis, į kurias atsižvelgiant priimtas Sprendimas *Scotch Whisky Association*, kuriame aptarta, kaip į tradicinio produkto pavadinimą įtrauktas terminas gali nulemti įvaizdžio apie gaminį atkūrimą<sup>40</sup>.

28. Be to, jei reikėtų svarbiausius aiškinamuosius elementus atrinkti remiantis tik tame sprendime vartojamais terminais, iš to taip pat reikėtų daryti išvadą, kad Teisingumo Teismas sąvoką „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“ ketina vartoti tik tais atvejais, kai reikalinga asociacija sukurama vartojant tradicinio produkto prekybinio pavadinimo terminus, atsisakant visų kitų produkto etiketėje arba ant jo pakuotės pateikiamų verbalinių elementų (pvz., bendro pobūdžio, aprašomųjų, pagiriamųjų ir pan. posakių). Tokio aiškinimo galimybę, mano nuomone, atmeta pats Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punkto tekstas, kuriame aiškiai išskirti posakiai (kaipantai: „rūšis“, „tipas“, „metodas“, „pagaminta kaip“, „imitacija“), kurie paprastai neįtraukiami į produkto prekybinį pavadinimą, bet nurodomi šalia jo.

36 Šiuo klausimu visų pirma žr. 2016 m. sausio 21 d. sprendimus *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 22 punktas) ir *Scotch Whisky Association* (51 punktas). Taip pat žr. generalinio advokato H. Saugmandsgaard Øe išvadą byloje *Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:111, 60 punktas).

37 Žr. generalinio advokato H. Saugmandsgaard Øe išvadą byloje *Scotch Whisky Association*, C-44/17, EU:C:2018:111, 58 punktas.

38 Sprendimas *Scotch Whisky Association* (46 ir 49 punktai).

39 Teisingumo Teismas alternatyviai vartoja terminus ir žodžių junginius „pavadinimas“, „produkto pavadinimas“, „atitinkamam gaminiui pavadinti vartojamas terminas“, „prekybinis pavadinimas“; visų pirma žr. Sprendimo *Scotch Whisky Association* 44, 45, 46, 48, 49–53 ir 56 punktus.

40 Tas pats pasakytina apie kitus pirmiau minėtus sprendimus.



29. Iš esmės iš pirmiau nurodytos Teisingumo Teismo jurisprudencijos, visų pirma sprendimų *Bureau National Interprofessionnel du Cognac*<sup>41</sup> ir *Viiniverla*<sup>42</sup>, matyti, kad analizuojant, ar yra atkurtas įvaizdis, turi būti atsižvelgiama į bet kokią tiesioginę ar netiesioginę nuorodą į įregistruotą pavadinimą, t. y. žodinius ar vaizdinius elementus tradicinio produkto etiketėje arba ant jo pakuotės, arba į elementus, kurie yra susiję su tokio produkto forma arba pateikimu visuomenei. Atliekant tokią analizę, taip pat reikėtų atsižvelgti į aptariamų gaminių tapatumą arba panašumo laipsnį ir jų pateikimo rinkai sąlygas, be kita ko, kiek tai susiję su atitinkamais pardavimo kanalais, taip pat į elementus, leidžiančius nustatyti, ar nuoroda į gaminį, kuriam taikoma saugoma nuoroda, yra tyčinė, ar, priešingai, atsitiktinė. Todėl nacionalinis teismas privalo įvertinti visus *rodiklius*, nes vieno iš tokių rodiklių, pavyzdžiui, nagrinėjamų *pavadinimų* vizualaus, fonetinio ar koncepcinio panašumo, buvimas arba nebuvimas savaime nėra pagrindas patvirtinti įvaizdžio apie gaminį atkūrimo buvimą arba atmesti jo galimybę.

