



Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA HENRIKA SAUGMANDSGORA ĒES [HENRIK SAUGMANDSGAARD ØE]
SECINĀJUMI,
sniegti 2018. gada 22. februārī¹

Lieta C-44/17

The Scotch Whisky Association, The Registered Office
pret
Michael Klotz

(*Landgericht Hamburg* (Hamburgas apgabaltiesa, Vācija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Tiesību aktu tuvināšana – Stipro alkoholisko dzērienu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzība – Regula (EK) Nr. 110/2008 – 16. panta a), b) un c) punkts – III pielikums – Reģistrēta ģeogrāfiskās izcelsmes norāde “Scotch Whisky” – Viskijs, kas tiek ražots Vācijā un tirgots ar nosaukumu “Glen Buchenbach” – Reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “netieša lietojuma” jēdziens – Jēdziens “asociāciju izraisīšana” ar tādu norādi – Jēdziens “nepareizas vai maldīgas norādes” – Nepieciešamība pēc identiskuma ar norādi, fonētiskas un/vai vizuālas līdzības vai jebkādas idejiskas asociācijas mērķa patērētāja uztverē – Strīdīgo nosaukumu aptverošā konteksta iespējamā ņemšana vērā

I. Ievads

1. *Landgericht Hamburg* (Hamburgas apgabaltiesa, Vācija) iesniegtais lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (EK) Nr. 110/2008 (2008. gada 15. janvāris) par stipro alkoholisko dzērienu definīciju, aprakstu, noformējumu, marķējumu un ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību un ar ko atceļ Padomes Regulu (EEK) Nr. 1576/89² 16. panta interpretāciju. Ar minēto 16. pantu visas Regulas Nr. 110/2008 III pielikumā ierakstītās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes³ ir aizsargātas pret darbībām, kas var maldināt patērētājus par tādu produktu izcelsmi.

2. Šis lūgums ir saistīts ar tiesvedību starp Apvienotās Karalistes organizāciju, kuras mērķis ir veicināt skotu viskija nozares intereses, un tirgotāju Vācijā saistībā ar pret to celtu prasību pārtraukt tirgot Vācijā ražotu viskiju ar nosaukumu “Glen Buchenbach”. Prasītāja pamatlietā apgalvo, ka ar vārda “Glen” lietošanu tiek pārkāpta reģistrētā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde “Scotch Whisky”, jo tā vienlaikus esot šis pēdējās netiešs komerciāls lietojums un asociāciju izraisīšana ar to, kā arī nepareiza vai maldīga norāde uz to, un tas viss ir aizliegts attiecīgi Regulas Nr. 110/2008 16. panta a), b) un c) punktā.

1 Orģinālvaloda – franču.

2 OV 2008, L 39, 16. lpp. Ši regula vairākkārt ir grozģta, bet izskatāmajā lietā atbilstošās tiesģbu normas nav mainģjušas.

3 Saskaņā ar Regulas Nr. 110/2008 15. panta 1. punktu “ģeogrģfģskģs izcelsmes norģde” ir “norģde uz kģda stiprģ alkoholģskģ dzģriena izcelsmi kģdas dalģbģvalsts terģtorģjģ, terģtorģģas reģģonģ vai apvidģ, ja attģcģgģ stiprģ alkoholģskģ dzģriena kvalitģte, reputģcija vai citas ģpaģģģģ galvenokģrt ir izskaidrojamas ar tģ ģeogrģfģģģo izcelsmi”.

3. Vispirms iesniedzējtiesa lūdz Tiesu izlemt, vai “netieša [...] lietojuma” jēdziens šīs regulas 16. panta a) punkta izpratnē paredz, ka aizsargātā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde tiek lietota identiskā formā vai fonētiski un/vai vizuāli līdzīgā formā, vai arī ir pietiekami ar to, ka mērķa patērētāju uztverē strīdīgais vārds raisa jebkādu asociāciju ar minēto norādi. Turklāt tā vaicā, vai – gadījumā, ja ir pietiekami ar vienkāršu idejisku asociāciju –, piemērojot šo tiesību normu, būtu jāņem vērā konteksts, kādā izmantotais vārds tiek lietots, aprakstot konkrēto produktu, un it īpaši tas, ka uz šīs preces etiķetes ir norādīta arī tās patiesā izcelsme.

4. Tālāk šī tiesa vaicā Tiesai, vai minētās regulas 16. panta b) punktā ietvertais “asociāciju izraisīšanas” jēdziens nozīmē, ka starp aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi un konkrēto vārdu pastāv fonētiska un/vai vizuāla līdzība, vai arī ir pietiekami ar to, ka šis pēdējais mērķsabiedrībā izraisa jebkādu idejisku asociāciju ar minēto norādi. Tā arī jautā, vai – gadījumā, ja ar tādu asociāciju ir pietiekami –, piemērojot minēto tiesību normu, būtu jāņem vērā konteksts, kādā šis apzīmējums tiek lietots.

5. Visbeidzot, tā vēlas noskaidrot, vai “citu nepareizu vai maldīgu norāžu” esamības izpēte šīs pašas regulas 16. panta c) punkta izpratnē prasa ņemt vērā arī strīdīgo vārdu aptverošo kontekstu.

6. No citām lietām, kurās Tiesa jau ir interpretējusi Regulas Nr. 110/2008 16. panta normas⁴, izskatāmā lieta atšķiras ar to, ka tās priekšmets ir līdz šim nebijusi situācija, kad – kā to ilustrē šeit uzdotie jautājumi – strīdīgajam nosaukumam nav nekādu, ne fonētisku, ne vizuālu, līdzību ar aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, bet tas, iespējams, var vedināt patērētājus veidot neatbilstošu saikni ar šo pēdējo. Turklāt Tiesai tiek tieši lūgts precizēt veidu, kādā minētā 16. panta a)–c) punktā paredzētie noteikumi saistās, ņemot vērā tajos paredzētos dažādos gadījumus.

II. Atbilstošās tiesību normas

7. Regulas Nr. 110/2008 16. pantā “Ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzība” ir paredzēts, ka “III pielikumā reģistrētās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes ir jāsarģā pret:

- a) jebkādu tiešu vai netiešu komerciālu lietojumu produktiem, uz ko neattiecas reģistrācija, ciktāl minētos produktus var salīdzināt ar stiprajiem alkoholiskajiem dzērieniem, kas reģistrēti ar minēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, vai ciktāl tāds lietojums izmanto reģistrētās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputāciju;
- b) jebkādu ļaunprātīgu izmantojumu, imitāciju vai asociāciju izraisīšanu ar tām – arī tad, ja ir norādīta attiecīgo produktu patiesā izcelsme vai ģeogrāfiskās izcelsmes norāde ir lietota tulkojumā vai kopā ar tādiem vārdiem kā “līdzīgs”, “paveids”, “stila”, “izgatavots”, “aromāts” vai citiem līdzīgiem apzīmējumiem;
- c) visām citām nepareizām vai maldīgām norādēm par produkta pirmavotu, izcelsmi, būtību vai pamatipašībām produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā, kas var radīt nepareizu iespaidu par tā izcelsmi;
- d) jebkādu citādu praksi, kas var maldināt patērētājus par attiecīgā produkta patieso izcelsmi”.

8. Regulas Nr. 110/2008 III pielikumā “Ģeogrāfiskās izcelsmes norādes” ir minēts, ka “Scotch Whisky” ir reģistrēta kā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, kas ietilpst 2. produktu kategorijā, proti, “Whisky/Whiskey”, un kuras izcelsmes valsts ir “Apvienotā Karaliste (Skotija)”.

⁴ Skat. spriedumus, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau national interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484, 2. un 16. punkts), kā arī 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 10. un 11. punkts).

III. Tiesvedība pamatlietā, prejudiciālie jautājumi un tiesvedība Tiesā

9. *The Scotch Whisky Association, The Registered Office* (turpmāk tekstā – “TSWA”) ir saskaņā ar Skotijas tiesībām reģistrēta organizācija, kuras mērķis cita starpā ir gādāt par skotu viskija tirdzniecības aizsardzību kā Skotijā, tā arī ārvalstīs.

10. *Michael Klotz* interneta vietnē tirgo viskiju ar nosaukumu “Glen Buchenbach”, kas tiek ražots Valdhornas [*Waldhorn*] spirta rūpnīcā, kura atrodas Berglenā [*Berglen*], Būhenbahas ielejā [*Buchenbachtal*], Švābijā (Bādenes-Virtembergas federālā zeme, Vācija).

11. Uz konkrētā viskija pudeļu etiķetēm bez pilnas Vācijas ražotāja adreses un stilizēta medību raga (vācu valodā – “Waldhorn”) attēla ir atrodama šāda informācija: “Waldhornbrennerei [latviešu valodā – Valdhornas spirta rūpnīca], Glen Buchenbach, Swabian Single Malt Whisky [Švābijas *single malt* viskijs], 500 ml, 40 % vol, Deutsches Erzeugnis [Vācijas produkts], Hergestellt in den Berglen [ražots Berglenā]”.

12. TSWA ir vērsusies *Landgericht Hamburg* (Hamburgas apgabaltiesa, Vācija) ar prasību likt *M. Klotz* pārstāt lietot nosaukumu “Glen Buchenbach” konkrētajam viskijam, pamatojoties uz to, ka šī lietošana īpaši esot pretrunā Regulas Nr. 110/2008 16. panta a)–c) punktam⁵, ar kuriem esot aizsargātas šīs regulas III pielikumā ierakstītās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes, kuru vidū ir arī norāde “Scotch Whisky”. TSWA ir īpaši uzsvērusi, pirmkārt, ka šīs tiesību normas aptverot ne vien tādas norādes lietošanu pašu par sevi, bet arī jebkādu piebildi, kas liecina par ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, un, otrkārt, ka nosaukums “Glen” mērķsabiedrības uztverē rosinot asociāciju ar Skotiju un *Scotch Whisky*, neraugoties uz citām papildu norādēm par produkta Vācijas izcelsmi. *M. Klotz* ir lūdzis šo prasību noraidīt.

13. Šajā kontekstā *Landgericht Hamburg* (Hamburgas apgabaltiesa, Vācija) ar 2017. gada 19. janvāra lēmumu, kas Tiesā saņemts 2017. gada 27. janvārī, ir nolēmusi apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

“1) Vai “[reģistrētas stipro alkoholisko dzērienu ģeogrāfiskās izcelsmes norādes] netiešs komerciāls lietojums” saskaņā ar Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punktu ir saistīts ar prasību, lai reģistrēta ģeogrāfiskās izcelsmes norāde tiktu lietota identiskā vai fonētiski un/vai vizuāli līdzīgā formā [6], vai arī ir pietiekami, ka strīdīgais apzīmējuma elements mērķsabiedrībā izraisa kaut kādas asociācijas ar reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju?

Ja ir pietiekami ar pēdējo minēto, vai pārbaudē, vai pastāv “netiešs komerciāls lietojums”, nozīme ir arī tam, kādā vidē ir integrēts strīdīgais apzīmējuma elements, vai arī šī vide nevar novērst reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes netiešu komerciālu lietojumu arī tad, ja pie strīdīgā apzīmējuma elementa ir norāde par produkta patieso izcelsmi?

2) Vai “asociācijas” ar reģistrētu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi saskaņā ar Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punktu ir saistītas ar prasību, lai starp reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi un strīdīgo apzīmējuma elementu pastāvētu fonētiska un/vai vizuāla līdzība, vai arī ir pietiekami, ka strīdīgais apzīmējuma elements mērķsabiedrībā izraisa kaut kādas asociācijas ar reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju?

5 TSWA ieskatā apstrīdētā apraksta izmantošanu varētu aptvert visi trīs šā 16. panta a), b) un c) punktā ietvertie jēdzieni, kas ir minēti prejudiciālajos jautājumos. Šajā ziņā es aprobežošos ar piebildi, ka iesniedzējtiesa nav norādījusi prioritātes kārtību starp minētajās tiesību normās attiecīgi paredzētajiem gadījumiem un nav vērsusies pie Tiesas ar jautājumu par to, vai tāda kvalifikāciju kumulēšana ir iespējama.

6 Precizēšu, ka lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu ir lietots vācu valodas īpašības vārds “optisch”, kas franču valodā burtiski ir tulkojams kā “optisks”, bet ka leksikas ziņā man atbilstošāks šķiet jēdziens “vizuāls”, kuru es tāpat lietošu šajos secinājumos, tāpat kā to dara Tiesa savā nesēnākajā judikatūrā šajā jomā.

Ja ir pietiekami ar pēdējo minēto, vai pārbaudē, vai pastāv “asociācijas”, nozīme ir arī tam, kādā vidē ir integrēts strīdīgais apzīmējuma elements, vai arī šī vide nevar novērst ļaunprātīgas asociācijas, ko izraisa strīdīgais apzīmējuma elements, arī tad, ja pie strīdīgā apzīmējuma elementa ir norāde par produkta patieso izcelsmi?

- 3) Vai pārbaudē, vai pastāv “cita nepareiza vai maldīga norāde” Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkta izpratnē, nozīme ir arī tam, kādā vidē ir integrēts strīdīgais apzīmējuma elements, vai arī šī vide nevar novērst maldīgu norādi arī tad, ja pie strīdīgā apzīmējuma elementa ir norāde par produkta patieso izcelsmi?”

14. Rakstveida apsvērumus Tiesai ir iesnieguši *TSWA, M. Klotz*, Grieķijas, Francijas, Itālijas un Nīderlandes valdības, kā arī Eiropas Komisija. Tiesas sēde mutvārdu paskaidrojumu uzklaušīšanai netika rīkota.

IV. Vērtējums

A. Ievada apsvērumi

15. Vispirms norādīšu, ka abi lietas dalībnieki pamatlietā ir izteikuši iebildumus attiecībā uz lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu formulējumu.

16. Pirmkārt, *M. Klotz* uzskata, ka pamatlietas faktus iesniedzējtiesa ir atspoguļojusi ļoti īsi un nepilnīgi, un viņš sniedz norādes, lai šo atspoguļojumu varētu pabeigt⁷.

