



Judikatūras krājums

GENERĀLADVOKĀTA DŽOVANNI PITRUCCELLAS
[GIOVANNI PITRUZZELLA] SECINĀJUMI,
sniegti 2019. gada 10. janvārī¹

Lieta C-614/17

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

(*Tribunal Supremo* (Augstākā tiesa, Spānija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzība – ACVN “Queso Manchego” – Tādu apzīmējumu izmantošana, kas var izraisīt asociācijas ar reģionu, ar kuru ir saistīts ACVN – Samērā informēta, uzmanīga un apdomīga patērētāja jēdziens

1. Dažus mēnešus pēc 2018. gada 7. jūnija sprieduma *Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:415, turpmāk tekstā – “spriedums *Scotch Whisky Association*”) Tiesā no jauna ir ierosināta prejudiciāla tiesvedība par to, kā interpretēt jēdzienu “asociāciju izraisīšana” Savienības tiesiskā regulējuma izpratnē cilmes vietas nosaukumu (ACVN) un aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu (AĢIN) jomā². Iesniedzējtiesa it īpaši jautā, vai var izraisīt asociāciju ar ACVN, kas ir aizliegts saskaņā ar Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunktu³, tādu apzīmējumu vai attēlu izmantošana, kuri norāda uz ACVN ģeogrāfisko atsaucē zonu, precīšu, kas salīdzināmas ar precēm, kuras aizsargā šis apzīmējums, tirdzniecībai. Šajā lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu ir arī uzdots delikāts un agrāk nepublicētais jautājums par iespējamiem ierobežojumiem, ar ko saskaras ACVN atsaucē ģeogrāfiskajā apgabalā iedibinātais uzņēmējs, kurš izmanto apzīmējumus, kas var izraisīt apziņā asociāciju ar minēto reģionu saistībā ar produktiem (vienādiem vai salīdzināmiem), kas tur ir ražoti, bet ko neaizsargā ACVN.

Juridiskais konteksts

2. Regulas Nr. 510/2006 13. panta “Aizsardzība” 1. punkta b) apakšpunktā ir paredzēts:

“1. Reģistrētos nosaukumus aizsargā pret:

[..]

1 Oriģinālvaloda – itāļu.

2 Turpmāk es kumulatīvi norādišu ACVN un AĢIN ar vārdkopām “aizsargāti nosaukumi” vai “reģistrēti nosaukumi”.

3 Padomes Regula (EK) Nr. 510/2006 (2006. gada 20. marts) par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību (OV 2006, L 93, 12. lpp.). Regula Nr. 510/2006 no 2013. gada 3. janvāra tika aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) Nr. 1151/2012 (2012. gada 21. novembris) par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu kvalitātes shēmām (OV 2012, L 343, 1. lpp.).

b) nosaukumu neatļautu izmantošanu, atdarināšanu vai atsaukšanos uz tiem, pat ja ir norādīta produkta patiesā izcelsme vai ja aizsargātais nosaukums ir tulkots vai ir kopā ar tādu norādi kā “veids”, “tips”, “metode”, “kā ražots”, “imitācija” vai līdzīgu norādi;

[..].”

3. Saskaņā ar Regulas Nr. 510/2006 14. panta 1. punkta pirmo daļu “ja cilmes vietas nosaukums vai ģeogrāfiskās izcelsmes norāde ir reģistrēta saskaņā ar šo regulu, tad preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, kas atbilst vienam no 13. pantā minētajiem gadījumiem un attiecas uz tā paša tipa produktu, noraida, ja preču zīmes reģistrācijas pieteikumu iesniedz pēc dienas, kad Komisijai iesniegts reģistrācijas pieteikums”. Otrajā daļā ir precizēts, ka “preču zīmes, kas reģistrētas neatbilstīgi šā punkta pirmajai daļai, pasludina par nederīgām”. Saskaņā ar tā paša panta 2. punktu “pilnībā ievērojot Kopienas tiesību aktus, tādu preču zīmi, kuras lietojums atbilst kādam no 13. pantā minētajiem gadījumiem un kura – vai nu pirms cilmes vietas nosaukuma vai ģeogrāfiskās izcelsmes norādes aizsardzības dienas izcelsmes valstī [..] – Kopienas teritorijā ir pieteikta, reģistrēta vai iegūta, ja šādu iespēju paredz attiecīgie tiesību akti, var izmantot arī turpmāk, neskarot cilmes vietas nosaukuma vai ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reģistrāciju [..]”⁴.

Pamatlieta un prejudiciālie jautājumi

4. *Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego* ([Nodibinājums “Aizsargāta cilmes vietas nosaukuma “Queso Manchego” ražotāju padome”], turpmāk tekstā – “Nodibinājums”), prasītājs pamatlietā, cēla pret *Industrial Quesera Cuquerella S.L.* (turpmāk tekstā – “*IQC*”) un *D. Juan Ramón Cuquerella Montagud*, apvienotas vienā prasībā⁵, šādas prasības ACVN “Queso Manchego”⁶, kura pārvaldība ir tam uzticēta, aizsardzībai:

- prasība konstatēt un paziņot, ka *IQC* izmantotās etiķetes sieru “Adarga de Oro”, “Super Rocinante” un “Rocinante”, ko neaizsargā ACVN “Queso Manchego”, identificēšanai un tirgošanai, kā arī vārdu “Quesos Rocinante” izmantošana šīs sabiedrības tīmekļa vietnē, lai norādītu gan sierus ACVN “Queso Manchego”, gan sierus, uz kuriem šis nosaukums neattiecas⁷, ir šā nosaukuma pārkāpums Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē;
- prasība Regulas Nr. 510/2006 14. pantā norādīto iemeslu dēļ daļēji atcelt tirdzniecības nosaukumu “Rocinante” un divas vārdiskas un grafiskas valsts preču zīmes⁸, kas atveido to pašu vārdu;
- prasība, kurā prasīts izbeigt pārkāpumu – aizliegt negodīgas konkurences darbības un likvidēt to sekas.

4 Pašlaik spēkā esošās Regulas Nr. 1151/2012 13. panta 1. punktā un 14. panta 1. punktā ir ietverti noteikumi, ciktāl tam ir nozīme šajā lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu, kas pēc būtības ir vienādi ar Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta un 14. panta 1. punkta noteikumiem.

5 No Tiesas rīcībā esošajiem pamatlietas materiāliem izriet, ka prasība tika celta 2012. gadā. Tā kā sīkākas informācijas nav, ir jāuzticas iesniedzējtiesas izvērtējumam, kuru pamatlietas puses nav apstrīdējušas un saskaņā ar kuru tieši Regula Nr. 510/2006, nevis Regula Nr. 1151/2012 *ratione temporis* ir piemērojama pamatlietai. Katrā ziņā Regulas Nr. 510/2006 noteikumi, kuru interpretācija tiek lūgta, kā jau tika precizēts, ir pēc būtības vienādi ar attiecīgajiem Regulas Nr. 1151/2012 noteikumiem.

6 ACVN “Queso Manchego” tika reģistrēts ar Komisijas Regulu (EK) Nr. 1107/96 (1996. gada 12. jūnijs) par ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu reģistrāciju saskaņā ar procedūru, kas izklāstīta Padomes Regulas (EEK) Nr. 2081/92 17. pantā (OV 1996, L 148, 1. lpp.).

7 It īpaši Nodibinājums apstrīdēja vārda “Rocinante” izmantošanu gan domēna vārdā, gan *IQC* tīmekļa vietnes saturā (www.rocinante.es), kā arī Lamančas ainavai tipisku elementu attēlošanu.