30. Taip pat priminsiu, kad Sprendime *Scotch Whisky Association* Teisingumo Teismas paaiškino, kad įvaizdžio apie gaminį atkūrimas galimas tik tuo atveju, jei žymuo, kuris yra ginčo dalykas, visuomenės sąmonėje sukelia pakankamai „tiesioginę“ ir „vienareikšmę“ sąsają tarp tokio žymens ir registruotos nuorodos<sup>43</sup> ir taip apriboja sąvokos „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“ apimtį vartotojo atsako greitumo ir intensyvumo atžvilgiu, kaip aprašyta šios išvados 19 punkte, o ne suvokimo dirgiklio tipo atžvilgiu.

31. Tokiu apribojimu, mano nuomone, iš esmės galima apibrėžti neteisėto įvaizdžio apie gaminį atkūrimo apimtį – taigi ir suvaržyti tradicinių produktų gamintojų teisę laisvai pasirinkti savo gaminių pateikimo visuomenei būdus – nustatant ribas, kurios neviršija to, kas yra būtina siekiant veiksmingai apsaugoti registruotas nuorodas, ir patenkinti suinteresuotųjų ūkio subjektų teisinio saugumo poreikį<sup>44</sup>.

32. Jeigu, kaip siūlau Teisingumo Teismui, būtų pasirinktas išaiškinimas, pagal kurį įvaizdžio apie gaminį atkūrimas, kaip jis suprantamas pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, gali būti atliekamas net ir naudojant vaizdinius žymenis ir nesant vizualaus, fonetinio ar konceptualaus panašumo tarp SKVN arba SGN ir tradicinio produkto prekybinio pavadinimo, toks išaiškinimas, be to, kad jį pagrindžia Teisingumo Teismo jurisprudencija, mano nuomone, atitinka tiek Sąjungos teisės aktų leidėjo ketinimą suteikti toms nuorodoms plačią apsaugą, tiek šios išvados 21 punkte nurodytų tokios apsaugos tikslų svarbą.

33. Galiausiai norėčiau atkreipti dėmesį į tai, kad pagal siūlomą išaiškinimą Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktas visiškai nesikerta su tos pačios dalies c ir d punktų taikymo sritimi, nes juose minimos „nuorodos“ ir „praktika“, kurios yra draudžiamos ne dėl to, kad jomis atkuriamas registruotos nuorodos įvaizdis<sup>45</sup>, o dėl to, kad pateikiama neteisinga ar klaidinanti informacija apie produkto kilmės vietą, kilmę, pobūdį ar esmines produkto ypatybes arba ja galima kitaip suklaidinti vartotojus.

34. Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, į pirmąjį prejudicinį klausimą, mano nuomone, reikia atsakyti taip, kad įvaizdžio atkūrimas, kaip jis suprantamas pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, taip pat gali būti atliekamas naudojant vaizdinius žymenis ir nesant įregistruotos nuorodos ir atitinkamo produkto prekybinio pavadinimo vizualaus, fonetinio ar konceptualaus panašumo, jeigu, matant žymenis, kurie yra ginčo dalykas, vartotojo mintyse tiesiogiai kaip referencinis įvaizdis išskyla prekė, kuriai taikoma ši nuoroda.

41 2011 m. liepos 14 d. sprendimas (C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484).

42 2016 m. sausio 21 d. sprendimas (C-75/15, EU:C:2016:35, 27 punktas).

43 Sprendimas *Scotch Whisky Association* (53 punktas).

44 Tai, kad toks apribojimas turi atitikti teisinio saugumo reikalavimą, Teisingumo Teismas nurodė Sprendimo *Scotch Whisky Association* 55 punkte.

45 Šiuo klausimu žr. Sprendimo *Scotch Whisky Association* 65 punktą.