17. Šajā ziņā atgādināšu, ka LESD 267. pantā paredzētās procedūras ietvaros Tiesai nav kompetences ne pārbaudīt, ne novērtēt pamatlietas faktiskos apstākļus un ka vienīgi valsts tiesas ziņā ir noteikt faktus, kas izraisījuši strīdu, un izdarīt no tiem secinājumus attiecībā uz nolēmumu, kas tai jāpieņem⁸. Tomēr sadarbības garā Tiesa var sniegt valsts tiesai visus norādījumus, kurus tā uzskata par vajadzīgiem, lai šai tiesai sniegtu noderīgu atbildi⁹.

18. Otrkārt, *TSWA* pārmet iesniedzējtiesai, ka tā ir slikti formulējusi prejudiciālos jautājumus¹⁰. Savos Tiesai iesniegtajos apsvērumos tā izklāsta tās pārformulētos prejudiciālos jautājumus un sniedz uz tiem atbildes¹¹.

19. Taču vienīgi valsts tiesas, kurā tiek izskatīts strīds un kurai ir jāuzņemas atbildība par pieņemamo tiesas nolēmumu, ziņā ir novērtēt gan kāda prejudiciālā jautājuma nepieciešamību, lai tā spētu pieņemt nolēmumu, gan tās Tiesai uzdodamo jautājumu atbilstību. Līdz ar to nevar tikt apmierināts kāda pamatlietas dalībnieka lūgums uzdoto jautājumu pārformulēt saskaņā ar tā norādīto¹². Tomēr Tiesai ir jāsniedz valsts tiesai noderīga atbilde, kas ļautu izšķirt strīdu pamatlietā, un tātad vajadzības gadījumā Tiesai ir jāpārformulē tai iesniegtie jautājumi¹³.

7 Skat. it īpaši šo secinājumu 72. zemsvītras piezīmi.

8 Skat. it īpaši spriedumus, 2014. gada 13. februāris, *Maks Pen* (C-18/13, EU:C:2014:69, 30. punkts); 2015. gada 3. septembris, *Costea* (C-110/14, EU:C:2015:538, 13. punkts), kā arī 2016. gada 10. marts, *Safe Interenvíos* (C-235/14, EU:C:2016:154, 119. punkts).

9 Skat. it īpaši spriedumus, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 31. punkts), kā arī 2017. gada 5. decembris, *M.A.S. un M.B.* (C-42/17, EU:C:2017:936, 23. punkts).

10 Tā precizē, ka tā ir cēlusi prasību, lai to novērstu, bet šī tiesa to ir atzinusi par nepieņemamu.

11 Skat. it īpaši šo secinājumu 38. zemsvītras piezīmi.

12 Skat. it īpaši spriedumu, 2000. gada 4. aprīlis, *Darbo* (C-465/98, EU:C:2000:184, 19. punkts).

13 Skat. it īpaši spriedumu, 2017. gada 1. februāris, *Município de Palmela* (C-144/16, EU:C:2017:76, 20. punkts).

20. Tālāk, kas attiecas uz dažādo Regulas Nr. 110/2008 punktu izklāstu, vispirms uzsvēršu, ka es, tāpat kā Francijas valdība, uzskatu, ka šīs tiesību normas aizsargā minētās regulas III pielikumā ierakstītās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes, norādot virkni situāciju, kurās uz šīm pēdējām tiek norādīts arvien un arvien netiešāk.

21. Proti, es uzskatu, ka a) punkts aptver gadījumus, kad notiek atsaukšanās uz pašu reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi; b) punktā ir aizliegta jebkāda šīs norādes ļaunprātīga izmantojuma, imitācija vai asociāciju izraisīšana, pat ja strīdīgais nosaukums uz šo norādi nenorāda tieši; c) punktā ir aizliegtas jebkādas citas maldinošas norādes par produkta izcelsmi, bet d) punkts attiecas uz jebkādu citādu tirdzniecības praksi, kas var maldināt patērētājus par šo izcelsmi. Pie specifiskajām iezīmēm, kas atšķir lūgumā sniegt prejudiciālo nolēmumu minētos punktus a)–c), un par no tām manā ieskatā izsecināmo interpretāciju es atgriezīšos tālākās analīzes gaitā¹⁴.

B. Par reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “netieša [...] lietojuma” jēdzienu Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punkta izpratnē (pirmais jautājums)

1. Par nepieciešamo reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “netieša [...] lietojuma” formu saistībā ar Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punktu (pirmā jautājuma pirmā daļa)

22. Pirmajā prejudiciālajā jautājumā Tiesai tiek lūgts spriest par to, kas ir jāsaprot ar attiecībā uz spirtotu dzērienu reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “netiešu komerciālu lietojumu” Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punkta izpratnē.

23. Šā jautājuma pirmā daļa būtībā ir par to, vai, lai varētu konstatēt tāda minētajā a) punktā aizliegta lietojuma esamību, ir nepieciešams, lai strīdīgajam apzīmējumam piemistu forma, kas ir vai nu identiska aizsargātajai ģeogrāfiskās izcelsmes norādei, vai fonētiski un/vai vizuāli līdzīga tai, vai arī pietiek ar to, ka mērķa patērētāju uztverē šis apzīmējums izraisa jebkādu asociāciju ar šo norādi vai ar to saistīto ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju.

24. Iesniedzējtiesa norāda, ka apsveramas ir divas Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punkta interpretācijas. Izvēloties vienu pieeju, uz ko ir norādīts daļā Vācijas doktrīnas¹⁵, “netiešs [...] lietojums” šīs tiesību normas izpratnē nozīmējot, ka reģistrētā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde tiek izmantota identiskā vai vismaz no fonētiskā un/vai vizuālā viedokļa līdzīgā formā, tai nevis tiek norādītai uz produkta vai tā iesaiņojuma, kā tas ir “tieša [...] lietojuma” gadījumā, bet gan jebkādā citā sakarā, kā, piemēram, reklāmā vai pavaddokumentos. Šī tiesa norāda, ka tāda interpretācija tai būtu pamats nopriest, ka minētais a) punkts konkrētajā gadījumā nav piemērojams, jo nosaukumi “Glen” un “Scotch Whisky” nav ne identiski, ne līdzīgi. Savukārt, sekojot otrai pieejai, pietiktu ar to, ka strīdīgais apzīmējuma elements mērķsabiedrības uztverē raisa jebkādas asociācijas ar ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai ar attiecīgo ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju¹⁶.

14 Skat. it īpaši šo secinājumu 31., 62., kā arī 95. un nākamos punktus.

15 Šajā ziņā iesniedzējtiesa atsaucas uz Tilmann *GRUR* 1992, 829., 832. un nākamo lpp. un Ströbele/Hacker, *Markengesetz*, 11. izdevums, § 135, 16. rindkopa, precizējot, ka šie autori ir izteikušies saistībā ar Regulas Nr. 110/2008 16. pantam analogisku tiesību normu, proti, Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) Nr. 1151/2012 (2012. gada 21. novembris) par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu kvalitātes shēmām (OV 2012, L 343, 1. lpp.) 13. pantu, kā arī uz Ingerl/Rohnke, *Markengesetz*, 3. izdevums, § 135, 4. rindkopa.

16 Šī tiesa vērs uzmanību uz to, ka līdz šim Tiesa tikai vispārīgi ir norādījusi, ka “Regulas Nr. 110/2008 16. panta a)–d) punkts attiecas uz dažādiem gadījumiem, kuros produkta komerciāls lietojums ir saistīts ar tiešu vai netiešu atsauci uz ģeogrāfiskās izcelsmes norādi apstākļos, kas vai nu var maldināt sabiedrību, vai vismaz tajā radīt asociācijas par produkta izcelsmi, vai arī ļaut uzņēmējam gūt nepamatotu labumu no attiecīgās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputācijas” (spriedums, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484, 46. punkts).

25. TSWA, kā arī Grieķijas un Itālijas valdības aizstāv šo otro interpretāciju. Savukārt *M. Klotz*, Francijas un Nīderlandes valdības, kā arī Komisija būtībā uzskata, ka gadījumā, kad tiek lietots jebkādas citas formas apraksts, nevis konkrētā reģistrētā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, nevar būt runas par “netiešu [...] lietojumu” [Regulas Nr. 110/2008] 16. panta a) punkta izpratnē¹⁷. Tālāk norādīto iemeslu dēļ arī es piekrītu šim pēdējam viedoklim.

26. Vispirms atgādināšu, ka saskaņā ar Tiesas pastāvīgo judikatūru, interpretējot Savienības tiesību normu, ir jāņem vērā ne tikai tās teksts, bet arī tās sistēma un ar tiesisko regulējumu, kurā šī norma ir ietverta, izvirzītie mērķi¹⁸.

27. *Pirmkārt*, attiecībā uz Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punkta formulējumu TSWA manā ieskatā kļūdaini apgalvo, ka šī tiesību norma ir jāinterpretē plaši – tajā nozīmē, ka reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “netiešs” komerciāls lietojums postulējot nevis šīs norādes lietošanu pilnībā vai daļēji kā tādu, bet gan netiešu norādīšanu uz to, ar nosacījumu, ka šī lietošana notiek, ciktāl “produktus var salīdzināt”, vai arī ciktāl tāds lietojums “izmanto reģistrētās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputāciju”¹⁹.

28. Šajā ziņā es uzskatu, ka formulējuma “reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes tiešs vai netiešs komerciāls lietojums”²⁰ izmantošana minētā 16. panta a) punktā pieprasa konkrētās norādes lietošanu formā, kādā tā ir reģistrēta, vai vismaz formā, kas ir tik cieši saistīta ar to, ka strīdīgā zīme ir acīmredzami nenodalāma no tās²¹. Proti, es uzskatu, ka jēdziens “lietojums” pēc definīcijas prasa, lai notiktu tādas pašas aizsargātās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes lietojums, kurai tātad identiski vai vismaz fonētiski un/vai vizuāli līdzīgi²² ir jāatspoguļojas strīdīgajā zīmē²³.

29. Norādīšu, ka Tiesa jau ir sniegusi definīcijas elementus attiecībā uz “tieša” lietojuma jēdzienu minētā 16. panta a) punkta izpratnē, atzīstot, ka te var būt runa par preču zīmes, kas ietver ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai šai norādei atbilstošu vārdu un tās tulkojumu, lietošanu attiecībā uz spirtotajiem dzērieniem, kuri neatbilst attiecīgajām specifikācijām, kā tas bija ar grafiskajām preču zīmēm, kuras tika aplūkotas pamatlietā. Tomēr Tiesa vēl nav izteikusies par to, kas ir jāsaprot ar “netiešu” lietojumu šīs pašas tiesību normas izpratnē.

30. Es personīgi uzskatu, ka šis netiešais raksturs norāda nevis uz gadījumiem, kad aplūkotajā nosaukumā nav tiešu norāžu uz kādu no Regulas Nr. 110/2008 III pielikumā ierakstītajām ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, kā to apgalvo TSWA, bet gan uz gadījumiem, kad kaut kādā mērā nepienācīgs veids tiek izmantots, lai lietotu tādu norādi. Proti, es, tāpat kā *M. Klotz*, Nīderlandes valdība un Komisija,

17 Precizāk, *M. Klotz* ieskatā strīdīgajam apzīmējumam esot jābūt “identiskam” aizsargātajai ģeogrāfiskās izcelsmes norādei; Francijas valdības ieskatā esot vajadzīgs, lai tas būtu “identisks vai [vismaz] ļoti līdzīgs no fonētiskā un/vai vizuālā viedokļa”; Nīderlandes valdības ieskatā tam esot “[jā]būt norādījušam” uz ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, un tas tā esot pat tad, ja mērķsabiedrības uztverē var rasties asociācija; Komisijas ieskatā ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “lietojums” nepastāv, ja tiek izmantots “cits apraksts”.

18 Skat. it īpaši spriedumu, 2017. gada 15. novembris, *Geissel un Butin* (C-374/16 un C-375/16, EU:C:2017:867, 32. punkts un tajā minētā judikatūra).

19 Šajā pēdējā sakarā TSWA apgalvo, ka aplūkojamajā gadījumā nosaukums “Glen” būtu jāaizliedz, jo te esot runa par produktu, kas ir “salīdzināms” ar “Scotch Whisky”, bet kurš nav Skotijas izcelsmes produkts. Tā uzskata, ka uzdotsais jautājums tomēr skar arī otro minētajā 16. panta a) punktā paredzēto gadījumu, jo tas, ka produkti ir salīdzināmi, neizslēdzot aizsargātās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputācijas izmantošanu. Atzīmēšu, ka iesniedzējtiesa šajā jautājumā nav ieņēmusi nekādu nostāju, bet ka Tiesa jau ir atzinusi, ka “gadījumā, [kad] produkti, uz kuriem neattiecas ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, ir stiprie alkoholiskie dzērieni, šķiet likumīgi uzskatīt, ka var būt runa par produktiem, kurus var salīdzināt ar stipro alkoholisko dzērienu, kas reģistrēts ar šādu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi” (spriedums, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484, 54. punkts).

20 Mans izcēlums.

21 Pēc analogijas skat. 2017. gada 14. septembra spriedumu *EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto* (C-56/16 P, EU:C:2017:693, 114. un nākamie punkti), kurā ir norādīti asociācijas starp strīdīgo zīmi un aizsargāto nosaukumu kritēriji, kas ir atkarīgi no tā, vai mērķsabiedrība tos uztver kā “loģisku un konceptuālu vienību” vai kā “ģeogrāfisku atsauci uz portvīnu, kas ir aizsargāts ar attiecīgo cilmes vietas nosaukumu”.

22 Tāpat savos secinājumos lietā *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (C-393/16, EU:C:2017:581, 42. un nākamie punkti) ir uzskatījis arī ģenerālvokāts *M. Kampos Sanchez-Bordona* [*M. Campos Sánchez-Bordona*] saistībā ar minētā 16. panta a) punktam ekvivalentu tiesību normu, ka jēdziens “tiešs vai netiešs komerciāls lietojums” var aptvert aizsargāta cilmes vietas nosaukuma lietošanu (izskatāmajā lietā – ģeogrāfiskās izcelsmes norādi) ne vien *identiskā*, bet arī *līdzīgā* formā.