8 Konkrētajās preču zīmēs par produktiem “sieri” (29. klase Nicas nomenklatūrā) un pakalpojumiem “siera pārvaldījumu, uzglabāšanas un izplatīšanas pakalpojumi” (39. klase Nicas nomenklatūrā) vārds “Rocinante” ir iekļauts apļveida zīmējumā, kur priekšplanā attēlots zirgs, un fonā – lidzenums ar aitū ganāmpulku un vēdzirnāvām. No lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu, šķiet, izriet, ka abām preču zīmēm prioritāte ir vēlāka par ACVN “Queso Manchego” reģistrāciju.

5. Saistībā ar konstatēšanas prasību, par kuru ir uzdoti prejudiciālie jautājumi, atbildētāji apstrīdēja, ka uz etiķetēm un *IQC* tīmekļa vietnē izmantotie vārdiskie un grafiskie apzīmējumi izraisa asociācijas ar ACVN “Queso Manchego”, un norādīja uz *IQC* kā Lamančas reģionā reģistrēta uzņēmuma tiesībām izmantot ar šo reģionu saistītos simbolus.

6. Pirmās instances tiesa noraidīja Nodibinājuma prasību, pamatojoties uz divkāršu konstatējumu, ka *IQC* izmantotajiem grafiskajiem un vārdiskajiem apzīmējumiem nav nekādas vizuālas vai fonētiskas līdzības ar vārdiem “Queso Manchego” vai “Lamanča” un ka šie apzīmējumi izraisa asociācijas ar Lamanču, bet ne ar ACVN “Queso Manchego”. Nodibinājuma iesniegto apelācijas sūdzību par pirmās instances tiesas spriedumu *Audiencia provincial de Albacete* (Albasetes provinces tiesa, Spānija) noraidīja, arī uzskatīdama, ka nevar secināt, ka pastāv asociāciju izraisīšana ar ACVN “Queso Manchego”, ja nav nekādu vārdisku apzīmējumu, kuriem būtu vizuāla, fonētiska vai konceptuāla līdzība ar minēto nosaukumu. Pēc apelācijas tiesas domām, tas, ka *IQC* izmanto simbolus, kas izraisa asociācijas ar Lamančas reģionu, bet ne ar produktiem, kurus aizsargā konkrētais ACVN, ir jāuzskata par likumīgu, jo *IQC* tirgotie produkti, saistībā ar kuriem tiek izmantoti šie simboli, ir izgatavoti minētajā reģionā. Asociāciju rašanās par Lamančas sieru kvalitāti un reputāciju nenozīmējot, ka rodas asociācijas ar sieru, kas ir aizsargāti ar ACVN “Queso Manchego”, kvalitāti un reputāciju.

7. Nodibinājums iesniedza *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa, Spānija) apelācijas sūdzību par *Audiencia provincial de Albacete* spriedumu.

8. Lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa) sniedz šādus precizējumus: i) termins “manchego” ir īpašības vārds, ar kuru spāņu valodā apzīmē tostarp produktus, kuru izcelsme ir Lamanča – Spānijas reģionā, kurā sieru ražošana no aitas piena, ievērojot īpašas izstrādes un nogatavināšanas metodes, ir tradīcija; ii) Lamanča ir reģions, kurā norisinās lielākā daļa darbības slavenajā Migela de Servantesa romānā “Lamančas dons Kihots”⁹; iii) fiziskais apraksts, ko Servantess piešķīris sava romāna varonim, atbilst siera “Adarga de Oro” etiķetē attēlotā jātnieka aprakstam; iv) spāņu valodā termins “adarga” ir arhaisms, ko Servantess romānā lieto tikai dona Kihota ģerboņa apzīmēšanai; v) “Rocinante” – vārds, kas arī ir norādīts uz dažu *IQC* tirgotu sieru etiķetēm, – ir dona Kihota zirgs; vi) vienā no vispazīstamākajām Servantesa romāna nodaļām dons Kihots cīnās ar vējdzirnavām, kas ir raksturīgs Lamančas ainavas elements un ir atveidots vairākās *IQC* izmantotās etiķetēs, kā arī šīs sabiedrības tīmekļa vietnē.

9. *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa), pirmkārt, jautā, vai, kā to pamatlietā apgalvojis Nodibinājums, asociāciju izraisīšana ar kādu ACVN var notikt, tikai izmantojot grafiskus apzīmējumus, un tādad, tai var būt būtībā konceptuāls raksturs. Otrkārt, minētā tiesa jautā, vai tādu grafisku un vārdisku apzīmējumu izmantošana sieru tirdzniecībai, kuri izraisa asociācijas ar Lamančas reģionu, nozīmē asociāciju izraisīšanu ar ACVN “Queso Manchego” un vai attiecīgi sieru, kas aizsargāti ar minēto nosaukumu, ražotājiem ir monopols izmantot minētos apzīmējumus arī attiecībā pret ražotājiem, kuri iedibinājušies šajā reģionā, taču kuru produktus neaizsargā attiecīgais ACVN. Šajā sakarā *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa) norāda, ka apstiprinoša atbilde uz šo jautājumu varētu izraisīt preču brīvas aprites ierobežojumu, savukārt noliedzosa atbilde varētu vājināt aizsardzību, kas piešķirta ACVN, un apdraudēt šādiem nosaukumiem piešķirto informācijas funkciju par produktu kvalitāti. Visbeidzot iesniedzējtiesa uzdod Tiesai jautājumu par to, kāda patērētāju grupa ir jāņem vērā, lai konstatētu asociāciju izraisīšanas esamību Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, it īpaši gadījumā, kad konkrētie ACVN produkti ir paredzēti patēriņam galvenokārt tajā dalībvalstī, kurā tie ražoti.

9 Publicēts Madridē divās daļās – 1605. un 1615. gadā ar oriģinālnosaukumu “*Lamančas atjautīgais idalgo dons Kihots*”.

10. Šādos apstākļos ar 2017. gada 19. oktobra nolēmumu *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa) apturēja tai izskatīšanā esošo tiesvedību un uzdeva Tiesai šādus prejudiciālos jautājumus:

- “1) Vai Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunktā aizliegtajai asociācijai ar aizsargātu cilmes vietas nosaukumu izraisīšanai katrā ziņā ir jānotiek, lietojot nosaukumus, kuriem ir vizuāla, fonētiska vai konceptuāla līdzība ar aizsargāto cilmes vietas nosaukumu, vai arī tā var notikt, izmantojot grafiskus apzīmējumus, kas izraisa asociāciju ar cilmes vietas nosaukumu?”
- 2) Vai – gadījumā, ja aizsargātais cilmes vietas nosaukums ir ģeogrāfiskas dabas [Regulas Nr. 510/2006 2. panta 1. punkta a) apakšpunkts] un saistībā ar vienādiem vai salīdzināmiem produktiem tiek izmantoti tādi apzīmējumi, kas izraisa asociāciju ar reģionu, ar kuru saistīts aizsargātais cilmes vietas nosaukums, - var uzskatīt, ka šī izmantošana izraisa asociāciju ar pašu aizsargāto cilmes vietas nosaukumu Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, kas nav pieļaujama pat tad, ja šos apzīmējumus izmanto ražotājs, kurš ir iedibinājies ar aizsargātas cilmes vietas nosaukumu saistītajā reģionā, bet kura produkti nav aizsargāti ar šo cilmes vietas nosaukumu, jo tie neatbilst citām specifikācijās noteiktajām prasībām, kas nav saistītas ar ģeogrāfisko izcelsmi?
- 3) Vai ar jēdzienu “samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs patērētājs”, kura uztvere valsts tiesai ir jāņem vērā, lai noskaidrotu, vai notiek “asociāciju izraisīšana” Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, ir jāsaprot Eiropas patērētāji vai arī var tikt saprasti tikai tās dalībvalsts patērētāji, kurā tiek ražots asociāciju ar ģeogrāfiskās izcelsmes norādi izraisošais produkts vai ar kuru ir ģeogrāfiski saistīts ACVN, un kurā galvenokārt tas tiek patērēts?”