### *Dėl antrojo prejudicinio klausimo*

35. Antrąjį prejudicinį klausimą galima padalyti į dvi dalis. Pirmojoje dalyje prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas Teisingumo Teismo iš esmės klausia, ar žymenų, kurie primena regioną, su kuriuo siejama SKVN, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 2 straipsnio 1 dalies a punktą, naudojimas ženklinti gaminiams, kurie yra tapatūs arba panašūs į tuos, kuriems taikoma SKVN, yra neteisėtas įvaizdžio atkūrimas, kaip tai suprantama pagal to reglamento 13 straipsnio 1 dalies b punktą. Antroje dalyje *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) klausia, ar neteisėtas įvaizdžio atkūrimas yra ir tais atvejais, kai tokius žymenis naudoja gamintojas, kuris yra įsikūręs regione, bet naudoja juos SKVN produkto specifikacijos neatitinkantiems produktams.

36. Atsakymas į pirmą šio klausimo dalį grindžiamas pirmiau išdėstytais samprotavimais.

37. Atsižvelgiant į SKVN gaminių ir regiono, iš kurio jie yra kilę, ryšį<sup>46</sup>, tą regioną primenančių vaizdinių ir (arba) žodinių žymenų naudojimas žymėti tradiciniams produktams, kurie yra tapatūs ar panašūs į tuos, kuriems taikoma SKVN, gali visuomenės sąmonėje priminti tokių produktų vaizdą ir todėl būti neteisėtas įvaizdžio apie gaminių atkūrimas, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą. Tačiau, kaip nurodyta pirmiau, tai galima padaryti tik tuo atveju, jeigu dėl įvaizdžių atkuriančių žymenų naudojimo sukelta minčių asociacija su SKVN geografine vietoje būtų tokia, kad galėtų vartotojo mintyse kaip referencinis vaizdas *tiesiogiai* priminti jam produktus, kuriems taikoma SKVN.

38. Kaip ne kartą yra nurodęs Teisingumo Teismas, būtent nacionalinis teismas turi įvertinti, ar, atsižvelgiant į jam nagrinėti pateiktas aplinkybes, yra įvykdytos neteisėto įvaizdžio apie gaminių atkūrimo sąlygos<sup>47</sup>. Todėl toliau pateiktomis pastabomis siekiama tik pateikti tam tikrą informaciją, kuri prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusiam teismui (arba teismui, kuriam gali tekti šią bylą išnagrinėti iš esmės) galėtų tapti gairėmis atliekant šią analizę.

39. Nors prejudiciniai klausimai visų pirma yra orientuoti į etiketėse, dėl kurių kilo ginčas, pateiktus vaizdinius žymenis, pagrindinėje byloje yra nemažai elementų – žodinių (žodžiai „Rocinante“ ir „adarga de oro“) ir vaizdinių (piešiniai, atkuriantys tam tikras garsiojo M. de Servanteso romano personažų fizines savybes, ir tipiškais laikomi La Mančos kraštovaizdžio elementai), – kurie, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusių teismo manymu, primena su SKVN „Queso manchego“ susijusį regioną. Žodžiai „manchego“ arba „Mancha“ nėra – net iš dalies – atkurti žodiniuose žymenyse, kurie yra ginčo dalykas<sup>48</sup>, ir nėra jokio tų žymenų vizualaus ar fonetinio panašumo į atitinkamą SKVN. Iš to darytina išvada, kad, kaip pažymėjo prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, jeigu pagrindinės bylos aplinkybėmis būtų nustatytas įvaizdžio apie gaminių atkūrimas, jis būtų tikrai konceptualus.

40. Iš pirmo žvilgsnio, atskirai arba kartu vertinami vaizdiniai žymenys, kurie yra ginčo dalykas, negali lemti įvaizdžio apie gaminių atkūrimo, kuris yra neteisėtas pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, kaip Teisingumo Teismas jį išaiškino minėtame Sprendime *Scotch Whisky Association*. Iš tikrųjų, kaip pažymėjo Komisija ir Vokietijos vyriausybė, kai kurie iš šių žymenų yra

46 SKVN ryšys su referencine teritorija yra artimesnis nei SGN atveju. Reglamento Nr. 510/2006 2 straipsnio 1 dalyje dėl pirmųjų nurodyta, kad atitinkamų produktų gamyba, perdirbimas ir paruošimas atliekamas apibrėžtoje geografinėje vietoje (a punktas), o dėl antrųjų pakanka, kad toje vietoje vyktų bent vienas iš šių etapų (b punktas).