23 Komisija precizē, ka nepieciešamība ģeogrāfiskās izcelsmes norādei pašai tikt lietotai tomēr neizslēdzot tās tulkošanu, piebilstot, ka aplūkojamajā gadījumā šāda situācija viennozīmīgi nepastāv.

uzskatu, ka atšķirībā no “tieša” lietojuma, kas ietver to, ka aizsargātā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde tiek tieši izvietota uz konkrētā produkta vai tā paša iesaiņojuma, “netiešs” lietojums paredz, ka šī norāde ir iekļauta tādos papildinošajos mārketinga vai informatīvajos virzienos kā šā produkta reklāma²⁴ vai ar produktu saistītajos dokumentos²⁵.

31. *Otrkārt*, kas attiecas uz konkrētās tiesību normas *kontekstu*, uzsvēršu, ka minētā 16. panta a) punktam noteikti ir atšķirīga piemērojama no noteikumiem, kas tam šajā pašā pantā seko vēlāk. Šī pirmā tiesību norma it īpaši pienācīgi jānorobežo no b) punkta, kurā ir paredzēti “ļauņprātīgu izmantojumu, imitāciju vai asociāciju izraisīšanas” gadījumi, tas ir, gadījumi, kuros ģeogrāfiskās izcelsmes norāde nevis tiek lietota kā tāda, bet ar to tiek ietekmēti mērķa patērētāji, norādot uz to niansētāk, nekā tas ir darīts a) punktā.

32. Tā, minētā 16. panta b) punkts zaudētu savu lietderīgo iedarbību, ja tā a) punkts tiktu interpretēts plaši, kā tas ir paredzēts pirmajā prejudiciālajā jautājumā, tajā ziņā, ka tas būtu piemērojams, tiklīdz strīdīgais apzīmējums raisītu jebkādu idejisku asociāciju ar reģistrētu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai ar to saistīto ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju. Tātad no šā panta vispārējās sistēmas, kā to uzsver Francijas valdība un Komisija, izriet, ka jēdziens “reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes tiešs vai netiešs komerciāls lietojums” minētā a) punkta izpratnē nevar aptvert tādus gadījumus.

33. Es uzskatu, ka šādu secinājumu pastiprina Tiesas judikatūra²⁶, saskaņā ar kuru pietiekami tuva saikne ar aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi tiek prasīta pat saistībā ar vienkāršas “asociāciju izraisīšanas” jēdzienu 16. panta b) punkta izpratnē²⁷, un manā ieskatā šī prasība *a fortiori* ir attiecināma arī uz “lietojuma” jēdzienu šī panta a) punkta izpratnē.

34. *Treškārt*, kas attiecas uz Regulas Nr. 110/2008 *mērķiem*, vispirms atzīmēšu, ka tās preambulas 4. apsvērumā ir uzsvērts, ka Eiropas Savienības likumdevējs ir meklējis veidus, “lai nodrošinātu sistemātiskāku pieeju tiesību aktiem, kas reglamentē stipros alkoholiskos dzērienus”, nosakot “skaidrus kritērijus”, tostarp “ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzībai”²⁸.

35. Es šaubos, vai ar šīm tieši paustajām rūpēm par tiesisko noteiktību ir saderīgi atzīt tāda kritērija kā iesniedzējtiesas norādītais attiecināmību, proti, to, ka “mērķsabiedrībā [tiek izraisītas] kaut kādas asociācijas ar reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju”²⁹, ievērojot, ka tur ir runa par kritēriju, kuru likumdevējs nekādi nav noteicis un kura aprises man šķiet esam pārāk neskaidras. Protams, saistībā ar šīs regulas 16. panta noteikumiem Tiesa jau ir norādījusi uz risku “radīt [sabiedrībā] asociācijas par produkta izcelsmi”³⁰, bet es tomēr uzskatu, ka tā tomēr nav vēlējusies pasludināt šo vispārīgo apsvērumu par noteicošu vērtējuma faktoru, piemērojot vienu vai otru no minētajām tiesību normām.

24 Nīderlandes valdība sniedz – izdomātu – piemēru par aizsargātās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “Scotch Whisky” netiešu komerciālu lietojumu reklāmas kampaņā, kas būtu formulēta šādi: “Glen Buchenbach garšo kā Scotch Whisky.”

25 Skat. arī lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu citēto doktrīnu, kas ir pieminēta šo secinājumu 15. zemsvītras piezīmē.

26 Skat. spriedumus, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau national interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484, 56. un 57. punkts), kā arī 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 33.–35. punkts).

27 Par minētā 16. panta b) punkta interpretāciju skat. atbildi uz otro prejudiciālo jautājumu, kas ir aprakstīta šo secinājumu 48. un nākamajos punktos.

28 Skat. arī Regulas Nr. 110/2008 preambulas 1. apsvērumu, tāpat kā Komisijas 2005. gada 15. decembra priekšlikuma, kas noveda pie šā instrumenta pieņemšanas (Eiropas Parlamenta un Padomes Priekšlikums regulai par stipro alkoholisko dzērienu definīciju, aprakstu, noformējumu un marķējumu COM(2005) 125, galīgā redakcija, 2. lpp.), pamatojumu, kurā tika norādīts uz nepieciešamību uzlabot līdz tam piemērojamo Savienības tiesību noteikumu spirtoto dzērienu jomā skaidrību.

29 Mans izcēlums.

30 Skat. šo secinājumu 16. zemsvītras piezīmē minēto punktu, attiecībā uz kuru TSWA uzsver, ka vācu valodas redakcija (kurā ir minēta tikai “asociācija”) ir šaurāka nekā spāņu, angļu, franču vai itāļu valodu redakcijas (kurās ir minēta “idejiska asociācija”) un ka priekšroka būtu dodama šim pēdējam, plašākajam formulējumam, jo “asociācija” attiecas uz noskaņojumu, kādu izraisa ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, nevis uz pašu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi.

36. Tālāk, runājot vairāk pēc būtības, ir jānorāda, ka Regulas Nr. 110/2008 preambulas 2. apsvērumā ir norādīts, ka šajā pēdējā paredzētajiem pasākumiem “būtu jāpalīdz nodrošināt patērētājiem augsta līmeņa aizsardzību, novērst maldinājumus, panākt tirgus pārredzamību un godīgu konkurenci”. Tās preambulas 9. apsvērumā ir piebilsts, ka šiem pasākumiem “būtu arī jānovērš [...] alkoholisku dzērienu nosaukumu nepareizs lietojums tādiem produktiem, kas neatbilst šajā regulā sniegtajām definīcijām”. Tās preambulas 14. apsvērumā ir atgādināts par īpašo aizsardzību, kāda ir minētās regulas III pielikumā ierakstītajām ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, “ja stiprajam alkoholiskajam dzērienam piemītošā kvalitāte, reputācija vai citas īpašības galvenokārt ir saistāmas ar [kādu konkrētu] ģeogrāfisko izcelsmi”.

37. Kas attiecas uz ar Regulu Nr. 110/2008, it īpaši ar tās 16. pantu, sasniedzamajiem mērķiem, cita starpā no tā nosaukuma izriet, ka šā panta mērķis ir nodrošināt “ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību” ar šo pēdējo reģistrāciju, kas paredz, pirmkārt, minētajā preambulas 14. apsvērumā norādītajos gadījumos ļaut identificēt spirtotos dzērienus kā ar izcelsmi no konkrētas teritorijas un, otrkārt, veicināt minētajā preambulas 2. apsvērumā pausto vispārīgāko mērķu īstenošanu³¹.

38. Tādējādi es uzskatu, ka Regulas Nr. 110/2008 tiesību normu, it īpaši tās 16. panta normu, mērķis, kā to Tiesa jau ir uzsvērusi saistībā ar kādu Savienības tiesību normu³², kuras formulējums ir analogisks³³ šīs regulas 16. panta formulējumam³⁴, ir ne vien pircēju, bet arī ražotāju, kuri ir pielikuši pūles, lai garantētu kvalitāti, kāda tiek sagaidīta no produktiem, kuriem ģeogrāfiskās izcelsmes norādes ir piešķirtas pamatoti, interesēs nepieļaut šo norāžu ļaunprātīgu izmantošanu. No šā skatpunkta minētā 16. panta a) punktā tieši precīzāk citiem saimnieciskās darbības veicējiem ir aizliegts komerciālos nolūkos izmantot reģistrētu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi attiecībā uz produktiem, kas neatbilst visām prasītajām iezīmēm³⁵, tostarp ar mērķi nepamatoti iedzīvoties no šīs ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputācijas³⁶.

39. Manā ieskatā no iepriekš minētā izriet, ka patērētāju augstāka līmeņa aizsardzība, protams, ir viens no interpretējamo normu mērķiem, bet tomēr no tā nebūtu secināms, kā to rosina Grieķijas un Itālijas valdības, ka minētajā a) punktā paredzētā aizlieguma piemērošanai ir pietiekami ar to, ka strīdīgais nosaukums ir tāds, kas jebkādi maldina patērētāju par izcelsmi, un to, ka tādējādi tam ir tāda pati iedarbība kā tad, ja būtu lietota ģeogrāfiskās izcelsmes norāde tās reģistrētajā vai līdzīgā formā. Proti, nevar neņemt vērā, ka šo normu mērķis arī ir saglabāt to produktu atzīto kvalitāti, uz kuriem šī norāde tiek attiecināta pamatoti, un līdz ar to aizsargāt to saimnieciskās darbības veicēju ekonomiskās intereses, kuri ir veikuši ieguldījumus, lai garantētu šo kvalitāti, kā arī, vispārīgāk, atbalstīt tirgus un godīgas konkurences pārskatāmību.

31 Minētajā 16. pantā šādi paredzētie mērķi ir uzsvērti 2011. gada 14. jūlija spriedumā *Bureau national interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484, 47. punkts), kā arī 2016. gada 21. janvāra spriedumā *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 23. un 24. punkts).

32 Proti, Padomes Regulas (EK) Nr. 1234/2007 (2007. gada 22. oktobris), ar ko izveido lauksaimniecības tirgu kopīgu organizāciju un paredz īpašus noteikumus dažiem lauksaimniecības produktiem (“Vienotā TKO regula”) (OV 2007, L 299, 1. lpp.), kas grozīta ar Padomes Regulu (EK) Nr. 491/2009 (2009. gada 25. maijs) (OV 2009, L 154, 1. lpp.), 118.m panta 2. punktu.

33 Par pastāvošajām līdzībām starp Regulas Nr. 110/2008 16. pantu un Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punktu skat. 2017. gada 20. decembra spriedumu *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (C-393/16, EU:C:2017:991, 18., 34., 39. un 40. punkts), kā arī ģenerāladvokāta M. Kamposa Sančesa-Bordonas secinājumus lietā *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (C-393/16, EU:C:2017:581, 60. punkts un 16. zemsvītras piezīme).

34 Saskaņā ar 2017. gada 20. decembra spriedumā *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (C-393/16, EU:C:2017:991, 38. punkts) norādīto “attiecībā uz [aizsargātu cilmes vietu nosaukumu] un [aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu] aizsardzību, Regula Nr. 1234/2007 ir kopējās lauksaimniecības politikas instruments, kas būtībā ir paredzēts, lai nodrošinātu patērētājiem, ka lauksaimniecības produkti ar ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, kas reģistrēta saskaņā ar šo regulu, to izcelsmes no noteiktas ģeogrāfiskas vietas dēļ ir apveltīti ar noteiktām īpašām iezīmēm un līdz ar to sniedz kvalitātes garantiju, ar mērķi ļaut lauksaimniekiem, kas ir uzņēmušies patiesas pūles, lai uzlabotu kvalitāti, savukārt saņemt labākus ienākumus un kavēt trešās personas ļaunprātīgi gūt labumu no reputācijas, kas izriet no šo produktu kvalitātes” (mani izcēlumi).

35 Atgādināšu, ka Regulas Nr. 110/2008 15. panta 4. punktā ir prasīts, lai “III pielikumā reģistrētie stiprie alkoholiskie dzērieni, kam ir ģeogrāfiskās izcelsmes norādes, [atbilstu] visiem 17. panta 1. punktā paredzētajā tehniskajā dokumentācijā ietvertajiem tehniskajiem parametriem”.

36 Šajā nozīmē skat. spriedumus, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau national interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484, 46. punkts), kā arī 2017. gada 20. decembris, *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (C-393/16, EU:C:2017:991, 39. un 40. punkts).

40. Tātad uz pirmā jautājuma pirmo daļu es ierosinu *atbildēt*, ka Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka šajā tiesību normā aizliegtais reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “netiešs [...] lietojums” prasa, lai strīdīgais nosaukums būtu vai nu identisks konkrētajai norādei, vai arī fonētiski un/vai vizuāli līdzīgs tai. Tādējādi nepietiek ar to, ka mērķsabiedrības uztverē šis nosaukums var raisīt jebkādu idejisku asociāciju ar norādi vai ar to saistīto ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju.

2. *Par iespējamās strīdīgo apzīmējumu aptverošās informācijas ietekmi, raugoties no Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punkta viedokļa (pirmā jautājuma otrā daļa)*

41. Pirmā prejudiciālā jautājuma otrā daļa Tiesas izvērtējumam ir pakļaujama vienīgi gadījumā, ja tā nopriestu, ka vienkārša idejiska asociācija ar reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai konkrēto ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju var būt pietiekama, lai raksturotu šīs norādes “netieša [...] lietojuma” Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punkta izpratnē esamību.

42. Ņemot vērā, ka atbildē uz šā jautājuma pirmo daļu es atbalstu pretējas interpretācijas izvēli, es uzskatu, ka Tiesai nebūs jāpieņem nolēmums par tā otro daļu. Tomēr es norādišu dažus apsvērumus saistībā ar šo pēdējo.

43. Iesniedzējtiesa vaicā, vai, lai pierādītu tāda lietojuma esamību, ir jāņem vērā strīdīgā apzīmējuma konteksts un it īpaši tas, ka to papildina tādi precizējumi par produkta patieso izcelsmi, ka šā konteksta sniegtā informācija ļautu atspēkot pieļāvumu, ka neesot ievērotas minētā 16. panta a) punkta prasības. Precīzāk, tā jautā par to, vai strīdīgais apzīmējuma elements “Glen” ir jānovērtē izolēti, vai arī tai ir jāņem vērā dažādās piebildes uz etiķetes, kas norāda, ka konkrētais produkts ir Vācijas izcelsmes³⁷. Tā uzskata, ka pamatlietā noteikt TSWA tikai un vienīgi lūgto aizliegumu tā var vienīgi tad, ja minēto a) punktu Tiesa interpretētu tādējādi, ka tajā ir aizliegts tāda vārda lietojums, kas liek rasties jebkādam idejiskām asociācijām ar reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi neatkarīgi no šā lietojuma konteksta.