Tiesvedība Tiesā

11. Rakstveida apsvērumus saskaņā ar Tiesas statūtu 23. pantu iesniedza pamatlietas puses, Francijas, Vācijas un Spānijas valdības, kā arī Komisija. Šīs ieinteresētās personas, izņemot Vācijas valdību, tika uzklauskātas 2018. gada 25. oktobra tiesas sēdē.

Analīze

Īss attiecīgās judikatūras atgādinājums

12. Pirms sāku izskatīt prejudiciālos jautājumus, ir īsumā jāaplūko nozīmīgie Tiesas judikatūras posmi aizsargāto nosaukumu aizsardzības jomā asociāciju izraisīšanas gadījumā.

13. Tiesa pirmo reizi sprieda par jēdzienu “asociāciju izraisīšana” Regulas Nr. 2081/92¹⁰ – kas bija spēkā esošā regula pirms Regulas Nr. 510/2006 – 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē 1999. gada 4. marta spriedumā *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115). Saņēmusi lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu no *Handelsgericht Wien* (Vīnes Komerctiesa, *Austrija*) saistībā ar prasību, kuru bija cēlusi iestāde, kam bija uzticēts pārvaldīt ACVN “Gorgonzola”, un kurā bija prasīts aizliegt izplatīt Austrijā zilo sieru ar nosaukumu “Cambozola”, kā arī svītrot attiecīgo agrāk reģistrēto preču zīmi, Tiesa, pirmkārt, apliecināja, ka asociāciju izraisīšanas jēdziens iepriekš minētā Regulas Nr. 2081/92 noteikuma izpratnē “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”, un, otrkārt, precizēja, ka

¹⁰ Padomes Regula (EEK) (1992. gada 14. jūlijs) par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību (OV 1992, L 208, 1. lpp.). Šīs regulas 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta teksts bija pēc būtības vienāds ar atbilstošo Regulas Nr. 510/2006 noteikuma tekstu.

asociāciju izraisīšana var notikt pat tad, ja attiecīgo produktu sajaukšanas iespēja nepastāv¹¹. To elementu vidū, ko Tiesa norādījusi kā nozīmīgus secinājumam par asociāciju izraisīšanas esamību, papildus nosaukumu “fonētiskajai un vizuālajai” līdzībai, kas izriet no strīdīgajā preču zīmē ietvertās aizsargātā nosaukuma daļas¹², ir līdzība starp konkrētajiem produktiem – ne tikai no prasību laišanai tirgū aspekta, bet arī no tirdzniecības noformējuma aspekta¹³, kā arī fonētisko analogiju starp konkrētajiem nosaukumiem tīšais raksturs¹⁴.

14. Šī prakse tika apstiprināta 2008. gada 26. februāra spriedumā Komisija/Vācija (C-132/05, EU:C:2008:117), kas tika pasludināts saistībā ar prasību par valsts pienākuma neizpildi attiecībā pret Vācijas Federatīvo Republiku, kurai Komisija pārmeta, ka tā ir atteikusies sodīt nosaukuma “parmesan” izmantošanu savā teritorijā, pārkāpjot ACVN “Parmigiano Reggiano”. Asociāciju izraisīšanas esamību Regulas Nr. 2081/92 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē Tiesa secināja, ņemot vērā ne tikai vizuālo un fonētisko līdzību starp konkrētajiem nosaukumiem – vērtēšanas kritērijus, kuriem Tiesa jau bija piešķirusi nozīmi minētajā spriedumā *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*¹⁵ –, bet arī, tā kā runa ir par dažādām valodām piederīgiem vārdiem, to “konceptuālo tuvumu”¹⁶.

15. Tiesa ir paudusi analoģu viedokli, interpretējot Regulu Nr. 110/2008¹⁷ par stipro alkoholisko dzērienu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību, kuras 16. panta b) punktā ir ietverta tiesību norma, kas pēc būtības ir vienāda ar Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunktā iekļauto tiesību normu. Lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu lietā, kurā tika taisīts 2011. gada 14. jūlija spriedums *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484), prasītājs pamatlietā bija iebildis pret to, ka Somijā reģistrē divas grafiskas preču zīmes, kurās bija norādes, kas pilnībā atveidoja AĢIN “Cognac”, kura īpašnieks tas bija, kā arī to tulkojumu. Kvalificējot šos atveidojumus kā asociāciju izraisīšanu, Tiesa piemēroja tos pašus vērtēšanas kritērijus, kas izklāstīti spriedumos *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*¹⁸ un Komisija/Vācija¹⁹. 2016. gada 21. janvāra spriedumā *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 31. punkts) Tiesa precizēja, ka šie kritēriji, pieņemot nolēmumu, ir jāņem vērā valsts tiesai, jo tieši tai, nevis Tiesai, ir jāizvērtē, vai ar atsauci uz kādu konkrētu gadījumu pastāv “asociāciju izraisīšana” Regulas Nr. 110/2008 16. panta a) punkta izpratnē. Pamatlieta, kurā tika ierosināta prejudiciālā tiesvedība un kurā pēc tam tika taisīts attiecīgais spriedums, bija par nosaukuma “Verlados” izmantošanu sabiedrības *Viiniverla*, kas atrodas Verlā, Somijā, ražotajam [ābolu] sidra spirtam. Tiesa, kas ierosināja minēto prejudiciālo tiesvedību un kam bija jāskata prasība pret lēmumu, ar kuru Somijas iestādes AĢIN “Calvados” aizsardzības nolūkos bija aizliegušas izmantot šo nosaukumu [“Verlados”], tostarp jautāja Tiesai, cik nozīmīgi ir vairāki faktiskie apstākļi nolūkā konstatēt asociāciju izraisīšanas esamību. Tiesa, paziņojusi savu nolēmumu par “attiecīgā patērētāja” jēdzienu²⁰, precizēja, ka “asociāciju izraisīšanas” esamības pārbaudē ir jākonstatē, “ka sabiedrībai nav radušās asociācijas par produkta izcelsmi un ka arī uzņēmējs negūst nepamatotu labumu no aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputācijas”²¹. Šajā situācijā nedz apstākli, ka

11 Spriedums, 1999. gada 4. marts, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 25. un 26. punkts).

12 Spriedums, 1999. gada 4. marts, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 27. punkts).

13 Spriedums, 1999. gada 4. marts, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 28. punkts).

14 Spriedums, 1999. gada 4. marts, *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, 28. punkts).

15 Spriedums, 1999. gada 4. marts (C-87/97, EU:C:1999:115)

16 Spriedums, 2008. gada 26. februāris, Komisija/Vācija (C-132/05, EU:C:2008:117, 47. un 48. punkts).

17 Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (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 (OV 2008, L 39, 16. lpp.).

18 Spriedums, 1999. gada 4. marts (C-87/97, EU:C:1999:115).

19 Spriedums, 2008. gada 26. februāris (C-132/05, EU:C:2008:117). Skat. 56.–58. punktu spriedumā, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484).

20 Pie Tiesas noteiktajiem principiem saistībā ar “patērētāja” jēdzienu atgriezīsimies, skatot trešo prejudiciālo jautājumu.

21 Skat. spriedumu, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 45. punkts). Tajā pašā nozīmē, tomēr ar atsauci nevis tikai uz asociāciju izraisīšanu, bet uz visiem gadījumiem, uz kuriem attiecas Regulas Nr. 110/2008 16. panta a)–d) punkts, skat. spriedumu, 2011. gada 14. jūlijs, *Bureau National Interprofessionnel du Cognac* (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484, 46. punkts).

nosaukums “Verlados” ir atsauce uz ražotājuņēmuma nosaukumu un uz produkta reālo ģeogrāfisko izcelsmes vietu, kas ir labi zināma un atpazīstama Somijas patērētājiem, nedz apstākli, ka dzēriens ar šādu nosaukumu tiek tirgots tikai vietējā tirgū un ierobežotos daudzumos, Tiesa neuzskatīja par elementiem, kas būtu svarīgi minētās lietas izspriešanai.