47 Žr., be kita ko, 2016 m. sausio 21 d. Sprendimą *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 22 ir 31 punktai) ir Sprendimą *Scotch Whisky Association* (45, 46, 51, 52, 56 punktai ir rezoliucinės dalies 2 punktas).

48 Etiketėse, dėl kurių kilo ginčas, vartojamas tikrai terminas „queso“, kuris yra bendrinis pavadinimas, todėl apsauga jam netaikoma (žr. Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies antrą pastraipą).

pernelyg bendro pobūdžio, kad vartotojui sukeltų „vienareikšmi“ ryšį su La Mančos<sup>49</sup> regionu, o paveikslėliai, kuriuose vaizduojami romano „Don Kichotas iš La Mančos“ personažai arba vietos ar garsios jo scenos, nepadeda nustatyti pakankamai „tiesioginio“ ryšio su atitinkama geografine teritorija, kuri primenama tikrai „netiesiogiai“ – per minčių asociacijų seką.

41. Atsižvelgdamas į tai, neatmetu galimybės, kad pagrindinės bylos aplinkybėmis įvaizdžio apie gaminį atkūrimas gali būti nustatytas, jeigu tokio atvejo prielaidos pasitvirtintų atlikus bendrą įvertinimą, kuriame būtų atsižvelgta į visus – tiek žodinius, tiek vaizdinius – etiketėse, dėl kurių kilo ginčas, vaizduojamus elementus, kurie gali nulemti įvaizdžio apie gaminį atkūrimą, aptariamų produktų tapatumą ar panašumą, taip pat tokių produktų pateikimo, reklamos ir pardavimo būdus<sup>50</sup>.

42. Antroji nagrinėjamo klausimo dalis yra susijusi su galimu poveikiu, kurį daro aplinkybė, kad žymenys, kurie primena su SKVN siejamą regioną, naudojami žymėti gaminiams, kuriems ta nuoroda netaikoma ir kurių gamyba, paruošimas ir perdirbimas vyksta tame regione<sup>51</sup>.

43. Šiuo klausimu, kaip ir ieškovė pagrindinėje byloje, Prancūzijos, Vokietijos ir Ispanijos vyriausybės bei Komisija, pažymiu, kad Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punkte nėra numatyta jokia taikymo srities išimtis tais atvejais, kai produktų, kuriais atkuriamas įvaizdis, ir SKVN ar SGN produktų geografinė kilmė sutampa. Be to, tai yra suderinama tiek su apsaugos nuo įvaizdžio apie gaminį atkūrimo pobūdžiu – ji, kaip matėme, apima ir tam tikrus painius atvejus, tačiau yra grindžiama vartotojo klaidomis, įskaitant klaidas dėl produktų, kuriais atkuriamas įvaizdis, geografinės kilmės, – tiek su tikslais, kurių siekiama Reglamentu Nr. 510/2006. Iš tikrųjų, jeigu su konkrečia SKVN susijusioje geografinėje vietovėje veikiantiems gamintojams, kurių gaminiai neatitinka tos nuorodos produkto specifikacijos, būtų leista naudoti tos vietovės įvaizdį atkuriančius žymenis žymėti produktams, kurie yra tapatūs arba panašūs į tuos, kuriems taikoma SKVN, būtų susilpninta ta nuoroda suteikiama kokybės garantija<sup>52</sup>, t. y. garantija, kuri, nors iš esmės siejama su SKVN produktų geografine kilme, leidžia daryti prielaidą, kad produktas atitinka visus produkto specifikacijoje nurodytus reikalavimus. Be to, jeigu apsauga nuo įvaizdžio apie gaminį atkūrimo nebūtų išplėsta įtraukiant produkto specifikacijos nesilaikančių vietos gamintojų elgesį, būtų pažeistos teisės, kurios turi būti suteikiamos tik gamintojams, kurie, kad galėtų pasinaudoti pagal Reglamentą Nr. 510/2006 įregistruota kilmės vietos nuoroda, iš tikrųjų deda pastangas siekdami užtikrinti kokybę, nes jiems, kaip pažymi Prancūzijos vyriausybė, tektų patirti nesąžiningos konkurencijos veiksmų, kurie potencialiai žalingesni būtų dėl to, kad juos atliekantys gamintojai yra įsikūrę toje pačioje geografinėje vietovėje, padarinius<sup>53</sup>.