44. TSWA un Grieķijas valdība uzskata, ka papildu norādes, ko sniedz produkta marķējums un iepakojums³⁸, nav būtiskas 16. panta a) punkta piemērošanai. Itālijas valdības ieskatā, pat ja kontekstam, kurā iekļaujas strīdīgais apzīmējuma elements, var būt loma, netieša lietojuma esamība šīs tiesību normas izpratnē nevarot tikt izslēgta, tajā skaitā, kad minēto elementu papildina informācija par izcelsmi. Nīderlandes valdība uzskata, ka tāds lietojums nevar notikt, ja netiek veikta atsauce uz aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi un ja etiķetē turklāt ir skaidri norādīta vieta, kur dzēriens ir ražots³⁹.

45. No savas puses es tikai *pakārtoti*⁴⁰ uzsvēršu, ka Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punktā nav ietverta tāda tieša norāde, kāda ir iekļauta tā b) punktā, saskaņā ar kuru reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “ļauņprātīgu izmantojumu, imitāciju vai asociāciju izraisīšanu” iespējams konstatēt “arī tad, ja ir norādīta attiecīgo produktu patiesā izcelsme”.

37 Proti, “Swabian [...] Whisky” (latviešu valodā – Švābijas viskijs), “Deutsches Erzeugnis” (Vācijas produkts), “Hergestellt in den Berglen” (ražots Berglenā).

38 TSWA ierosina pārformulēt pirmā prejudiciālā jautājuma otrās daļas formulējumu, pamatojoties uz to, ka iesniedzējtiesas tajā lietotais jēdziens “konteksts” (vācu valodā, kas ir šīs tiesvedības valoda – “Umfeld”) nav minēts ne Regulā Nr. 110/2008, ne Tiesas judikatūrā un ka tāpat drīzāk esot jālieto šīs regulas I pielikuma 15.–17. punktā definētie jēdzieni “noformējums”, “marķējums” un “iesaiņojums”, uz kuriem, šķiet, šajā jautājumā, ņemot vērā lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu pamatojumu, tiek norādīts būtībā.

39 M. Klotz, Francijas valdība un Komisija, ņemot vērā, kādu atbildi tie rosina sniegt uz pirmā prejudiciālā jautājuma pirmo daļu, neieņem nekādu nostāju šajā ziņā.

40 Šo secinājumu 42. punktā norādīto iemeslu dēļ.

46. Šis teksta atšķirības manā ieskatā ir izskaidrojamas ar apstākli, ka tad, kad ir runa par aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “tiešu vai netiešu komerciālu lietojumu” minētā 16. panta a) punkta izpratnē, šis gadījums paredz, ka šī norāde tiek lietota kā tāda vai arī līdzīgā formā un netiek lietota jebkāda cita veida norāde⁴¹. Tātad ir skaidrs, ka konkrētās situācijas analīze ir jāfokusē uz to, lai konstatētu, ka ir vai nav lietota kāda no tām ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, kuras ir ierakstītas šīs pašas regulas III pielikumā.

47. Savukārt minētā 16. panta b) punktā paredzētajā gadījumā, kur ir runa par “ļauņprātīgu izmantojumu, imitāciju vai asociāciju izraisīšanu”, situācijas izvērtējumam acīmredzami ir jāpārsniedz tāds objektīvs konstatējums, un tas prasa ielūkoties perspektīvā, attiecībā uz kuru Savienības likumdevējs ir tieši norādījis, ka atsevišķi potenciālie vērtējuma faktori, tostarp tas, lai būtu norādīta “produktu patiesā izcelsme”⁴², neļauj noraidīt vienu vai otru no šīm trīs kvalifikācijām⁴³. Manā ieskatā tam tā *a fortiori* būtu jābūt tā pašā 16. panta a) punktā paredzētajā vienkāršākajā gadījumā, pieņemot, ka Tiesa uzskata, ka, lai piemērotu šo tiesību normu, ir jāizvērtē konteksts, kādā strīdīgais apzīmējums iekļaujas.

C. Par jēdzienu “asociāciju izraisīšana” ar reģistrētu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē (otrais jautājums)

1. Par “asociāciju izraisīšanai” ar reģistrētu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vajadzīgo formu Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē (otrā jautājuma pirmā daļa)

48. Ar otro prejudiciālo jautājumu Tiesa tiek aicināta izteikties par jēdzienu “asociāciju izraisīšana” ar spirtota dzēriena reģistrētu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē.

49. Šā jautājuma pirmajā daļā iesniedzējtiesa vaicā, vai, lai tāda asociācijas izraisīšana tiktu konstatēta un lai tā tātad tiktu aizliegta ar minēto b) punktu, strīdīgajai piebildei ir jābūt identiskā formā ar aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai fonētiski un/vai vizuāli līdzīgā formā, vai arī ir pietiekami ar to, ka šī piebilde mērķa patērētāju apziņā rada jebkādas asociācijas ar minēto norādi vai ar to saistīto ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju.

50. Sava lūguma pamatojumā šī tiesa norāda, ka Tiesa vienveidīgi ir interpretējusi jēdzienu “asociāciju izraisīšana”, kas ir norādīts kā Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punktā, tā arī iepriekšējos analogiskajos Savienības tiesību regulējumos, tajā ziņā, ka tas “attiecas uz situāciju, kurā vārds, kas ir izmantots produkta apzīmēšanai, ietver aizsargāta nosaukuma daļu tā, ka tad, kad patērētājs saskaras ar produkta nosaukumu, viņš iedomājas par produktu ar šo nosaukumu”⁴⁴. Tā piebilst, ka, ciktāl tai ir zināms, Tiesa tomēr vēl nav izteikusies par to, vai fonētiska un/vai vizuāla līdzība starp attiecīgajiem apzīmējumiem⁴⁵ ir imperatīvs nosacījums aizliegtas asociācijas konstatēšanai. Tā uzskata, ka atbilde uz šo jautājumu izskatāmajā lietā ir būtiska, jo aplūkojamajā gadījumā tāda līdzība nepastāv⁴⁶.

41 Skat. arī šo secinājumu 40. punktu.

42 Minētā 16. panta b) punktā ir precizēts arī tas, ka nav nozīmes, ka “ģeogrāfiskās izcelsmes norāde ir lietota tulkojumā vai kopā ar tādiem vārdiem kā “līdzīgs”, “paveids”, “stila”, “izgatavots”, “aromāts” vai citiem līdzīgiem apzīmējumiem”. Proti, neraugoties uz tādu šķietami izlabojošu izteicienu lietojumu, patērētājs tik un tā ar galvenā apzīmējuma nesto vēstījumu tiek maldināts.

43 Par strīdīgo elementu ietverošā konteksta iespējamo nozīmi saistībā ar Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punktu skat. atbildi uz otrā prejudiciālā jautājuma otro daļu, kas aprakstīta šo secinājumu 69. un nākamajos punktos.

44 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 21. punkts un tajā minētā judikatūra).

45 Kāda saskaņā ar iesniedzējtiesas sniegto piemēru pastāvēja starp strīdīgo nosaukumu “Verlados” un reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi “Calvados” lietā, kurā tika taisīts 2016. gada 21. janvāra spriedums *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35).

46 Proti, strīdīgais apzīmējuma elements “Glen” kā fonētiski, tā vizuāli acīmredzami atšķiras no reģistrētās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “Scotch Whisky”.

51. TSWA, kā arī Grieķijas, Francijas un Itālijas valdības piedāvā atbildēt, ka “asociāciju izraisīšana” ar reģistrētu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi šī 16. panta b) punkta izpratnē neprasa, lai strīdīgajam vārdam būtu fonētiska un/vai vizuāla līdzība ar konkrēto norādi, un ka ir pietiekami ar to, ka mērķsabiedrības uztverē šis vārds modina jebkādu idejisku asociāciju ar norādi vai ar ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju. M. Klotz un Nīderlandes valdība atbalsta pretēju viedokli.

52. Komisija ieņem sava veida vidusceļa nostāju, saskaņā ar kuru minētais jēdziens “asociāciju izraisīšana” obligāti prasa nevis fonētisku un/vai vizuālu līdzību vai vienkārši idejisku asociāciju, bet gan drīzāk – aplūkojamajā gadījumā – “konceptuāla tuvuma starp reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi un strīdīgo apzīmējumu esamību, saistībā ar kuru samērā informēts patērētājs nodibinātu tiešu un nepārprotamu saikni starp strīdīgo aprakstu un [šo] norādi”⁴⁷. Tālāk norādīto iemeslu dēļ es sliecos par labu interpretācijai, kas ir tuva šim pēdējam viedoklim.

53. Vispirms ir jāatzīmē, ka aplūkojamā b) punkta tekstā nav elementu, kas ļautu precīzi definēt, kas ir jāsaprot ar “asociāciju izraisīšanu” ar aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi. Lielākais, salīdzinot ar diviem pārējiem šajā tiesību normā iepriekš norādītajiem iespējamajiem gadījumiem, proti, “ļauņprātīgu izmantojumu” un “imitāciju”, var uzskatīt, ka jēdziens “asociāciju izraisīšana” ietver zināmu līdzības pakāpi ar konkrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, kaut gan tas šķiet prasām visvājāko līdzības pakāpi šo trīs jēdzienu starpā.

54. Turklāt manā ieskatā zināms skaits mācību ir rodams *Tiesas judikatūrā* par Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta vai citu šai tiesību normai formulējuma ziņā analogisku Savienības tiesību normu interpretāciju.

55. Kā to norādījusi iesniedzējtiesa, Tiesa ir norādījusi, ka “asociāciju izraisīšana” tostarp minētā b) punkta izpratnē pastāv, ja strīdīgais apraksts “ietver aizsargāta nosaukuma daļu”⁴⁸. Manā ieskatā tāds daļējs ietvērums⁴⁹, kāds pastāvēja pamatlietās, saistībā ar kurām ir taisīti attiecīgie Tiesas spriedumi⁵⁰, tomēr nav nosacījums *sine qua non* šīs tiesību normas piemērošanai.

56. Proti, kā to norāda Francijas valdība, no vārdiem “tā, ka tad, kad”, kas seko aiz iepriekš minētā formulējuma, izriet, ka centrālais un noteicošais kritērijs, lai izvērtētu tādu “asociāciju izraisīšanas” esamību, ir pārliecināties, vai tad, “kad patērētājs saskaras ar produkta nosaukumu, viņš iedomājas par produktu ar šo [aizsargāto] nosaukumu”⁵¹. Starp citu, Tiesa jau ir uzsvērusi, ka “valsts tiesai *būtībā* ir jābalstās uz iespējamo patērētāja reakciju uz vārdu, kas izmantots, lai apzīmētu attiecīgo produktu, jo *galvenais* ir tas, ka šis patērētājs saista šo vārdu ar aizsargātu apzīmējumu”⁵². Turklāt tā ir precizējusi,

47 Jāprecizē, ka arī Francijas un Itālijas valdības liek uzsvāru uz “konceptuāla tuvuma” kritēriju, tomēr savu piedāvāto atbildi tās balsta nevis uz šo kritēriju, bet gan uz iesniedzējtiesas norādīto “asociāciju izraisīšanas” kritēriju.

48 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 21. punkts un tajā minētā judikatūra).

49 Pretējā gadījumā pastāv nevis vienkārši “asociāciju izraisīšana”, bet gan “lietojums” Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punktam analogiskas tiesību normas izpratnē, kad aizsargātais nosaukums *pilnībā* ir iekļauts pārtikas produkta nosaukumā, lai norādītu tā garšu (skat. spriedumu, 2017. gada 20. decembris, *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne*, C-393/16, EU:C:2017:991, 57. un 58. punkts).

50 Saistībā ar strīdīgajiem aprakstiem “Cambozola”, “parmesan”, “KONJAKKI”, “Verlados” un “Port Charlotte” attiecīgi skat. spriedumus, 1999. gada 4. marts, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 25. punkts); 2008. gada 26. februāris, Komisija/Vācija (C-132/05, EU:C:2008:117, 44. punkts); 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau national interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484, 56. punkts); 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 21. punkts), kā arī 2017. gada 14. septembris, *EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto* (C-56/16 P, EU:C:2017:693, 122. punkts).

51 Skat. it īpaši spriedumu, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 21., 32., 35. un 48. punkts, kā arī tajos minētā judikatūra). Komisijas ieskatā šis judikatūras kritērijs paredz, ka starp konkrēto produktu un aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi asociācija rodas tūlītēji un precīzi.

52 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 22. punkts), mans izcēlums.

ka šai tiesai “ir jāatsaucas uz samērā informēta, uzmanīga un apdomīga vidusmēra Eiropas patērētāja uztveri”⁵³. Faktiski, pat ja konkrētais aizsargātais nosaukums veido apstrīdētās preču zīmes sastāvdaļu, tik un tā ir iespējams, ka vidusmēra patērētājs, saskaroties ar produktu, kuram ir minētā preču zīme, obligāti nesaista to ar produktu, kuram minētais nosaukums ir piešķirts⁵⁴.

57. Tiesa arī vairākkārt ir atzinusi, “ka [valsts tiesa] pamatoti uzskatīja, ka attiecībā uz līdzīgiem produktiem var rasties asociācijas ar aizsargātu nosaukumu, ja pārdošanas nosaukumiem ir fonētiska un vizuāla līdzība”, kas “nav apstākļu sakritība”, precizējot, “ka tāda līdzība ir acīmredzama, ja vārds, kas ir izmantots attiecīgā produkta apzīmēšanai, beidzas ar divām tādām pašām zilbēm kā aizsargātajam nosaukumam un šiem nosaukumiem ir vienāds zilbju skaits”⁵⁵.