16. Visbeidzot, nesenojā spriedumā *Scotch Whisky Association*, kas tika pasludināts pēc tam, kad jau bija beidzies rakstveida process tiesvedībā, par kuru ir šie secinājumi²², Tiesa visupirms apliecināja, ka nedz aizsargātās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes daļēja iekļaušana strīdīgajā nosaukumā, nedz šajā nosaukumā rodamā fonētiskā vai vizuālā līdzība ar AĢIN neveido būtiskus priekšnoteikumus, lai konstatētu “asociāciju izraisīšanas” esamību Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē²³, precizējot, ka tad, ja nav šāda iekļāvuma vai šādas līdzības, asociācijas var raisīties arī tikai no AĢIN un strīdīgā apzīmējuma “konceptuālā tuvuma”²⁴. Turklāt tā neatzīst, ka, lai raksturotu “asociāciju izraisīšanu” Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta izpratnē, ir pietiekami, ka attiecīgā apzīmējuma strīdīgais elements mērksabiedrības uztverē izraisa kādas asociācijas ar AĢIN vai ar to saistīto ģeogrāfisko teritoriju. Šāds kritērijs, pēc Tiesas domām, nevar tikt izmantots, jo “ar to netiek noteikta pietiekami tieša un viennozīmīga saikne” starp šo elementu un AĢIN²⁵ un tas ir “[pārāk] nepreciz[s] un plaš[s]”, lai apmierinātu attiecīgo saimnieciskās darbības subjektu vajadzību pēc tiesiskās noteiktības²⁶.

17. No nupat aplūkotās judikatūras izriet, ka aizsardzība asociāciju izraisīšanas dēļ, ko paredz dažādie ar Savienības tiesībām izveidotie kvalitātes režīmi²⁷, ir aizsardzības forma *sui generis*²⁸, kas nav saistīta ar maldinoša rakstura kritēriju – kurš kā priekšnoteikumu paredz, ka ar reģistrēto nosaukumu konfliktējošais apzīmējums ir tāds, kas var maldināt sabiedrību saistībā ar produkta ģeogrāfisko izcelsmi un kvalitāti, – un nav kvalificējama kā aizsardzība, kas tikai novērš sajaukšanas iespēju. Attiecīgi aizsardzības pret asociāciju izraisīšanu galvenais mērķis drīzāk ir meklējams reģistrēto nosaukumu kvalitātes mantojuma un reputācijas aizsardzībā pret parazitisma aktiem, nevis patērētāja aizsardzībā pret maldinošu rīcību, kas konkrētāk ir priekšmets gadījumos, kuri aprakstīti Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta c) un d) apakšpunktā un attiecīgajos pārējo Savienības instrumentu noteikumos, kuri sargā aizsargātos nosaukumus²⁹.

18. Lai gan, būdams iekļauts tajā pašā minētā 13. panta noteikumā, asociāciju izraisīšanas gadījums atšķiras gan no “imitēšanas” gadījumiem, kurus raksturo reģistrētā nosaukuma būtisko elementu atdarināšana, gan no “ļauņprātīgas izmantošanas” gadījumiem, kas ietver nepienācīgu un tišu reģistrētā nosaukuma izmantošanu produktiem, uz kuriem tas neattiecas, rezultātā attiecīgi piesavinoties ar

22 Pamatlītas puses un pārējās ieinteresētās personas Tiesas statūtu 23. panta izpratnē, kuras piedalījās procesa rakstveida posmā, Tiesa uzaicināja uz tiesas sēdi, kas notika 2018. gada 25. oktobrī, mutvārdos sniegt savus apsvērumus par šā sprieduma ietekmi, lai atbildētu uz *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa) uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem.

23 Spriedums *Scotch Whisky Association* (46. un 49. punkts).

24 Spriedums *Scotch Whisky Association* (50. punkts).

25 Spriedums *Scotch Whisky Association* (53. punkts).

26 Spriedums *Scotch Whisky Association* (55. punkts). Turklāt, pēc Tiesas domām, “ja, lai raksturotu šādu asociāciju izraisīšanu, būtu pietiekami ar jebkādas asociācijas raisīšanu patērētāja apziņā ar [AĢIN], tā rezultātā [...] Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punktā tiktu iekļauta tam šajā pantā sekojošo tiesību normu, proti, tā c) un d) punkta, kuros ir paredzēti gadījumi, kad atsauce uz aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi ir vēl attālinātāka nekā “asociāciju izraisīšana” ar to, piemērošanas joma”. (54. punkts; skat. arī ģenerālvokāta H. Saugmandsgora Ēes [H. Saugmandsgaard Øe] secinājumus lietā *The Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:111, 61.–63. punkts).

27 Attiecībā uz vīna nozari skat. Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) Nr. 1308/2013 (2013. gada 17. decembris), ar ko izveido lauksaimniecības produktu tirgu kopīgu organizāciju un atceļ Padomes Regulas (EEK) Nr. 922/72, (EEK) Nr. 234/79, (EK) Nr. 1037/2001 un (EK) Nr. 1234/2007 (OV 2013, L 347, 671. lpp.); attiecībā uz aromatizētajiem dzērieniem skat. Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) Nr. 251/2014 (2014. gada 26. februāris) par aromatizētu vīna produktu definīciju, aprakstu, noformējumu, marķējumu un ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību un ar ko atceļ Padomes Regulu (EEK) Nr. 1601/91 (OV 2014, L 84, 14. lpp.), un attiecībā uz stiprajiem alkoholiskajiem dzērieniem skat. minēto Regulu Nr. 110/2008.

28 Šajā sakarā atgādinu, ka 1958. gada Lisabonas Vienošanās par cilmes vietu nosaukumu aizsardzību un to starptautisko reģistrāciju 4. pantā, kas ir pamatā Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunktam, ir minēti tikai “ļauņprātīgas izmantošanas” un “imitēšanas”, bet ne “asociāciju izraisīšanas” gadījumi.

29 Šajā aspektā aizsardzība asociāciju izraisīšanas dēļ atsauc atmiņā aizsardzību, kura piešķirta preču zīmēm ar reputāciju. Par asociāciju izraisīšanas iespēju Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, kā arī par nesalīdzināmiem produktiem skat. spriedumu, 2015. gada 18. septembris, *Federación Nacional de Cafeteros de Colombia/ŪAMI – Hautrive* (“COLOMBIANO HOUSE”) (T-387/13, nav publicēts, EU:T:2015:647, 55. un 56. punkts).

ražošanas tradīciju, ko nosaukums apzīmē, saistītās vērtības³⁰. Turklāt, kā to uzsvēris ģenerālvokāts F. Dž. Džeikobss [F. G. Jacobs] secinājumos lietā *Conorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*³¹, runājot par Regulas Nr. 2081/92 13. panta 1. punkta b) apakšpunktu, pati tiesību normas sistēma atbalsta tēzi, atbilstoši kurai aizsardzība asociāciju izraisīšanas dēļ ir atbilstoša, lai tai piemērotu atšķirīgus un mazāk stingrus nosacījumus par tiem, kurus pieprasa attiecībā uz imitēšanu vai ļaunprātīgu izmantošanu. Tāpēc asociāciju izraisīšanas jēdziena juridiskais konteksts ir jāieņem autonomi, nemeklējot – lai gan sistēmiski tie ir izvietoti vienoti – to priekšnoteikumu vienveidību, kas piemērojami atšķirīgajiem “imitēšanas” un “ļaunprātīgas izmantošanas” gadījumiem.