49 Pirmiausia turiu omenyje avių bandos, lygumos, arklio ir vėjo malūnų atvaizdus, kurie yra etiketėse, dėl kurių kilo ginčas, ir kurie yra vieni iš prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, vaizdinių elementų.

50 Įskaitant produktų, pažymėtų SKVN, ir SKVN neženklinausių produktų painiojimą, kurį, kaip nurodyta nutartyje dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą, nulemia tam tikra IQC interneto svetainėje skelbiama informacija. Šiuo klausimu pažymiu, kad dėl aplinkybės, jog tokia klaidinanti informacija patenka į Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies c punkto taikymo sritį, negalima atmesti galimybės, kad į ją gali būti atsižvelgiama kaip į įvaizdžio atkūrimo rodiklį, kaip tai apibrėžta tos nuostatos b punkte.

51 Tai gaminiai, kurie neatitinka SKVN produkto specifikacijos kitu nei geografinė kilmė atžvilgiu.

52 Ši garantija yra „esminė Reglamentu Nr. 510/2006 suteikiamos apsaugos funkcija“; šiuo klausimu žr. 2009 m. rugsėjo 8 d. Sprendimą *Budějovický Budvar* (C-478/07, EU:C:2009:521, 112 punktą).

53 Dėl per teismo posėdį atsakovės pagrindinėje byloje išdėstyto ir teisinio saugumo reikalavimu grindžiamo argumento, kad teisėtai naudojamais turėtų būti pripažinti prekių ženklai, įregistruoti anksčiau už pagal Reglamentą Nr. 510/2006 įregistruotas kilmės vietos nuorodas, pažymiu, kad to reglamento 14 straipsnio 2 dalyje nustatyta, jog prekių ženklo, kuris atitinka vieną iš to paties reglamento 13 straipsnyje nurodytų situacijų ir yra įregistruotas iki saugomos kilmės vietos nuorodos arba geografinės nuorodos įregistravimo kilmės šalyje, naudojimas gali būti tęsiamas, nepaisant kilmės vietos nuorodos arba geografinės nuorodos įregistravimo. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi nustatyti, ar pagrindinėje byloje esama šios nuostatos taikymo sąlygų.

44. Remiantis pirmiau išdėstytais samprotavimais, į *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) pateiktą antrąjį prejudicinį klausimą, mano nuomone, reikia atsakyti taip, kad žymenų, kurie primena regioną, su kuriuo siejama SKVN, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 2 straipsnio 1 dalies a punktą, naudojimas ženklinti gaminiams, kurie yra tapatūs tiems, kuriems taikoma nuoroda, arba į juos panašūs, gali būti laikomas įvaizdžio apie gaminį atkūrimu, kaip tai suprantama pagal minėto reglamento 13 straipsnio 1 dalies b punktą, net jei šiame regione įsikūręs gamintojas šiuos žymenis naudoja žymėti produktams, kuriems SKVN netaikoma.

### ***Dėl trečiojo prejudicinio klausimo***

45. Trečiuoju klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas Teisingumo Teismo klausia, ar sąvoka „vidutinis vartotojas, kuris yra pakankamai informuotas ir protingai pastabus bei nuovokus“, į kurią prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi atsižvelgti siekdamas nustatyti, ar yra įvaizdžio apie gaminį atkūrimas, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, apima Europos vartotoją, ar gali apsiriboti tik valstybės narės, kurioje gaminamas ir daugiausia vartojamas įvaizdį atkuriantis produktas, vartotoju.