58. Tomēr es, tāpat kā vairākums izskatāmajā lietā apsvērumus sniegušo lietas dalībnieku⁵⁶, uzskatu, ka fonētiskas un vizuālas līdzības identificēšana ir nevis imperatīvs nosacījums, lai pārliecinātos par “asociāciju izraisīšanas” esamību, bet gan drīzāk viens no kritērijiem citu Tiesas norādīto kritēriju skaitā, kas ļauj veikt šādu pārbaudi. Es uzskatu, ka Tiesas izteiktā piebilde par fonētisku un vizuālu “līdzību” bija saistīta ar to lietu atšķirīgajiem faktiskajiem apstākļiem, kurās tika taisīti spriedumi, kuros šī piebilde ir norādīta⁵⁷, un ka tātad nav izslēgts, ka “asociāciju izraisīšana” var notikt, pat arī nepastāvot tādai līdzībai.

59. Bez iepriekš minētā aizsargāta nosaukuma daļējas iekļaušanas kritērija⁵⁸ viens cits no par atbilstošu uzskatītajiem novērtējuma kritērijiem ir dažādu valodu vārdu vidū pastāvošais “konceptuālais tuvums”. Precizēšu, ka šo kritēriju Tiesa ir nošķīrusi no kritērija “fonētiskā un vizuālā līdzība” un ka tas, tāpat kā citi kritēriji, ir ticis piesaistīts patērētāja uztveres izpētei, kura tātad šķiet esam centrālais un nepieciešamais nosacījums, lai “asociāciju izraisīšana” varētu pastāvēt⁵⁹.

60. Es tātad uzskatu, ka, lai raksturotu “asociāciju izraisīšanu” Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē, vienīgais noteicošais kritērijs ir tas, vai “patērētājs, saskaroties ar produkta nosaukumu, domās saskata saikni ar produktu, kas aizsargāts ar šo nosaukumu”⁶⁰, un tas ir jāizvērtē valsts tiesai, attiecīgā gadījumā ņemot vērā vai nu aizsargāta nosaukuma daļēju iekļaušanu strīdīgajā aprakstā, vai fonētisku un vizuālu līdzību, vai arī konceptuālu tuvumu.

61. *Toties* manā ieskatā šeit interpretējamo tiesību normu iepriekš minētajiem mērķiem⁶¹ būtu neatbilstoši atzīt tik neprecīzu un plašu kritēriju kā otrajā prejudiciālajā jautājumā paredzētais, proti, ka “strīdīgais apzīmējuma elements mērķsabiedrībā izraisa *kaut kādas* asociācijas ar reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju”⁶².

53 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 25., 28. un 48. punkts).

54 Šajā nozīmē skat. spriedumu, 2017. gada 14. septembris, *EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto* (C-56/16 P, EU:C:2017:693, 122.–125. punkts).

55 Skat. it īpaši spriedumu, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 33., 34., 38.–40. un 48. punkts, kā arī tajos minētā judikatūra).

56 Proti, kā visi lietas dalībnieki, izņemot *M. Klotz* un Nīderlandes valdību.

57 Skat. it īpaši spriedumus, 1999. gada 4. marts, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 27. punkts); 2008. gada 26. februāris, Komisija/Vācija (C-132/05, EU:C:2008:117, 46. punkts); 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau national interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484, 57. un 58. punkts), kā arī 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 38.–40. punkts).

58 Skat. šo secinājumu 55. punktu.

59 Skat. spriedumus, 2008. gada 26. februāris, Komisija/Vācija (C-132/05, EU:C:2008:117, 47. un 48. punkts), kā arī 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 35. punkts).

60 Precizējot, ka nav nozīmes tam, ka vidusmēra patērētājam Eiropā nepastāv risks sajaukt strīdīgo produktu ar produktu, kam konkrētais aizsargātais nosaukums piešķirts likumīgi (skat. šo secinājumu 79. punktā norādīto judikatūru).

61 Mērķiem, kas analizēti šo secinājumu 34. un nākamajos punktos.

62 Mans izcēlums.

62. Turklāt, ņemot vērā šā 16. panta sistēmu, kā es to norādīju saistībā ar tā a) punktu⁶³, ir jāgādā par to, lai tā b) punkta interpretācija nebūtu tāda, ka tā novestu pie tā, ka šī pēdējā tiesību norma piesavinātos tai šajā pantā sekojošo tiesību normu, proti, c) un d) punkta, kurās ir paredzēti gadījumi, kad atsauce uz aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi ir vēl attālinātāka nekā “asociāciju izraisīšana” ar to, piemērošanas jomu.

63. Visbeidzot, attiecībā uz vispārīgāko kontekstu, kurā darbojas Regula Nr. 110/2008 un tostarp tās 16. pants, *M. Klotz* pamatoti uzsver, ka, ja Tiesa nospriestu, ka, lai raksturotu “asociāciju izraisīšanu”, ir pietiekami ar jebkādas asociācijas raisīšanu, tas, zinot, ka minētajā regulā piedāvātā rūpnieciskā un komercīpašuma aizsardzība⁶⁴ ir viens no iespējamajiem šīs brīvības ierobežošanas attaisnojumiem⁶⁵, novestu pie nenosakāmas šīs regulas piemērošanas jomas paplašināšanas un radītu būtiskus riskus preču brīvai aprītei.

64. Precīzāk, ja ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, šajā gadījumā “Scotch Whisky”, par kuru ir runa minētā 16. panta b) punktā, būtu jāpaplašina līdz tāda vārda lietojumam, kam nav nekā kopīga ar šo norādi, šajā tiesību normā noteiktais aizliegums attiektos arī uz produktiem vai preču zīmēm, kurās nekādi nav norādīts uz minētās norādes formulējumu. No tā, kā uz to norāda Nīderlandes valdība, izrietētu, ka viskija ar izcelsmi no valstīm, kas nav “Apvienotā Karaliste (Skotija)”⁶⁶, ražotāju iespējas izcelties pašiem ar saviem produktiem vai preču zīmēm tādējādi tiktu ievērojami mazinātas⁶⁷.

65. Līdz ar to uz otrā jautājuma pirmo daļu es ierosinu *atbildēt*, ka Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka ar šo tiesību normu aizliegtā “asociāciju izraisīšana” ar reģistrētu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi neprasa, lai strīdīgajam nosaukumam obligāti būtu fonētiska un vizuāla līdzība ar konkrēto norādi, bet ka tomēr nav pietiekami ar to, ka mērķa patērētāju uztverē šis nosaukums var rosināt jebkādu idejisku asociāciju ar aizsargāto nosaukumu vai ar to saistīto ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju. Ja tāda līdzība nepastāv, ir jāņem vērā konceptuālais tuvums, kāds attiecīgajā gadījumā pastāv starp konkrēto norādi un apstrīdēto nosaukumu, ar nosacījumu, ka šis tuvums ir tāds, kas vedina patērētāju domās saskatīt saikni ar produktu, kas aizsargāts ar minēto nosaukumu.

66. Attiecībā uz šā secinājuma īstenošanu *pamatlietā* atgādināšu, ka izvērtēt, vai aplūkojamajā gadījumā notiek “asociāciju izraisīšana” minētā 16. panta b) punkta izpratnē⁶⁸, ir vienīgi iesniedzējtiesas, nevis Tiesas uzdevums, lai gan šī pēdējā var sniegt precizējumus, kas var palīdzēt valsts tiesām to izvērtējumā⁶⁹.

63 Skat. šo secinājumu 31. un nākamos punktus.

64 Pēc analogijas skat. spriedumu, 2017. gada 14. septembris, *EU IPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto* (C-56/16 P, EU:C:2017:693, 80. un 81. punkts).

65 Šajā ziņā *M. Klotz* it īpaši norāda uz 2003. gada 20. maija spriedumu *Consorzio del Prosciutto di Parma* un *Salumificio S. Rita* (C-108/01, EU:C:2003:296, 66. punkts un tajā minētā judikatūra).

66 Izcelsmes valsts, kāda tā ir norādīta Regulas Nr. 110/2008 III pielikumā pie aizsargātās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “Scotch Whisky”.

67 Nīderlandes valdība pamatoti uzsver starp Regulā Nr. 110/2008 paredzēto ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību un uzņēmumu brīvību izvēlēties produkta nosaukumu – neatkarīgi no tā, vai tas ir vai nav aizsargāts ar preču zīmju tiesībām, – pastāvošās saiknes, ņemot vērā, ka ar minēto regulu ir paredzēts izvairīties no tā, ka notiek nosaukuma “Scotch Whisky” ļaunprātīga izmantošana attiecībā uz viskiju, kas nav ražots Skotijā, kamēr ar individuālo preču zīmes aizsardzību ir paredzēts dot uzņēmumam iespēju izcelties un neļaut trešajām personām izmantot aizsargāto preču zīmi (par ar šīs regulas 23. pantu izveidotajām saiknēm ar preču zīmju tiesībām skat. Blakeney, M., *The protection of geographical indications, Law and practice*, Edward Elgar Publishing, Čeltenham, 2014, 286. lpp.).

68 No pastāvīgās judikatūras izriet, ka LESD 267. pantā paredzētajā procedūrā, kuras pamatā ir skaidra funkciju sadale starp valsts tiesām un Tiesu, jebkurš fakts vērtējums ir ekskluzīvā valsts tiesas kompetencē (skat. it īpaši spriedumus, 2008. gada 8. maijs, *Danske Svineproducenter*, C-491/06, EU:C:2008:263, 23. punkts, kā arī 2017. gada 25. oktobris, *Polbud – Wykonawstwo*, C-106/16, EU:C:2017:804, 27. punkts), vēl jo vairāk tādēļ, ka Tiesas rīcībā var nebūt visas šajā ziņā nepieciešamās informācijas (skat. it īpaši spriedumus, 2007. gada 21. jūnijs, *Omni Metal Service*, C-259/05, EU:C:2007:363, 15. punkts, kā arī 2017. gada 9. februāris, *Madaus*, C-441/15, EU:C:2017:103, 35. punkts).

69 Skat. šo secinājumu 9. zemsvirtras piezīmē minēto judikatūru.

67. Šajā ziņā ir jāatzīmē, ka iesniedzējtiesa, rezumējusi pamatlietas dalībnieku argumentus⁷⁰, norāda, ka vārds “glen” ir gēlu valodas izcelsmes vārds ar nozīmi “šaurā ieleja” un ka 31 no 116 spirta rūpnīcām, kurās tiek ražots “Scotch Whisky”, tātad – Skotijas izcelsmes viskijs, nosaukumos ir ietverts tās *glen* nosaukums, kurā tās atrodas. Šī tiesa uzsver, ka tomēr ir arī tādi ārpus Skotijas ražoti viskiji, kuru nosaukumos arī ir ietverts vārds “glen”, kā “Glen Breton” viskijs no Kanādas⁷¹, “Glendalough” viskijs no Īrijas, un “Glen Els” viskijs no Vācijas⁷². Turklāt tā norāda uz TSWA iesniegto aptauju, kuru *M. Klotz* ir apšaubījis, no kuras cita starpā izrietot, ka 4,5 % aptaujāto viskija patērētāju Vācijā esot atzinuši, ka vārds “glen” viņos raisot asociācijas ar skotu viskiju vai kaut ko no Skotijas.

68. Ņemot vērā šos apstākļus, es piekritu Komisijas viedoklim, ka tādos apstākļos kā pamatlietā nav viennozīmīgi skaidrs, ka starp aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi un apstrīdēto nosaukumu pastāv pietiekams konceptuāls tuvums, lai šo pēdējo varētu uzskatīt par “asociāciju izraisīšanu” ar pirmo Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē⁷³. Šajā ziņā tikai un vienīgi iesniedzējtiesai būs jāpārbauda, vai vidusmēra patērētājam Eiropā⁷⁴ prātā nāk tieši “Scotch Whisky”, saskaroties ar līdzīgu produktu, kura aprakstā ir norādīts “Glen”, neraugoties uz to, ka šis norādes izvēle, lai apzīmētu viskiju, bez šaubām, nav vienkārši apstākļu sakritības rezultāts⁷⁵. Pat pieņemot, ka šī tiesa uzskatītu, ka apzīmējumu “Glen” patērētāji sistemātiski saista ar viskiju, tik un tā tomēr varētu trūkt nepieciešamās tiešās saiknes ar *skotu* viskiju un tātad ar nepieciešamo tuvumu ar norādi “Scotch Whisky”.

2. *Par iespējamās strīdīgo apzīmējumu aptverošās informācijas ietekmi, raugoties no Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta viedokļa (otrā jautājuma otrā daļa)*

69. Ar otrā prejudiciālā jautājuma otro daļu Tiesai tiek jautāts vienīgi gadījumā, ja tā nolemtu, ka fonētiska un vizuāla līdzība nav obligāti nepieciešama un ka jebkāda idejiska asociācija ar reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi vai ar konkrēto ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju var būt pietiekama, lai raksturotu “asociāciju izraisīšanu” ar šo norādi Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē.

70. Ņemot vērā atbildi, kādu es iesaku sniegt uz šā jautājuma pirmo daļu⁷⁶, es uzskatu par nepieciešamu paust nostāju par tā otro daļu.

70 TSWA ieskatā strīdīgajam apzīmējumam, proti, “Glen”, ir Skotijas gēlu valodas izcelsme un tas galvenokārt tiek lietots Skotijā kā parastas vietas nosaukums un ļoti plaši kā nosaukuma elements skotu viskijiem, ar kuriem patērētāji Eiropā un Vācijā šo vārdu asociē vispirmām kārtām. Savukārt *M. Klotz* ieskatā šis vārds nenorāda uz Skotijas izcelsmi, jo tas ir angļu sarunvalodas vārds, kura izcelsme ir Īrijas gēlu valoda, un tas ir ietverts daudzu pilsētu, upju un ieleju nosaukumos, kas atrodas ārpus Skotijas, kā arī citur pasaulē ražoto viskiju nosaukumos.