19. No semantiskā viedokļa izraisīt asociācijas nozīmē “atsaukt apziņā”³². Transponējot šo konceptu reģistrēto nosaukumu aizsardzības jomā, Tiesa kā aizliegtās asociāciju izraisīšanas nosacījumu pieprasa, lai saskarsme ar parastu produktu³³ varētu izraisīt patērētāja asociatīvā tipa kognitīvo atbildi, kas “atsauc” apziņā produktus, kurus aizsargā reģistrētais nosaukums. Ja tas kā priekšnoteikumu katrā ziņā nozīmē informācijas, ko nosūtījis saskarsmes ar šo produktu uztveres/kognitīvais stimulants, apstrādes darbību, Tiesa spriedumā *Scotch Whisky Association* ir izskaidrojusi, ka asociāciju izraisīšana pastāv tikai tādā pakāpē, ciktāl asociatīvā saikne ir pietiekami “tieša un viennozīmīga”³⁴. Šis precizējums, manuprāt, ir jāsaprot tādējādi, ka patērētāja atbildei uz stimulu ir jābūt gan tūlītējai (kognitīvais asociatīvais process nedrīkst prasīt sarežģītu informācijas apstrādi), gan intensīvai (asociācijai ar produkta, ko aizsargā reģistrētais nosaukums, attēlu ir jābūt pietiekami uzstājīgai).

20. Lai gan ar precizējumiem, kas ieviesti ar 2018. gada 7. jūnija spriedumu *Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:415), manuprāt, no Tiesas un Vispārējās tiesas judikatūras skaidri izriet tendence plaši interpretēt “asociāciju izraisīšanas” jēdzienu, saskaņā ar plašo aizsardzību, ko Savienības likumdevējs ir piešķīris cilmes vietas nosaukumiem, un arī ņemot vērā to, cik svarīgi ir reklamēt kvalitatīvu ražojumu aizsardzības mērķi³⁵. Šajā aspektā atgādinu, ka šādu nosaukumu aizsardzība ir ne tikai viens no Savienības ekonomikas stratēģiskajiem elementiem, kā tas konkrēti pausts Regulas Nr. 1151/2012 1. apsvērumā, bet palīdz arī sasniegt Eiropas kultūras mantojuma aizsardzības mērķi, kas pieminēts LES 3. panta 3. punkta ceturtajā daļā.

21. Ņemot vērā iepriekš izklāstītos principus, es analizēšu iesniedzējtiesas uzdotos prejudiciālos jautājumus.

Par pirmo prejudiciālo jautājumu

22. Ar pirmo prejudiciālo jautājumu *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa) būtībā jautā tiesai, vai ar Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunktu aizliegtā asociāciju izraisīšana var konkretizēties, ja izmanto grafiskus apzīmējumus, vai šādu gadījumu var veidot tikai situācija, kad izmanto nosaukumus, kuriem ar konkrēto ACVN ir vizuāla, fonētiska vai konceptuāla līdzība.

23. Esmu vienisprātis ar prasītāju pamatlietā un Francijas, Vācijas un Spānijas valdībām, uzskatot, ka atbildei uz šo jautājumu ir jābūt apstiprinošai.

30 Par ļaunprātīgas izmantošanas un imitēšanas (atdarināšanas) jēdzieniem skat. spriedumu, 2017. gada 20. decembris, *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (C-393/16, EU:C:2017:991, 57. punkts).

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

32 *Enciclopedia Treccani* [Trekāni enciklopēdija] tiešaistē.

33 Ar šo vārdkopsu es turpmāk norādišu produktus, uz kuriem neattiecas aizsargāts nosaukums vai ģeogrāfiskās izcelsmes norāde.

34 Skat. it īpaši 53. punktu spriedumā *Scotch Whisky Association*.

35 Šajā nozīmē Eiropas tiesiskā regulējuma mērķu ilustrācijai skat. spriedumu, 2009. gada 8. septembris, *Budějovický Budvar* (C-478/07, EU:C:2009:521, 109.–111. punkts un tajos minētā judikatūra). Skat. arī spriedumus, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 24. punkts), un 2017. gada 14. septembris, *EUPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto* (C-56/16 P, EU:C:2017:693, 80. un 81. punkts).

24. No iepriekš izskatītās judikatūras izriet, ka “asociāciju izraisīšanas” konstatācijai noteicošais ir patērētāja uztveres kritērijs, kas jākonstatē ar atsauci uz to, cik lielā mērā strīdīgais apzīmējums var izraisīt *ideju asociāciju* starp parasto produktu un produktu, kas apzīmēts ar aizsargāto reģistrēto nosaukumu³⁶. Turklāt no sprieduma *Scotch Whisky Association* izriet, ka aizsargātā nosaukuma elementu iespējama iekļaušana strīdīgajā apzīmējumā un vizuāla un/vai fonētiska līdzība starp šo nosaukumu un minēto apzīmējumu ir tikai *netiešas norādes*, kas ņemamas vērā, lai izvērtētu, vai patērētāja apziņā, saskaroties ar parasto produktu, raisās šāda ideju asociācija³⁷. Citiem vārdiem, asociāciju izraisīšanu, pēc Tiesas domām, var konstatēt arī tikai uz “konceptuālā tuvuma” starp strīdīgo apzīmējumu un aizsargāto nosaukumu pamata, ja šāda līdzība var atsaukt sabiedrības apziņā produktus, kuri aizsargāti ar minēto nosaukumu.

25. Tātad – ja vizuālas un, pats galvenais, fonētiskas līdzības esamība nav “imperatīvs nosacījums”³⁸ asociāciju izraisīšanas konstatācijai, tas nozīmē, ka konstatācijas nolūkā prasītajai asociācijas raisīšanai apziņā starp parasto produktu un produktu, kas apzīmēts ar minēto nosaukumu, nav prasīts, lai katrā ziņā tiktu izmantots vārdiskais formāts. Attēls, simbols un, vispārīgāk, grafisks apzīmējums var tāpat kā nosaukums raidīt konceptu un tāpēc ir spējīgs pamudināt patērētāju izveidot apziņā saikni ar aizsargāto nosaukumu, kas šajā gadījumā tiks “izraisīta” ne vizuāli un ne fonētiski, bet ar atsauci uz tās konceptuālo saturu.

26. Protams, kā tiesas sēdē norādīja Komisija, gandrīz visos sprieduma *Scotch Whisky Association* motīvu daļas punktos – kā tostarp visos iepriekš minētajos judikatūras precedentos – asociācijas raisošā funkcija ir piedēvēta parastā produkta *nosaukumam*³⁹.

27. Tomēr pretēji Komisijai es neuzskatu, ka no minētā apstākļa var secināt Tiesas nodomu ierobežot asociāciju izraisīšanas gadījumus tikai līdz situācijām, kurās asociācija ar produktu, kas apzīmēts ar reģistrēto nosaukumu, apziņā raisās no vārdisku elementu lietojuma. Proti, neatkarīgi no nozīmīgā apstākļa, ka sprieduma rezolutīvās daļas divi motīvu daļas punkti un 2. punkta otrā daļa atsauca vispārīgāk uz lietā aplūkojamā apzīmējuma “strīdīgo elementu”, Tiesas lietotā terminoloģija ir jāievieto tās pamatlietas kontekstā, kurā tika taisīts spriedums *Scotch Whisky Association* un kurā norisinājās debates par parasta produkta nosaukumā ietverta vārda asociācijas raisošo tvērumu⁴⁰.

28. Turklāt, ja secinošie interpretācijas elementi būtu smējami tikai no minētajā spriedumā izmantotās terminoloģijas, no tā būtu jāsecina arī Tiesas nodoms ierobežot “asociāciju izraisīšanu” tikai līdz tiem gadījumiem, kad prasīto asociatīvo saikni izraisa vārdi, kas ietverti parastā produkta tirdzniecības apzīmējumā, izslēdzot jebkuru citu vārdisku elementu (kā vispārīgus, aprakstošus, slavinošus utt. izteicienus) uz minētā produkta etiķetes vai iesaiņojuma. Šādu interpretāciju, manuprāt, izslēdz pats Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta teksts, kurā ir konkrētas norādes (piemēram, “veids”, “tips”, “metode”, “kā ražots”, “imitācija”), kas parasti nav produkta pārdošanas nosaukuma daļa, bet ir tam pievienoti.