46. Kaip minėta pirmiau ir kaip nurodė visi Teisingumo Teisme pastabas pateikę suinteresuotieji asmenys, atsakymą į šį klausimą galima suformuluoti remiantis 2016 m. sausio 21 d. Sprendimu *Viiniverla*, C-75/15, EU:C:2016:35). Šiame sprendime dėl Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punkto aiškinimo Teisingumo Teismas nurodė, kad, atsižvelgiant į būtinybę užtikrinti veiksmingą ir vienodą geografinių nuorodų apsaugą visoje Sąjungoje, sąvoka „vartotojas“, į kurios suvokimą reikėtų daryti nuorodą siekiant nustatyti, ar yra įvaizdžio apie gaminį atkūrimas, pagal šią nuostatą reiškia „Europos, o ne tik valstybės narės, kurioje gaminamas saugomos geografinės nuorodos įvaizdį atkuriantis gaminys, vartotoją“<sup>54</sup>. Toks pat aiškinimas, mano nuomone, turi būti taikomas teikiant įvaizdžio apie gaminį apsaugą pagal Reglamentą Nr. 510/2006.

47. Tačiau pagrindinės bylos faktinės aplinkybės skiriasi nuo bylos, kurioje buvo priimtas Sprendimas *Viiniverla*<sup>55</sup>, faktinių aplinkybių. Rėmimasis vien Suomijos vietiniu vartotoju – jis gali suprasti, kad pavadinime „Verlados“ užkoduota produkto, kuriuo atkuriamas įvaizdis, gamybos vieta, – o ne Europos vartotoju tuo atveju būtų galėjęs reikšti, kad atmetama įvaizdžio apie gaminį atkūrimo galimybė<sup>56</sup>. Tačiau tuo atveju, jeigu pagrindinėje byloje būtų atsižvelgta tiktai į Ispanijos vartotojo suvokimą, nustatyti galimą įvaizdžio atkūrimą būtų paprasčiau, o atsižvelgiant į Europos vartotoją (bet ne Ispanijos vartotoją), jo galimybė turėtų būti atmesta, nes toks vartotojas neišvengiamai išvelgtų silpnesnę ryšį tarp La Mančos regiono ir etiketėse, dėl kurių kilo ginčas, naudojamų vaizdinių bei žodinių žymenų.

48. Būtent dėl šios priežasties prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas Teisingumo Teismo prašo išaiškinti, ar tokiomis aplinkybėmis, kokios susiklostė pagrindinėje byloje, jis turi atsižvelgti į Europos vartotoją, ar tik į Ispanijos vartotoją.

49. Akivaizdu, kad sąvoka „Europos vartotojas“ turi vidinių apribojimų, nes tai vis dar yra teisinė fikcija, kuria siekiama labai skirtingą ir nevienalytę realybę paversti bendru vardikliu. Įregistruotų nuorodų apsaugos nuo neteisėto įvaizdžio apie gaminį atkūrimo srityje – kurioje pabrėžiamas tariamas vartotojo suvokimas siekiant nustatyti ne galimybę supainioti, o paprasčiausią minčių asociaciją – ši sąvoka, kaip ir apskritai sąvoka „vidutinis vartotojas, kuris yra pakankamai informuotas ir protingai pastabus bei nuovokus“, taip pat turėtų būti vartojama itin atsargiai.

<sup>54</sup> Žr. 2016 m. sausio 21 d. Sprendimą *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 27 punktą).

<sup>55</sup> 2016 m. sausio 21 d. sprendimas (C-75/15, EU:C:2016:35).

<sup>56</sup> Nors būtų remiamasi sąvokos „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“ aiškinimu, grindžiamu vien galimybė supainioti atitinkamus produktus ir vartotojų apgaudinėjimu, kurį Teisingumo Teismas vis dėlto atmetė (žr. Sprendimą *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 26 punktą), Sprendimą *Komisija / Vokietija* (C-132/05, EU:C:2008:117, 45 punktą) ir 2016 m. sausio 21 d. Sprendimą *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 44 punktą)).