71 Komisija norāda, ka TSWA nesekmīgi ir mēģinājusi aizkavēt *Glenora* spirta rūpnīcas, kas atrodas Jaunskotijā [*Nouvelle-Écosse*] (Kanāda), preču zīmes “Glen Breton” reģistrēšanu (skat. *Cour d'appel fédérale* [Kanādas Federālās apelācijas tiesas] spriedumu, 2009. gada 22. janvāris, *Glenora Distillers International Ltd* pret *Scotch Whisky Association*, 2009 FCA 16, (2010) 1 F.C.R. 195). Tā piebilst, ka TSWA savukārt neiebilda pret pamatlietā piesauktās preču zīmes “Glen Buchenbach” reģistrāciju Vācijā 2013. gadā. Norādišu, ka TSWA arī neizdevās aizliegt preču zīmes “Wel Scotch” izmantošanu Francijā alum, pamatojoties uz Regulas Nr. 110/2008 10. un 16. pantu (skat. *Cour de cassation, Chambre commerciale* [Kasācijas tiesas Komerclietu palātas] spriedumu, 2011. gada 29. novembris, 10-25.703, publicēts tiesas biļetenā).

72 *M. Klotz* precizē, ka šis uzskaitījums nav izsmēlošs, pieminot viskiju “*Old Glen Malt Whisky*”, kas tiek ražots Kentuki [Kentucky] (Amerikas Savienotās Valstis), un viskiju, kuru Austrālijā ražo *Castle Glen Distillery*. Tomēr jānorāda, ka, lai šie dati varētu ko izšķirt, būtu jānoskaidro, ka vidusmēra patērētājam Eiropā par tiem ir zināms.

73 Komisija uzsver, ka apzīmējums “Glen” nerada pietiekamu saikni ar aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi “Scotch Whisky”, ievērojot, ka visi skotu viskiji netiek tirgoti ar aprakstu “Glen”, ka šis apzīmējums nav tāds nosaukums, ko parasti lieto skotu viskija patērētāji, ka tas arī nav tikai skotu valodas, bet arī gēlu valodas izcelsmes vārds un tas tiek lietots arī Īrijā, un ka piesauktā aptauja aprobežojas ar Vācijas tirgu un neliecina par automātisku idejisku asociāciju.

74 Kāds tas definēts Tiesas judikatūrā, kas atgādināta šo secinājumu 56. punktā.

75 Komisija norāda, ka nevar izslēgt, ka apzīmējuma “Glen”, kuram vācu valodā nav patstāvīgas nozīmes, lietojuma mērķis varētu būt piešķirt konkrētajam produktam zināmu prestižu, jo tas tiek izmantots arī attiecībā uz atsevišķiem augstākās kategorijas viskijiem, bet ka tomēr šķiet, ka šeit nav runas par aprobežotu komercpraksi, jo nepastāv pietiekama saikne ar reģistrēto norādi “Scotch Whisky”.

76 Skat. šo secinājumu 65. punktu.

71. Iesniedzējtiesa vaicā Tiesai, vai, lai noskaidrotu, vai konkrēti pastāv “asociāciju izraisīšana”, kas aizliegta minētā 16. panta b) punktā, apzīmējuma strīdīgais elements ir jāanalizē atsevišķi vai arī, ņemot vērā kontekstu, kādā šis elements tiek lietots, it īpaši gadījumā, kad to papildina tā sauktās “delokalizējošās” norādes, kas precizē konkrētā produkta patieso izcelsmi⁷⁷.

72. Šī tiesa atzīmē, ka Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punktā tieši ir noteikts, ka ir aizliegta “jebkāda [...] asociāciju izraisīšana” “arī tad, ja ir norādīta attiecīgo produktu patiesā izcelsme”, un šis precizējums varētu būt par iemeslu ņemēt vērā strīdīgo apzīmējuma elementu aptverošo kontekstu. Tās ieskatā tas tomēr neizslēdzot tādu ņemšanu vērā, “veicot iepriekšējo izvērtējumu par to, vai pastāv pati “asociāciju izraisīšana””.

73. Nīderlandes valdība apgalvo, ka, ņemot vērā tās piedāvāto atbildi uz otrā prejudiciālā jautājuma pirmo daļu, pievērsties tā otrajai daļai nav pamata. *M. Klotz* uzskata, ka kontekstam, kādā strīdīgais apzīmējums iekļaujas, būtu jābūt nozīmei, piemērojot minētā 16. panta b) punktu⁷⁸. Itālijas valdības ieskatā tas tā varētu būt, bet saskaņā ar šo tiesību normu prettiesiska “asociāciju izraisīšana” nevarot tikt izslēgta pat tad, ja konkrētā produkta patiesā izcelsme ir tieši norādīta uz šā pēdējā. *TSWA*, Grieķijas un Francijas valdības, kā arī Komisija būtībā uzskata, ka, izvērtējot, vai pastāv “asociāciju izraisīšana”, papildu norādēm, ko sniedz konkrētā produkta marķējums un iepakojums⁷⁹, nevar būt nekādas nozīmes, tostarp tad, kad kopā ar strīdīgo apzīmējuma elementu tiek sniegtas norādes par produkta patieso izcelsmi. Tālāk norādīto iemeslu dēļ es piekritu šim pēdējam viedoklim.

74. *Pirmkārt*, no manā ieskatā viennozīmīgā Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta formulējuma izriet, ka tas, ka mērķa patērētājiem tiek darīta zināma “produktu patiesā izcelsme”, nav apstāklis, kas ļauj novērst apstrīdētā nosaukuma maldinošo raksturu un tātad izslēgt, ka tas varētu tikt kvalificēts kā “asociāciju izraisīšana” šīs tiesību normas izpratnē.

75. Pārējie minētajā b) punktā atrodamie precizējumi, kas attiecas uz gadījumiem, kad aizsargātā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde tiek lietota tulkojumā vai kopā ar mīkstināšu apzīmējumu⁸⁰, manā ieskatā apstiprina interpretāciju, saskaņā ar kuru šīs kvalifikācijas nolūkos nav nozīmes tam, ka papildu informācija par produkta izcelsmi tiek sniegta konkrētā produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā, vai pat uz tā iesaiņojuma⁸¹.

76. *Otrkārt*, es, tāpat kā *TSWA*, Francijas valdība un Komisija, uzskatu, ka *Tiesas judikatūrā* ir atrodamas mācības, kas pastiprina minēto interpretāciju.

77. Proti, Tiesa skaidri ir norādījusi, ka minētā 16. panta b) punktā norādīto apzīmējumu, tostarp par produkta patieso izcelsmi, iespējamais lietojums “nevar mainīt to, kā tiek kvalificēta” “asociāciju izraisīšana” Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē⁸².

77 Par pamatlietā aplūkojamā produkta etiķetē sniegtajām norādēm par tā Vācijas izcelsmi skat. šo secinājumu 37. zemsvītras piezīmi.

78 *M. Klotz* ieskatā obligāti būtu jāņem vērā, ka strīdīgais elements “Glen” ir iekļauts kopīgajā apzīmējumā “Glen Buchenbach” un ka uz tā etiķetes ir izvietotas vairākas papildu norādes par produkta patieso izcelsmi, par kurām patērētājs uzzinot vienlaikus ar apzīmējumu “Glen Buchenbach” kopumā.

79 Par šo konkrēto ieteiktās atbildes formulējumu skat. *TSWA* apsvērumus, kas atgādināti šo secinājumu 38. zemsvītras piezīmē.

80 Skat. šo citu precizējumu atgādinājumu šo secinājumu 42. zemsvītras piezīmē.

81 Iespējamie informatīvie virzieni, kas minēti ne vien Regulas Nr. 110/2008 I pielikuma 14.–17. punktā (kuros šie četri jēdzieni ir definēti), bet arī tieši tās 16. panta c) punktā, kurā ir norādīts uz norādēm produkta “aprakstā, noformējumā vai marķējumā” (šie trīs jēdzieni ir norādīti arī minētās regulas nosaukumā). Par šīs pēdējās tiesību normas iesakāmo interpretāciju skat. šo secinājumu 84. un nākamos punktus.

82 Skat. spriedumu, 2016. gada 21. janvāris, *Viniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 43. punkts un tajā minētā judikatūra), kā arī pēc analogijas spriedumu, 1999. gada 4. marts, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 29. un 43. punkts).

78. Turklāt Tiesa ir norādījusi, ka jebkāda konkrēto produktu sajaukšanas riska mērķsabiedrības uztverē neesamība nevar būt šķērslis šādi “asociāciju izraisīšanas” kvalifikācijai⁸³.

79. Līdz ar to nosaukuma, kas tiek kvalificēts kā “asociācijas izraisošs” ar minētās regulas III pielikumā ierakstītu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, lietošana šīs tiesību normas izpratnē tomēr nevar tikt atļauta, ņemot vērā produktu, uz kura ir norādīts šis prettiesiskais nosaukums, aptverošos īpašos apstākļus vai ja nepastāv sajaukšanas risks ar produktu, kuram minētā ģeogrāfiskā norāde ir piešķirta pamatoti⁸⁴. Tātad kompetentajai valsts tiesai nav konteksta novērtējuma brīvības šajā ziņā⁸⁵.

80. Precīzāk, no šīs judikatūras izriet, ka saistībā ar minētā 16. panta b) punktu nav nozīmes tam, ka strīdīgais nosaukums atbilst uzņēmuma un/vai vietas, kurā produkts tiek ražots, nosaukumam⁸⁶, kā uz to norāda *M. Klotz*, kurš uzsver, ka apraksts “Glen Buchenbach” esot vārdu spēle, kas veidojoties no pamatlietā aplūkojamā dzēriena izcelsmes vietas nosaukuma (*Berglen*) un no vietējās upes nosaukuma (*Buchenbach*)⁸⁷.

81. Tiesa arī ir precizējusi, ka apstākļi, ka strīdīgais nosaukums norāda uz ražošanas vietu, kas esot zināma patērētājiem dalībvalstī, kurā produkts tiek ražots, nav nozīmīgs faktors, novērtējot jēdzienu “asociāciju izraisīšana” minētā b) punkta izpratnē, jo šī tiesību norma aizsargā reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes pret jebkādu asociāciju izraisīšanu visā Savienības teritorijā un, ņemot vērā nepieciešamību nodrošināt minēto norāžu efektīvu un vienveidīgu aizsardzību šajā teritorijā, tā attiecas uz visiem patērētājiem minētajā teritorijā⁸⁸.

82. Manā ieskatā šī nozīmes neesamība ir attiecināma arī uz situāciju, kad norāde uz konkrētā produkta ražošanas vietu ir ietverta, kā tas šķiet esam konkrētajā pamatlietā, ne vien pašā strīdīgajā nosaukumā, bet arī šo pēdējo papildinošajās piebildēs⁸⁹.

83. Tādējādi uz otrā prejudiciālā jautājuma otro daļu es ierosinu *atbildēt*, ka Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, noskaidrojot, vai pastāv šajā tiesību normā aizliegtā “asociāciju izraisīšana”, nav jāņem vērā papildu informācija, kas līdzās strīdīgajam apzīmējumam ir norādīta attiecīgā produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā, tostarp par konkrētā produkta patieso izcelsmi.

83 Skat. spriedumu, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 45., 51. un 52. punkts, kā arī tajos minētā judikatūra). Saistībā ar aizsargātu cilmes vietas nosaukumu “Porto/Port” un preču zīmi “Port Charlotte” skat. arī ģenerāladvokāta M. Kamposa Sančesa-Bordonas secinājumus lietā *EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto* (C-56/16 P, EU:C:2017:394, 95. un nākamie punkti), kā arī 2017. gada 14. septembra spriedumu lietā *EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto* (C-56/16 P, EU:C:2017:693, 123. punkts).

84 2016. gada 21. janvāra spriedums *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 11., 12., 29., 49. un nākamie punkti) par dzērienu ar nosaukumu “Verlados”, attiecībā uz kuru tika norādīts, ka šis vārds ir norāde uz uzņēmuma nosaukumu (*Viiniverla*), kā arī ciematu (*Verla* [*Verla*], *Somija*), kurā šis dzēriens tiek ražots, nevis uz Francijas ģeogrāfiskās izcelsmes norādi “Calvados”.

85 Savā 1999. gada 4. marta spriedumā *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 27. un 28. punkts) Tiesa, protams, uzskatīja par atbilstošu, ka valsts tiesa ņem vērā reklāmas dokumentu, kas šķita norādām, ka fonētiskā analogija starp nosaukumiem “Cambozola” un “Gorgonzola” nav nejauša apstākļu sakritība, bet tikai tādēļ, lai raksturotu šo analogiju un tātad pamatotu kvalificēšanu par “asociāciju izraisīšanu”.

86 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 42. un nākamie punkti).

87 Tāpat nav nozīmes arī tam, ka attiecīgajā gadījumā produkts tiek tirgots tikai uz vietas un/vai nelielos daudzumos (spriedums, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 46. un 47. punkts).

88 Skat. spriedumu, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 27. punkts).

89 Aplūkojamajā gadījumā tās ir uz produkta etiķetes norādītās piebildes “Swabian [Švābijas]”, “Deutsches Erzeugnis [Vācijas produkts]” un “Hergestellt in den Berglen [ražots Berglenā]”.

D. Par iespējamās strīdīgo apzīmējumu aptverošās informācijas ietekmi, raugoties no Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkta viedokļa (trešais jautājums)

84. Trešajā prejudiciālajā jautājumā Tiesa tiek aicināta izlemt, vai, lai noskaidrotu, vai pastāv “nepareizas vai maldīgas norādes [..], kas var radīt nepareizu iespaidu par [produkta] izcelsmi” Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkta izpratnē, ir jāņem vērā konteksts, kādā tiek lietota strīdīgā piebilde, it īpaši, kad šo pēdējo papildina norāde par konkrētā produkta patieso izcelsmi.

85. Iesniedzējtiesa paskaidro, ka to interesē, vai, lai noskaidrotu, vai pamatlietā pastāv maldinoša norāde par izcelsmi, ir jāņem vērā vienīgi strīdīgais apzīmējuma elements, proti, “Glen”, vai tā ir jādara arī ar kontekstu, kurā šis elements iekļaujas. Konkrētajā gadījumā šis konteksts it īpaši ietverot apzīmējumam “Glen” strīdīgajā nosaukumā sekojošo apzīmējumu “Buchenbach”, kā arī citas piebildes uz etiķetes, kas esot paredzētas delokalizācijai⁹⁰.