29. Dziļākā būtībā, no iepriekš atgādinātās Tiesas judikatūras un it īpaši no spriedumiem *Bureau National Interprofessionnel du Cognac*⁴¹ un *Viiniverla*⁴² izriet, ka, analizējot asociāciju izraisīšanas esamību, ir jāņem vērā ikviena netieša vai konkrēta atsauce uz reģistrētu nosaukumu, vai tie būtu vārdiskie elementi vai grafiskie elementi, kas iekļauti parastā produkta etiķetē vai attēloti uz

36 Šajā nozīmē skat. it īpaši spriedumu, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 22. punkts), un spriedumu *Scotch Whisky Association* (51. punkts). Skat. arī ģenerāladvokāta H. Saugmandsgora Ēes secinājumus lietā *The Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:111, 60. punkts).

37 Skat. ģenerāladvokāta H. Saugmandsgora Ēes secinājumus lietā *The Scotch Whisky Association* (C-44/17, EU:C:2018:111, 58. punkts).

38 Spriedums *Scotch Whisky Association* (46. un 49. punkts).

39 Vārdus un vārdkopas “nosaukums”, “produkta nosaukums”, “vārds, kas ir izmantots produkta apzīmēšanai”, “pārdošanas nosaukums” Tiesa izmanto alternatīvi; skat. it īpaši 44., 45., 46., 48., 49.–53. un 56. punktu spriedumā *Scotch Whisky Association*.

40 Tas pats attiecas uz pārējiem iepriekš atgādinātajiem judikatūras precedentiem.

41 Spriedums, 2011. gada 14. jūlijs (C-4/10 un C-27/10, EU:C:2011:484).

42 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris (C-75/15, EU:C:2016:35, 27. punkts).

iepakojuma, vai elementi, kas attiecas uz šāda produkta formu vai noformējumu laišanai tirgū. Šajā analizē ir jāņem vērā arī tas, cik lielā mērā konkrētie produkti ir vienādi, vai to līdzības pakāpe, un to tirgošanas nosacījumi, arī kas attiecas uz attiecīgajiem pārdošanas kanāliem, kā arī elementi, kuri ļauj konstatēt, cik tiša ir atsauce uz produktu, kas apzīmēts ar aizsargāto nosaukumu, vai, gluži otrādi, tā cēloņsakarību. Valsts tiesai tātad ir pienākums izvērtēt *netiešu norāžu* kopumu, un vienas šādas norādes, piemēram, vizuālās, fonētiskās vai konceptuālās līdzības starp konkrētajiem *nosaukumiem*, esamība vai neesamība pati par sevi nevar tai ļaut konstatēt vai izslēgt asociāciju izraisīšanas esamību.

30. Atgādinu arī, ka spriedumā *Scotch Whisky Association* Tiesa precizēja, ka asociāciju izraisīšana var pastāvēt tikai tad, ja strīdīgais apzīmējums sabiedrības apziņā raisa pietiekami “tiešu” un “viennozīmīgu” saikni starp minēto apzīmējumu un reģistrēto nosaukumu⁴³, tādējādi identificējot jēdziena “asociāciju izraisīšana” tvēruma ierobežojumus tādā izteiksmē, ka tai ir drīzāk jābūt tūlītējai un intensīvai patērētāja reakcijai – nozīmē, kas precizēta šo secinājumu 19. punktā, – nevis uztveres stimula tipoloģijai.

31. Šāds ierobežojums, manuprāt, pats par sevi var iegrožot prettiesiskās asociāciju izraisīšanas tvērumu – un attiecīgi parasto produktu ražotāju brīvību izvēlēties, kādā veidā noformēt laišanai tirgū savus produktus, – robežās, kas nepārsniedz to, kas nepieciešams reģistrēto nosaukumu efektīvai aizsardzībai un attiecīgo saimnieciskās darbības subjektu vajadzības pēc tiesiskās noteiktības apmierināšanai⁴⁴.

32. Interpretācija, ko iesaku Tiesai pieņemt, atbilstoši kurai asociāciju izraisīšana Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē var pastāvēt arī tad, ja izmanto grafiskus apzīmējumus un ja nav vizuālas, fonētiskas vai konceptuālas līdzības starp ACVN vai AĢIN un parastā produkta tirdzniecības apzīmējumu, ir ne tikai stingri pamatota Tiesas judikatūrā, bet, manuprāt, ir arī saskaņā gan ar Savienības likumdevēja vēlmi piešķirt šādiem nosaukumiem plašu aizsardzību, gan ar šo secinājumu 21. punktā atgādināto mērķu nozīmīgumu, kurus tiek mēģināts sasniegt, atzīstot šādu aizsardzību.

33. Visbeidzot uzsveru, ka ierosinātā interpretācija neizraisa nekādu Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta ietekmi uz tā paša punkta turpmākā c) un d) apakšpunkta darbības jomām, kuros ir atsauces uz “norādēm” un “praksi”, kas aizliegtas ne tāpēc, ka izraisa asociācijas ar reģistrētu nosaukumu⁴⁵, bet tāpēc, ka sniedz nepareizu vai maldīgu informāciju par produkta pirmavotu, izcelsmi, būtību vai pamatīpašībām vai katrā ziņā var maldināt patērētāju.

34. Pamatojoties uz iepriekš minētajiem apsvērumiem, uz pirmo prejudiciālo jautājumu, manuprāt, ir jāatbild tādējādi, ka asociāciju izraisīšana Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē var veidoties arī, izmantojot grafiskus apzīmējumus un ja nav vizuālas, fonētiskas vai konceptuālas līdzības starp reģistrēto nosaukumu un konkrētā produkta tirdzniecības apzīmējumu, ar nosacījumu, ka patērētājs, saskaroties ar strīdīgajiem apzīmējumiem, tiek mudināts savā apziņā kā ar atsauces attēlu tieši nodibināt saikni ar to ražojumu, kurš ir aizsargāts ar šo nosaukumu.

43 Spriedums *Scotch Whisky Association* (53. punkts).

44 Šāda ierobežojuma atbilstību tiesiskās noteiktības vajadzībai tā pati Tiesa ir apliecinājusi spriedumā *Scotch Whisky Association* 55. punktā.

45 Šajā nozīmē skat. spriedumu *Scotch Whisky Association*, 65. punkts.

Par otro prejudiciālo jautājumu

35. Otro prejudiciālo jautājumu var sadalīt divās daļās. Pirmajā daļā iesniedzējtiesa būtībā jautā Tiesai, vai tādu apzīmējumu izmantošana, kas izraisa asociācijas ar reģionu, ar kuru saistīts ACVN Regulas Nr. 510/2006 2. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē, produktiem, kas vienādi vai salīdzināmi ar ACVN apzīmētajiem produktiem, ir asociāciju izraisīšana, kas ir prettiesiska minētās regulas 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Otrajā daļā *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa) jautā, vai prettiesisku asociāciju izraisīšanu veido arī tas, ja šādus apzīmējumus izmanto minētajā reģionā iedibinājies ražotājs, kura produkti tomēr neatbilst ACVN specifikācijām.