50. Vis dėlto, kaip Teisingumo Teismas pažymėjo Sprendime *Viiniverla*<sup>57</sup>, rėmimasis sąvoka „Europos vartotojas“ atitinka reikalavimą užtikrinti veiksmingą ir vienodą įregistruotų nuorodų apsaugą visoje Sąjungoje.

51. Taigi, nors tokiu reikalavimu reikalaujama, net tiekiant vietos prekybai skirtus produktus, neatsižvelgti į aplinkybes, dėl kurių būtų galima *atmesti* neteisėto įvaizdžio apie gaminį atkūrimo tik vienos valstybės narės vartotojų atžvilgiu buvimą, nėra reikalaujama, kad neteisėto įvaizdžio apie gaminį atkūrimo vienintelės valstybės narės vartotojų atžvilgiu *nustatymo* nepakaktų tam, kad būtų taikoma Reglamente Nr. 510/2006 nustatyta apsauga.

52. Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, mano nuomone, į trečiąjį *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas) prejudicinį klausimą reikia atsakyti taip, kad siekdamas nustatyti, ar nėra atkurtas įregistruotos nuorodos įvaizdis, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, nacionalinis teismas turi remtis vidutinio Europos vartotojo, kuris yra pakankamai informuotas ir protingai pastabus bei nuovokus, suvokimu, nes pastaroji sąvoka turi būti suprantama kaip apimanti ir valstybės narės, kurioje gaminami įvaizdį atkuriantys produktai arba su kuria geografiškai siejama įregistruota nuoroda, vartotoją.

## Išvada

53. Remdamasis tuo, kas išdėstyta, siūlau Teisingumo Teismui į *Tribunal Supremo* (Aukščiausiasis Teismas, Ispanija) pateiktus prejudicinius klausimus atsakyti taip:

2006 m. kovo 20 d. Tarybos reglamento Nr. 510/2006 dėl žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos 13 straipsnio 1 dalies b punktas turi būti aiškinamas taip, kad įvaizdžio apie gaminį atkūrimas pagal šią nuostatą gali būti atliekamas ir naudojant vaizdinius žymenis ir nesant įregistruotos nuorodos ir atitinkamo produkto prekybinio pavadinimo vizualaus, fonetinio ar konceptualaus panašumo, jeigu, matant žymenis, kurie yra ginčo dalykas, vartotojo mintyse tiesiogiai kaip referencinis įvaizdis iškyla prekė, kuriai taikoma ši nuoroda.

Žymenų, kurie primena regioną, su kuriuo siejama saugoma kilmės vietos nuoroda, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 2 straipsnio 1 dalies a punktą, naudojimas ženklinti gaminiams, kurie yra tapatūs tiems, kuriems taikoma nuoroda, arba į juos panašūs, gali būti laikomas įvaizdžio apie gaminį atkūrimu, kaip tai suprantama pagal minėto reglamento 13 straipsnio 1 dalies b punktą, net jei šiame regione įsikūręs gamintojas šiuos žymenis naudoja žymėti produktams, kuriems saugoma kilmės vietos nuoroda netaikoma.

Siekdamas nustatyti, ar nėra atkurtas įregistruotos nuorodos įvaizdis, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 510/2006 13 straipsnio 1 dalies b punktą, nacionalinis teismas turi remtis vidutinio Europos vartotojo, kuris yra pakankamai informuotas ir protingai pastabus bei nuovokus, suvokimu, nes pastaroji sąvoka turi būti suprantama kaip apimanti ir valstybės narės, kurioje gaminami įvaizdį atkuriantys produktai arba su kuria geografiškai siejama įregistruota nuoroda, vartotoją.

<sup>57</sup> 2016 m. sausio 21 d. sprendimas (C-75/15, EU:C:2016:35, 27 punktas).