86. Šajā ziņā *M. Klotz* un Komisija, kā arī būtībā Nīderlandes valdība⁹¹ uzskata, ka, lai izvērtētu, vai pastāv “nepareiza vai maldīga norāde” šā 16. panta c) punkta izpratnē, būtu jāņem vērā strīdīgā apzīmējuma apkārtējais konteksts un it īpaši jāveic etiķetes analīze kopumā. Itālijas valdības ieskatā minētā konteksta izvērtēšana nevarot izslēgt, ka tajā var pastāvēt maldinoša norāde, pat tad, ja pastāv piebilde, kas norāda uz produkta patieso izcelsmi. *TSWA*, kā arī Grieķijas un Francijas valdības apgalvo, ka, piemērojot šo tiesību normu, minētajam kontekstam nav nozīmes pat tad, ja konkrēto apzīmējuma elementu papildina informācija par produkta patieso izcelsmi. Tālāk norādīto iemeslu dēļ es piekritu šim pēdējam viedoklim.

87. *Pirmkārt*, kas attiecas uz Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkta *formulējumu*, vispirms ir jāuzsver, ka šajā tiesību normā nav nekādu norāžu uz elementiem, kas varētu ietvert un papildināt vai pat koriģēt strīdīgo aprakstu.

88. Tālāk Komisija – manā ieskatā kļūdaini – uzskata, ka “gan vārdi “visām citām”, gan kopējais apzīmējums “produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā” nešaubīgi norāda, ka visas norādes par izcelsmi ir jāaplūko kopumā un kopīgi – aprakstā, noformējumā vai marķējumā”, līdz ar to pamatlietā būtu jāvērtē visa etiķetē norādīta informācija.

89. Šajā ziņā norādīšu, ka šā 16. panta vācu valodas redakcijā⁹² punkti a) un b), kuri sākas ar vārdu “jede [katra]”, kam seko vienskaitlis, protams, ir formulēti atšķirīgi no šā paša panta c) un d) punkta, kuros ir lietots vārds “alles [visas]”, kam seko daudzskaitlis, un šī konstrukcija varētu rosināt domu, ka šie pēdējie divi punkti aptver visus iespējamus gadījumus.

90. Tomēr šī minētajā 16. pantā paredzēto dažādo gadījumu formulējuma atšķirība nepastāv citās valodu redakcijās, kurās vārds, kas būtībā apzīmē “katra” un kas tiek lietots gan minētā panta c) punkta, gan arī a), b) un d) punkta sākumā, manā ieskatā nekādi nevedina uzskatīt, ka, lai izvērtētu, vai tādu situāciju kā pamatlietā konkrēti aptver šajā c) punktā paredzētais aizliegums⁹³, ir veicama visas – aplūkojamajā gadījumā uz etiķetes – izvietotās informācijas pārbaude.

90 Šī tiesa precīzē, ka tās ieskatā tai būtu jāspriež, vai apzīmējums “Glen” maldina mērķsabiedrību, vienīgi tad, ja kontekstam nav nekādas lomas. Savukārt, ja konteksts ir ņemams vērā, *TSWA* nevar pamatot savu prasību ar Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punktu, jo ar šo prasību tiek lūgts tikai un vienīgi aizliegt minētā vārda izmantošanu, neraugoties uz tā saukto “delokalizējošo” norāžu iespējamo klātbūtni.

91 Precīzāk, Nīderlandes valdības ieskatā “nevar būt runas par nepareizu vai maldīgu norādi Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkta izpratnē, ja nekādi nenotiek atsaukšanās uz ģeogrāfisko norādi vai šai norādei atbilstošu vārdu un tās tulkojumu un ja turklāt spirtotā dzēriena izcelsme produkta etiķetē ir skaidri norādīta” (mans izcēlums). Saistībā ar šādi piedāvātās atbildes pirmo elementu šī valdība atsauca uz 2011. gada 14. jūlija sprieduma *Bureau national interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EÜ:C:2011:484) 60. punktu, kurā ir minēta “preču zīmes izmantošana, kurā ir ietverta ģeogrāfiskas izcelsmes norāde vai šai norādei atbilstošs vārds un tās tulkojums”, tomēr es uzskatu, ka šī norāde ir saistīta tikai ar minētās lietas faktiskajiem apstākļiem (skat. it īpaši sprieduma 16. un 38. punktu).

92 Šis tiesvedības valoda.

93 Atšķirība ir arī spāņu valodas redakcijā (“todo”, kam seko vienskaitlis punktos a) un b); “cualquier” punktos c) un d), bet bez daudzskaitļa lietojuma, kā tas ir vācu valodas redakcijā). Savukārt identisks vārds, kura nozīme norāda uz atsevišķu elementu kopumā, kam seko vienskaitlis, ir lietots gan c) punktā, gan punktos a), b) un d), tostarp dāņu (“enhver”), angļu (“any”), franču (“toute”), itāļu (“qualsiasi”), portugāļu (“qualquer”) un zviedru (“varje”) valodu redakcijās.

91. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru Savienības tiesību normas ir interpretējamas un piemērojamas vienveidīgi, ņemot vērā visu Eiropas Savienības valodu redakcijas, un, ja dažādās valodu redakcijas atšķiras, attiecīgā norma ir jāinterpretē saistībā ar tā tiesiskā regulējuma vispārējo sistēmu un mērķi, kurā šī norma ietilpst⁹⁴, un šie kritēriji man liek nosliekties par labu pretējai interpretācijai no Komisijas piedāvātās⁹⁵.

92. Kas attiecas uz formulējumu “nepareizām vai maldīgām norādēm [...] produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā”, es arī neizprotu, kā šis pēdējais uzskaitījums, kurā, starp citu, ir norādīts saiklis “vai”⁹⁶ – kas parasti norāda uz alternatīvu –, vedina Komisiju secināt, ka ir veicams “kopējs” novērtējums, kas izpaustos kā visas informācijas par konkrēto produktu, kas papildina strīdīgo apzīmējumu, vērā ņemšana, lai noskaidrotu, vai šis pēdējais patiešām ir “nepareiza vai maldīga norāde” Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkta izpratnē⁹⁷.

93. Būtu jāpiebilst, ka *M. Klotz* norāda uz minētā 16. panta c) punkta beigās lietotajiem vārdiem “kas var radīt nepareizu iespaidu par tā izcelsmi”. Viņš argumentē, ka gadījumā, ja Tiesa nospriestu, ka, lai noskaidrotu, vai pastāv “asociāciju izraisīšana” šā panta b) punkta izpratnē, par atsauci ir jāizmanto samērā informēta, uzmanīga un apdomīga vidusmēra patērētāja konkrētā *uztvere kopumā*⁹⁸, tā *vēl jo vairāk* būtu jārikojas, izvērtējot, vai pastāv “nepareiza vai maldīga norāde” minētā c) punkta izpratnē. Tomēr manā ieskatā, ņemot vērā, kādu atbildi es ierosīnu sniegt uz otrā prejudiciālā jautājuma otro daļu⁹⁹, šis arguments ir neiedarbīgs.

94. Es personīgi uzskatu, ka, ja Savienības likumdevējs patiešām būtu vēlējis pieļaut, ka norāde, kura *pati par sevi* ir nepareiza vai maldīga šīs regulas 16. panta c) punkta izpratnē, tomēr var tikt atļauta, ņemot vērā minēto norādi aptverošo papildu informāciju, tāds šīs tiesību normas piemērošanas jomas ierobežojums, it īpaši ņemot vērā ar aizsardzību sasniedzamos mērķus¹⁰⁰, būtu tieši paredzēts.

95. *Otrkārt*, kas attiecas uz kontekstu, kurā iekļaujas minētā 16. panta c) punkts, es piekrītu Komisijas paustajam viedoklim, kad tā atzīmē, ka šajā tiesību normā paredzētais gadījums ir jānošķir no a) un b) punktā paredzētajiem¹⁰¹, bet es no savas puses uzskatu, ka no šā c) punkta vispārējās sistēmas neizriet, ka tajā paredzētajā gadījumā ir obligāti veicams etiķetes izvērtējums kopumā.

96. Tāpat kā saistībā ar Regulas Nr. 110/2008 16. pantam analogisku Savienības tiesību normu¹⁰² to ir uzsvēris ģenerāladvokāts M. Kampos Sančess-Bordona, es uzskatu, ka šajā pantā ir ietverts pakāpenisks aizliegtu darbību uzskaitījums, kurā c) punkts patiešām atšķiras no divām iepriekšējām tiesību normām. Proti, kamēr minētā 16. panta a) punktā ir ietvertas tikai darbības, kas izpaužas kā aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes lietojums, bet tā b) punktā – ļaunprātīga izmantojuma, imitācijas vai asociāciju izraisīšanas darbības, c) punktā ir paplašināts aizsardzības perimetrs, tajā

94 Skat. it īpaši spriedumus, 2017. gada 26. jūlijs, *Mengesteab* (C-670/16, EU:C:2017:587, 82. punkts), kā arī 2017. gada 12. oktobris, *Lombard Ingatlan Lízing* (C-404/16, EU:C:2017:759, 21. punkts).

95 Par normatīvo sistēmu, kurā iekļaujas Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkts, un šā pēdējā mērķiem skat. šo secinājumu 95. un nākamos punktus.

96 Tajā skaitā minētā 16. panta c) punkta vācu valodas redakcijā.

97 Es uzskatu, ka ar šo formulējumu vienīgi tiek precizēts, ka norāde, par kuru ir aizdomas kā par nepareizu vai maldīgu, var atrasties tikai kādā no trīs minētajiem palīgmateriāliem, bet tas neatrisina jautājumu par to, vai minētā norāde ir jāizvērtē atsevišķi vai kopā ar citu iespējami arī klātesošu informāciju aprakstā, noformējumā vai marķējumā.

98 Francijas valdība uzskata arī, ka, novērtējot, vai strīdīgā norāde “ir tāda, kas rada nepareizu iespaidu par izcelsmi” minētā 16. panta c) punkta izpratnē, atbilstošajai uztverei būtu jābūt tādai “samērā informēta, uzmanīga un apdomīga vidusmēra patērētāja” uztverei, kādu Tiesa norādījusi saistībā ar šā paša panta b) punktu (skat. spriedumu, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 28. punkts). Tomēr jāatzīmē, ka izskatāmajā lietā Tiesai nav uzdoti jautājumi šajā ziņā.

99 Atbilde, ka, lai noskaidrotu, vai pastāv “asociāciju izraisīšana” minētā b) punkta izpratnē, nav jāņem vērā strīdīgo apzīmējumu aptverošie konteksta elementi (skat. šo secinājumu 69. un nākamos punktus).

100 Par konkrēto normu mērķiem skat. šo secinājumu 98. un nākamos punktus.

101 Komisijas ieskatā “c) punktā paredzētais trešais aizsardzības gadījums atšķiras no diviem pirmajiem, jo strīdīgais apzīmējums automātiski nerada patērētājam asociāciju ar reģistrēto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi”.

102 Proti, Regulas Nr. 1234/2007 118.m panta 2. punktu (skat. arī šo secinājumu 32. un 33. zemsvītras piezīmi).

iekļaujot arī “norādes” (tas ir, patērētājiem sniegto informāciju), kas parādās konkrētā produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā, kuras, lai arī reāli neatgādina par ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, tiek kvalificētas kā “nepareizas vai maldīgas”, raugoties no produkta saistības ar šo norādi¹⁰³.

97. Tomēr manā ieskatā kā no formulējuma, tā arī no piemērojamības atšķirībām, kādas tādējādi ir konstatējamās starp minētā 16. panta a), b) un c) punktu, nebūtu izsecināms, ka šis pēdējais punkts noteikti ir jāinterpretē tādējādi, ka ir jāņem vērā visa cita informācija, kas parādās tostarp uz konkrētā produkta etiķetes, lai novērtētu, vai strīdīgais nosaukums ir “nepareiza vai maldīga norāde” šīs tiesību normas izpratnē. Es uzskatu, ka šis novērtējums, tieši pretēji, ir jāfokusē uz pašu strīdīgo norādi atsevišķi, tā, lai ar tai tuvumā norādīto informāciju nevarētu tikt apšaubīta tāda kvalifikācija, jo citādi pastāvētu risks zaudēt vai pat tikt zaudēta minētā c) punkta lietderīgā iedarbība, kurš manā ieskatā, kā es to tagad parādišu, drīzāk ir piemērojams plaši.

98. *Treškārt*, Regulas Nr. 110/2008 vispārējo un analizējamo tiesību normu īpašo *mērķu* ņemšana vērā manā ieskatā ļauj apstiprināt manis ieteikto interpretāciju.

99. Kā es to jau pieminēju¹⁰⁴, es uzskatu, ka Regulas Nr. 110/2008 un it īpaši tās 16. panta tiesību normu mērķis ir aizsargāt šīs regulas III pielikumā ierakstītās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes vienlaikus kā to patērētāju interesēs, kuri nedrīkst tikt maldināti ar neatbilstošām norādēm, tā to saimnieciskās darbības subjektu interesēs, kuri sedz augstākas izmaksas, lai garantētu kvalitāti produktiem, kas ir pelnījuši šīs norādes, un kuri ir jāaizsargā pret negodīgas konkurences darbībām.

100. Attiecībā, konkrētāk, uz minētā 16. panta c) punktu es uzskatu, ka Savienības likumdevējs ir vēlējis tam piešķirt visai plašu piemērošanas jomu, lai nodrošinātu, ka iepriekš minētie mērķi var tikt sasniegti. Proti, es, tāpat kā Francijas valdība, uzskatu, ka šajā tiesību normā lietotais formulējums “visām citām [...] norādēm” var ietvert jebkāda veida norādi vai apzīmējumu, tostarp tekstu, attēlu vai iepakojumu, kas var sniegt informāciju par produkta raksturīgajām iezīmēm. Turklāt minētajā c) punktā figurējošā elastīgā lokalizācijas formula¹⁰⁵ manā ieskatā ļauj uzskatīt, ka jebkāds elements vienā no trim šajā punktā minētajiem palīgīdzekļiem, aplūkojamajā gadījumā – apzīmējums uz konkrētā dzēriena etiķetes, pats par sevi varētu būt tāds, kas “var radīt nepareizu iespaidu par [...] izcelsmi” šīs tiesību normas izpratnē. Tādējādi pārējais konkrētā produkta marķējuma saturs manā ieskatā nevar atsvērt apstrīdētās norādes iespējami nepareizo vai maldīgo raksturu arī tad, ja šo pēdējo papildina informācija par produkta patieso izcelsmi.