36. Atbilde uz minētā jautājuma pirmo daļu izriet no līdz šim sniegtajiem apsvērumiem.

37. Ievērojot saikni starp ACVN produktiem un to izcelsmes reģionu⁴⁶, apzīmējumu – grafisku un/vai vārdisku, kas izraisa asociācijas ar minēto reģionu, – izmantošana parastajiem produktiem, kuri ir vienādi vai salīdzināmi ar ACVN aizsargātajiem produktiem, var atsaukt sabiedrības apziņā šādu produktu tēlu un attiecīgi veidot asociāciju izraisīšanu, kas ir prettiesiska Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Pamatojoties uz iepriekš precizēto, tas tomēr var notikt tikai tad, ja ideju saistīšana ar ACVN ģeogrāfisko apgabalu, ko izraisījusi asociācijas raisošo apzīmējumu izmantošana, ir tāda, ka tā *tieši* atsauc patērētāja apziņā kā atsaucē attēlu tos produktus, kuri ir aizsargāti ar ACVN.

38. Kā Tiesa to daudzkārt ir apgalvojusi, valsts tiesas ziņā ir saistībā ar lietu, kas tai iesniegta izskatīšanai, izvērtēt, vai pastāv prettiesiskas asociāciju izraisīšanas priekšnoteikumi⁴⁷. Tāpēc turpmāko apsvērumu mērķis ir tikai sniegt kādu elementu, kas palīdzētu iesniedzējtiesai (vai tiesai, kura izskata lietu pēc būtības un kurai, iespējams, būs jātaisā spriedums) veikt šo analīzi.

39. Pamatlietā, lai gan prejudiciālo jautājumu uzmanības centrā galvenokārt ir grafiskie apzīmējumi uz strīdigajām etiķetēm, ir arī vairāki elementi, no kuriem daži ir vārdiski (vārdi “Rocinante” un “adarga de oro”), un citi – grafiski (zīmējumi, kas attēlo dažu slavenā Servantesa romāna personāžu fiziskās īpašības, kā arī elementi, ko uzskata par tipiskiem Lamančas reģiona ainavas elementiem), kurus iesniedzējtiesa uzskata par tādiem, kas izraisa asociācijas ar reģionu, kurš saistīts ar ACVN “Queso Manchego”. Vārdi “manchego” vai “Mancha” nav pat daļēji atveidoti strīdigajos vārdiskajos apzīmējumos⁴⁸, un nav nekādas vizuālas un fonētiskas līdzības starp šiem apzīmējumiem un konkrēto ACVN. No tā izriet, kā norāda iesniedzējtiesa, ka pamatlietas apstākļos asociāciju izraisīšana, pat ja tā tiktu konstatēta, būtu tīri konceptuāla rakstura.

40. Ja strīdīgos grafiskos apzīmējumus skatītu atsevišķi vai arī savstarpējā kombinācijā, pirmajā mirklī tie šķistu piemēroti, lai izraisītu prettiesiskas asociācijas Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, kā to interpretējusi Tiesa spriedumā *Scotch Whisky Association*. Proti, kā norādījušas Komisija un Vācijas valdība, daži no šiem apzīmējumiem šķiet pārāk vispārīgi, lai patērētāja apziņā raisītu “viennozīmīgu” saikni ar Lamančas reģionu⁴⁹, savukārt attēli, kas liek iedomāties par romāna “Lamančas dons Kihots” personāžiem vai zināmām minētā romāna vietām vai ainām, nešķiet piemēroti, lai radītu pietiekami “tiešu” saikni ar attiecīgo ģeogrāfisko apgabalu, kas apziņā tiekot atsaukta tikai “netieši”, ideju asociāciju virknes rezultātā.

46 ACVN saikne ar atsaucē teritoriju ir stiprāka nekā AĢIN gadījumā. Regulas Nr. 510/2006 2. panta 1. punktā ir prasīts, attiecībā uz pirmajiem, ka attiecīgo produktu ražošanai, pārstrādei un sagatavošanai ir jānotiek ierobežotā ģeogrāfiskajā apgabalā (a) apakšpunkts), savukārt attiecībā uz otrajiem ir pietiekami, ka arī tikai viens no minētajiem posmiem notiek šādā apgabalā (b) apakšpunkts).

47 Skat. it īpaši spriedumu, 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 22. un 31. punkts), un spriedumu *Scotch Whisky Association* (45., 46., 51., 52., 56. punkts un rezolutīvās daļas 2. punkts).

48 Uz strīdigajām etiķetēm ir tikai vārds “queso”, uz kuru tomēr – tā kā tas ir sugas vārds – aizsardzība neattiecas; skat. Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta otro daļu.

49 Es it īpaši atsaucos uz aitu ganāmpulka, lidzenuma, zirga figūras un vēdzirnavu atveidojumiem, kas attēloti apstrīdēto preču zīmju grafisko elementu vidū uz strīdigajām etiķetēm.

41. To sakot, es neizslēdzu, ka asociāciju izraisīšana tomēr var tikt konstatēta pamatlietas apstākļos tad, ja priekšnoteikumi tādām gadījumam tiek konstatēti uz vispārējas pārbaudes pamata, kurā ir ņemti vērā visi potenciāli asociācijas izraisīšie elementi – vai tie būtu vārdiski vai grafiski –, kas parādās uz strīdīgajām etiķetēm, tas, vai konkrētie produkti ir vienādi vai salīdzināmi, kā arī šo produktu noformējuma, reklamēšanas un tirgošanas veids⁵⁰.

42. Aplūkojamā jautājuma otrā daļa ir par iespējamu tā apstākļa ietekmi, ka apzīmējumus, kuri izraisa asociācijas ar reģionu, kas saistīts ar kādu ACVN, izmanto produktiem, kuri nav aptverti ar minēto nosaukumu, bet kuru ražošana, izstrāde un pārstrāde notiek šajā reģionā⁵¹.

43. Šajā sakarā norādu – tāpat, kā to dara prasītājs pamatlietā, Francijas, Vācijas un Spānijas valdības un Komisija –, ka Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkts neparedz jebkādā veidā izslēgt no tā piemērošanas jomas situācijas, kurās asociācijas izraisīto produktu ģeogrāfiskā izcelsme sakrīt ar ACVN vai AĢIN produktu ģeogrāfisko izcelsmi. Tas savukārt ir saskaņā gan ar aizsardzības asociāciju izraisīšanas dēļ būtību – kura, kā redzējām, lai gan aptver arī sajaukšanas iespējamības gadījumus, nav atkarīga no patērētāja kļūdas pastāvēšanas, tostarp kļūdas saistībā ar asociācijas izraisīto produktu ģeogrāfisko izcelsmi –, gan ar Regulā Nr. 510/2006 izvirzītajiem mērķiem. Proti, ja ražotājiem, kas darbojas ar kādu ACVN saistītā ģeogrāfiskajā apgabalā, bet neatbilst attiecīgajām specifikācijām, atļautu izmantot apzīmējumus, kuri raisa asociācijas ar šo ģeogrāfisko apgabalu, attiecībā uz produktiem, kas ir vienādi vai salīdzināmi ar produktiem, kuri ir aptverti ar ACVN, ar to tiktu vājināta ar šo nosaukumu piešķirtā kvalitātes garantija⁵² – garantija, kas, kaut gan ir saistīta galvenokārt ar ACVN produktu ģeogrāfisko izcelsmi, kā priekšnoteikumu izvirza visu specifikāciju noteikumu ievērošanu. Turklāt, neattiecinot aizsardzību asociāciju izraisīšanas dēļ uz to vietējo ražotāju rīcību, kas neievēro specifikācijas, tiktu nodarīts kaitējums tiesībām, kuras jārezervē ražotājiem, kas ir pielikuši vērā ņemamas pūles, lai varētu izmantot reģistrētu cilmes vietas nosaukumu saskaņā ar Regulu Nr. 510/2006, pakļaujot šos ražotājus, kā uzsvēr Francijas valdība, negodīgas konkurences – kura, tā kā nākusi no ražotājiem, kas iedibināti tajā pašā ģeogrāfiskajā apgabalā, potenciāli ir vēl kaitējošāka – darbību sekām⁵³.