101. Citiem vārdiem, kā to uzsver Francijas valdība, minēto mērķu īstenošana būtu apdraudēta, ja ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību varētu ierobežot apstākļi, ka līdzās pašai par sevi nepareizai vai maldinošai norādei Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkta izpratnē ir norādīta papildinoša informācija, jo šādas interpretācijas izvēle nozīmētu atzīt tādas norādes lietojumu tāpēc, ka ar to kopā tiek norādīta pareiza informācija, kas kaut kādā mērā kompensē šīs norādes maldinošo raksturu.

103 Šajā nozīmē skat. ģenerālvokāta M. Kamposa Sančesa-Bordonas secinājumus lietā *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (C-393/16, EU:C:2017:581, 46. un 104. punkts).

104 Skat. šo secinājumu 36. un nākamajos punktus.

105 Proti, “visām citām nepareizām vai maldīgām norādēm [...] produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā”.

102. *Visbeidzot*, kas attiecas uz *judikatūras par Direktīvu 2000/13/EK*¹⁰⁶, kas ir atcelta ar Regulu (ES) Nr. 1169/2011¹⁰⁷, *piemērošanu*, ko, man šķiet, iesaka Komisija¹⁰⁸, es šaubos, ka šai piemērošanai faktiski ir nozīme, lai atbildētu uz trešo prejudiciālo jautājumu.

103. Proti, Regulai Nr. 110/2008, kuras interpretācija šeit tiek lūgta, ir atšķirīgs mērķis no Direktīvas 2000/13 mērķa tajā apstākļi, ka šajā pēdējā vispārēji un horizontāli ir regulēta¹⁰⁹ “pārtikas produktu marķēšana, kā arī daži to noformēšanas un reklāmas aspekti”¹¹⁰, kamēr vēlāk pieņemtajā Regulā Nr. 110/2008 specifiski un vertikāli ir regulēti “stipro alkoholisko dzērienu definīcija, apraksts, noformējums, marķējums un ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzība”¹¹¹. No tā izriet atšķirības kā šo abu instrumentu mērķos, tā arī aizsardzības apjomā, un manā ieskatā šīs atšķirības ir jāņem vērā, neraugoties uz to, ka ģeogrāfisko nosaukumu norādīšana tādu dzērienu marķējumā reizēm vienlaikus var ietilpt to attiecīgās piemērošanas jomās¹¹².

104. Konkrētāk, attiecībā uz Direktīvas 2000/13 2. panta 1. punkta a) apakšpunkta i) punkta formulējumu, par kuru ir Komisijas apsvērumos norādītā judikatūra, es uzskatu, ka šīs tiesību normas, kas attiecas uz “godīgas informēšanas praksi”¹¹³, tvērums nav kaut vai tikai būtībā patiešām līdzvērtīgs Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkta, kas attiecas uz “ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību”¹¹⁴, tvērumam, par ko ir šeit uzdotais trešais jautājums.

105. Turklāt norādišu, ka šajā judikatūrā Tiesa, protams, ir lēmusi par labu strīdīgās situācijas izvērtējumam, iekļaujot tajā visu konkrētā produkta marķējumā esošo informāciju¹¹⁵, pat atsevišķus ārējos faktiskos apstākļus¹¹⁶, lai novērtētu, vai nosaukums var maldināt patērētājus¹¹⁷, bet tā šādi ir rīkojusies vienīgi attiecībā uz norādēm, kas *nav reģistrētas* kā cilmes vietas nosaukums vai ģeogrāfiskās izcelsmes norāde un kas netiek aizsargātas Savienības līmenī¹¹⁸, un šāds gadījums neatbilst izskatāmās lietas apstākļiem, kurā ir runa par tieši šāda rakstura aizsardzību. Šajā kontekstā man nešķiet lietderīgi veikt argumentāciju pēc analogijas ar minēto judikatūru.

106 Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (2000. gada 20. marts) par dalībvalstu tiesību aktu tuvināšanu attiecībā uz pārtikas produktu marķēšanu, noformēšanu un reklāmu (OV 2000, L 109, 29. lpp.).

107 Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (2011. gada 25. oktobris) par pārtikas produktu informācijas sniegšanu patērētājiem un par grozījumiem Eiropas Parlamenta un Padomes Regulās (EK) Nr. 1924/2006 un (EK) Nr. 1925/2006, un par Komisijas Direktīvas 87/250/EEK, Padomes Direktīvas 90/496/EEK, Komisijas Direktīvas 1999/10/EK, Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2000/13/EK, Komisijas Direktīvu 2002/67/EK un 2008/5/EK un Komisijas Regulas (EK) Nr. 608/2004 atcelšanu (OV 2011, L 304, 18. lpp.).

108 Komisija apgalvo, ka tās viedoklis, ar kuru tiek atbalstīts etiķetes izvērtējums kopumā, “saskan ar judikatūru par Regulas Nr. 1169/2011 7. panta 1. punkta a) apakšpunkta interpretāciju, kurā kopiespāids arī ir vērā ņemams”, un citē 2009. gada 10. septembra spriedumu *Severi* (C-446/07, EU:C:2009:530, 58. un nākamie punkti), kā arī 2015. gada 4. jūnija spriedumu *Teekanne* (C-195/14, EU:C:2015:361, 36.–42. punkts). Citētās daļas faktiski attiecas uz Direktīvas 2000/13 2. panta 1. punkta a) apakšpunkta i) punkta – tiesību normas, kas būtībā ir līdzvērtīga iepriekš minētajam Regulas Nr. 1169/2011 7. pantam, – interpretāciju, kurā ir paredzēts, ka marķējums un tajā izmantojamās metodes nedrīkst maldināt pircēju tostarp par pārtikas produkta raksturīgajām pazīmēm un jo īpaši tā raksturu, identitāti, īpašībām, sastāvu, daudzumu, derīgumu, izcelsmi vai pirmavotu un izgatavošanas vai ražošanas veidu.

109 Saskaņā ar Direktīvas 2000/13 preambulas 4. un 5. apsvērumā norādīto tās mērķis ir “ieviest vispārējus noteikumus, kas būtu horizontāli piemērojami visiem pārtikas produktiem, ko laiž tirgū”, kamēr “īpašas normas, ko piemēro vertikāli tikai attiecībā uz konkrētiem pārtikas produktiem, būtu jāiestrādā noteikumos, kas skar šos produktus”.

110 Saskaņā ar Direktīvas 2000/13 1. panta 1. punktu.

111 Šī atšķirība no Direktīvas 2000/13 ir uzsvērtā Regulas Nr. 110/2008 preambulas 9. apsvērumā, lai arī atsevišķās šīs regulas normās (tostarp 8. pantā, 9. panta 9. punktā un 11. panta 4. punktā) ir ietvertas norādes uz šo direktīvu.

112 Par atšķirībām starp Direktīvu 2000/13 un Padomes Regulu (EEK) Nr. 2081/92 (1992. gada 14. jūlijs) par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību (OV 1992, L 208, 1. lpp.) skat. arī 2009. gada 10. septembra spriedumu *Severi* (C-446/07, EU:C:2009:530, 58. punkts) un ģenerāladvokātes E. Šarpstones [E. Sharpston] secinājumus lietā *Severi* (C-446/07, EU:C:2009:289, 47.–49. punkts).

113 Kā tas izriet no Regulas Nr. 1169/2011 7. panta, kas atbilst Direktīvas 2000/13 2. pantam, nosaukuma (skat. šo secinājumu 108. zemsvītras piezīmi).

114 Kā tas izriet no minētā 16. panta nosaukuma.

115 2015. gada 4. jūnija spriedumā *Teekanne* (C-195/14, EU:C:2015:361, 37.–44. punkts) Tiesa ir norādījusi, ka valstu tiesām dažādie marķējumu veidojošie elementi, tostarp uz iesaiņojuma norādītais sastāvdaļu uzskaitījums, ir jānovērtē kopumā.

116 2009. gada 10. septembra spriedumā *Severi* (C-446/07, EU:C:2009:530, 62. un 63. punkts) Tiesa ir norādījusi, ka valstu tiesas var ņemt vērā nosaukuma lietošanas ilgumu, bet ne ražotāja vai tirgotāja iespējamo labticību.

117 Atgādinot, ka Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkts attiecas uz gadījumiem, kad ir runa par “norādēm [...], kas var radīt nepareizu iespaidu par tā izcelsmi”.

118 Skat. spriedumu, 2009. gada 10. septembris, *Severi* (C-446/07, EU:C:2009:530, 59. un 63. punkts), kā arī 2015. gada 4. jūnijs, *Teekanne* (C-195/14, EU:C:2015:361, 27.–29. punkts).

106. Līdz ar to uz trešo prejudiciālo jautājumu es ierosinu *atbildēt*, ka Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, noskaidrojot, vai pastāv ar šo tiesību normu aizliegtā “nepareiza vai maldīga norāde”, nav jāņem vērā līdzās strīdīgajam apzīmējumam norādītā papildu informācija konkrētā produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā, tostarp par šā produkta patieso izcelsmi.

107. Kas attiecas uz *aplūkojamo gadījumu*, ņemot vērā jau atgādinātos principus par kompetenču sadalījumu starp valstu tiesām un Tiesu¹¹⁹, es vienkārši norādīšu, ka tad, ja šī pēdējā izvēlēsies šeit iepriekš ieteikto interpretāciju, es šaubos, vai minēto aizliegumu būs pamats piemērot tādos apstākļos kā pamatlietā, jo strīdīgajam vārdam “Glen” nav tik pietiekami tiešas un ciešas saiknes ne ar konkrēto aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi “Scotch Whisky”, ne pat ar valsti, kurai tā ir piesaistīta, proti, “Apvienoto Karalisti (Skotiju)”, lai šo vārdu uzskatītu par “nepareizām vai maldīgām norādēm [..], kas var radīt nepareizu iespaidu par tā izcelsmi”¹²⁰.

108. Pakārtoti, gadījumam, ja minēto c) punktu Tiesa interpretētu tādējādi, ka ir jāveic pārbaude, kas ietver visu strīdīgo apzīmējumu aptverošo informāciju, es uzskatu, ka šai pārbaudei *a fortiori* loģiski būtu jānovēd pie tāda paša konkrēta rezultāta. Proti, ja aplūkojamajā gadījumā būtu jāņem vērā visi etiķetē ietvertie elementi, kuros, kā to uzsver Komisija, tieši ir minēta konkrētā produkta pareizā izcelsmes vieta, būtu grūti iedomāties, ka apzīmējuma “Glen” lietojums varētu tikt uzskatīts par aptvertu ar šajā tiesību normā paredzēto aizliegumu¹²¹.

V. Secinājumi

109. Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, es ierosinu Tiesai uz *Landgericht Hamburg* (Hamburgas apgabaltiesa, Vācija) uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem atbildēt šādi:

- 1) Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (EK) Nr. 110/2008 (2008. gada 15. janvāris) par stipro alkoholisko dzērienu definīciju, aprakstu, noformējumu, marķējumu un ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību un ar ko atceļ Padomes Regulu (EEK) Nr. 1576/89 16. panta a) punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka šajā tiesību normā aizliegtais reģistrētas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “netiešs [..] lietojums” prasa, lai strīdīgais nosaukums būtu vai nu identisks konkrētajai norādei, vai arī fonētiski un/vai vizuāli līdzīgs tai. Tādējādi nepietiek ar to, ka mērķa patērētāja uztverē šis nosaukums var raisīt jebkādu idejisku asociāciju ar norādi vai ar to saistīto ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju.
- 2) Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka ar šo tiesību normu aizliegtā “asociāciju izraisīšana” ar konkrēto norādi neprasa, lai strīdīgajam nosaukumam obligāti būtu fonētiska un vizuāla līdzība ar konkrēto norādi, bet ka tomēr nav pietiekami ar to, ka mērķa patērētāja uztverē šis nosaukums var rosināt jebkādu idejisku asociāciju ar aizsargāto nosaukumu vai ar to saistīto ģeogrāfiskās izcelsmes teritoriju. Ja tāda līdzība nepastāv, ir jāņem vērā konceptuālais tuvums, kāds attiecīgajā gadījumā pastāv starp konkrēto norādi un apstrīdēto nosaukumu, ar nosacījumu, ka šis tuvums ir tāds, kas vedina patērētāju domās saskatīt saikni ar produktu, kas aizsargāts ar minēto nosaukumu.

Noskaidrojot, vai pastāv minētajā 16. panta b) punktā aizliegtā “asociāciju izraisīšana”, nav jāņem vērā papildu informācija, kas līdzās strīdīgajam apzīmējumam ir norādīta šā produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā, tostarp par konkrētā produkta patieso izcelsmi.

¹¹⁹ Skat. it īpaši šo secinājumu 66. punktu.

¹²⁰ Skat. arī šo secinājumu 75. zemsvītras piezīmi.

¹²¹ Komisija pamatoti uzsver, ka etiķetē, kura ir tālu no tā, lai pastiprinātu apraksta “Glen” neskaidro iedarbību, gluži pretēji, ir iekļauta virkne informācijas ar pietiekami liela izmēra burtiem, kas padara par neiespējamu patērētājam uzskatīt, ka produkts ir no Skotijas. Proti, ne vien vārds “Glen” ir lietots kopā ar vietvārdu “Buchenbach”, kam ir acimredzams vācu valodas skanējums, bet ir arī precizēts, ka runa ir par “Švābijas” viskiju, “Vācijas produktu”, kas ražots *Waldhorn* spirta rūpniecā, kura atrodas Berglenā, un virs informācijas ir attēlots stilizēts medību rags (vācu valodā – “Waldhorn”), kas, atšķirībā no dūdām, nav tipisks Skotijai.

- 3) Regulas Nr. 110/2008 16. panta c) punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, noskaidrojot, vai pastāv ar šo tiesību normu aizliegta “nepareiza vai maldīga norāde”, nav jāņem vērā līdzās strīdīgajam apzīmējumam norādītā papildu informācija konkrētā produkta aprakstā, noformējumā vai marķējumā, tostarp par šā produkta patieso izcelsmi.