44. Pamatojoties uz iepriekš minētajiem apsvērumiem, uz otro *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa) uzdoto prejudiciālo jautājumu, manuprāt, ir jāatbild tādējādi, ka tad, ja saistībā ar produktiem, kas ir vienādi vai salīdzināmi ar tiem, kuri ir aptverti ar ACVN Regulas Nr. 510/2006 2. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē, tiek izmantoti tādi apzīmējumi, kas izraisa asociāciju ar reģionu, ar kuru saistīts šis nosaukums, var uzskatīt, ka šī izmantošana izraisa asociāciju minētās regulas 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē pat tad, ja šos apzīmējumus ražotājs, kurš ir iedibinājis attiecīgajā reģionā, izmanto produktiem, kas nav aptverti ar ACVN.

50 Ieskaītot sajaukšanu starp ACVN produktiem un produktiem bez ACVN, kuru, kā izriet no lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu, izraisījusi noteikta, IQC tīmekļa vietnē ievietota informācija. Šajā ziņā norādu, ka apstākļi, ka šāda informācija, ja tā ir maldinoša, ietilpst Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas jomā, neizslēdz iespēju ņemt to vērā kā netiešu norādi uz asociāciju izraisīšanu minētās tiesību normas b) apakšpunkta izpratnē.

51 Proti, produktiem, kas neatbilst ACVN specifikācijām aspektos, kuri nav saistīti ar to ģeogrāfisko izcelsmi.

52 Garantija, kas ir “saskaņā ar Regulu Nr. 510/2006 piešķirto tiesību būtiska funkcija”; šajā nozīmē skat. spriedumu, 2009. gada 8. septembris, *Budějovický Budvar* (C-478/07, EU:C:2009:521, 112. punkts).

53 Kas attiecas uz argumentu, uz kuru tiesas sēdē norādījusi atbildētāja pamatlietā un kurš pamatots ar tiesiskās noteiktības prasību saistībā ar apzīmējumu, kas reģistrēti kā preču zīmes pirms cilmes vietas nosaukuma reģistrācijas, izmantošanas tiesiskumu atbilstoši Regulai Nr. 510/2006, atgādinu, ka minētās regulas 14. panta 2. punktā ir paredzēts, ka tādu preču zīmi, [kuras lietojums] atbilst kādam no tās pašas regulas 13. pantā minētajiem gadījumiem un kura – vai nu pirms cilmes vietas nosaukuma, vai ģeogrāfiskās izcelsmes norādes aizsardzības dienas izcelsmes valstī – ir reģistrēta, var izmantot arī turpmāk, neskarot cilmes vietas nosaukuma vai ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reģistrāciju. Iesniedzējtiesai ir jāpārlicinās, vai pamatlietā ir iestājušies nosacījumi šīs tiesību normas piemērošanai.

Par trešo prejudiciālo jautājumu

45. Ar trešo prejudiciālo jautājumu iesniedzējtiesa jautā Tiesai, vai jēdziens “samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs patērētājs”, uz kuru valsts tiesai jāatsaucas, lai konstatētu, vai pastāv asociāciju izraisīšana Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, sakrīt ar Eiropas patērētāju vai tas var tikt ierobežots ar tās dalībvalsts patērētāju, kurā asociācijas raisošais produkts ir ražots un tiek galvenokārt patērēts.

46. Kā norādīts iepriekš un kā apgalvojušas visas ieinteresētās puses, kuras iesniedza savus apsvērumus Tiesai, atbildi uz šo jautājumu var secināt no 2016. gada 21. janvāra sprieduma *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35). Šajā spriedumā par Regulas Nr. 110/2008 16. panta b) punkta interpretāciju Tiesa precizēja, ka, ņemot vērā nepieciešamību garantēt ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu efektīvu un vienveidīgu aizsardzību visā Savienībā, “patērētāja” jēdziens, uz kura uztveri ir jāraugās, lai noteiktu, vai pastāv vai nepastāv asociāciju izraisīšana minētās tiesību normas izpratnē, attiecas uz “Eiropas patērētāju, nevis tikai uz tās dalībvalsts patērētāju, kurā produkts, kas izraisa asociācijas ar aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, ir ražots”⁵⁴. Tāda pati interpretācija, manuprāt, ir jāpieņem saistībā ar aizsardzību asociāciju izraisīšanas dēļ, kas paredzēta Regulā Nr. 510/2006.

47. Pamatlietas apstākļi tomēr atšķiras no apstākļiem, kādi bija lietā, kurā tika taisīts spriedums *Viiniverla*⁵⁵. Tikai vietējā Somijas patērētāja – kurš nosaukumā “Verlados” spēj atpazīt asociācijas raisošā produkta ražošanas vietu –, nevis Eiropas patērētāja ņemšana vērā tajā gadījumā būtu varējusi nozīmēt, ka tiek izslēgta asociāciju izraisīšanas esamība⁵⁶. Gluži pretēji, ja pamatlietā tiktu ņemta vērā tikai Spānijas patērētāja uztvere, iespējama asociāciju izraisīšana būtu vieglāka, savukārt pastāvētu tās izslēgšanas risks, ja vērā tiktu ņemta Eiropas patērētāja (izslēdzot Spānijas patērētāju) uztvere, jo saikne starp Lamančas reģionu un strīdīgo etiķešu grafiskajiem un vārdiskajiem apzīmējumiem šādam patērētājam katrā ziņā būtu vājāka.

48. Šā iemesla dēļ iesniedzējtiesa lūdz Tiesu paskaidrot, vai tādos apstākļos kā pamatlietā ir jāņem vērā Eiropas patērētājs vai tikai Spānijas patērētājs.

49. Ir acīmredzams, ka jēdzienam “Eiropas patērētājs” pēc rakstura piemīt robežas, jo runa tomēr ir par *factio juris*, kā mērķis ir novest līdz kopsaucējam ļoti daudzšķautņainu un neviendabīgu realitāti. Saistībā ar reģistrēto nosaukumu aizsardzību pret prettiesisku asociāciju izraisīšanu – kur nozīme tiek piešķirta patērētāja paredzamajai uztverei nolūkā konstatēt nevis sajaukšanas risku, bet vienkāršu ideju asociāciju – šis jēdziens, kā arī, vispārīgāk, “samērā informēta, uzmanīga un apdomīga vidusmēra patērētāja” jēdziens turklāt ir jāpieņem ļoti piesardzīgi.

50. Ņemot vērā iepriekš minēto, kā uzsvērusi Tiesa spriedumā *Viiniverla*⁵⁷, jēdziena “Eiropas patērētājs” izmantošana atbilst vajadzībai nodrošināt reģistrēto nosaukumu efektīvu un vienveidīgu aizsardzību visā Savienībā.

51. Šāda vajadzība prasa, lai arī attiecībā uz vietējam tirgum paredzētiem produktiem netiktu ņemti vērā apstākļi, kuri var *izslēgt* prettiesiskas asociāciju izraisīšanas esamību tikai vienas dalībvalsts patērētājiem, savukārt tā neprasa, lai *konstatēta* prettiesiska asociāciju izraisīšana ar atsauci uz tikai vienas dalībvalsts patērētājiem būtu nepietiekama Regulā Nr. 510/2006 paredzētās aizsardzības nodrošināšanai.

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

55 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris (C-75/15, EU:C:2016:35).

56 Lai gan pamatojoties uz asociāciju izraisīšanas jēdziena interpretāciju, kas ierobežota līdz konkrēto produktu sajaukšanas iespējai un patērētāja maldināšanai, ko Tiesa tomēr noraidīja; skat. spriedumus *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97 (EU:C:1999:115, 26. punkts); Komisija/Vācija (C-132/05, EU:C:2008:117, 45. punkts), un 2016. gada 21. janvāris, *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, 44. punkts).

57 Spriedums, 2016. gada 21. janvāris (C-75/15, EU:C:2016:35, 27. punkts).

52. Pamatojoties uz iepriekš minētajiem apsvērumiem, manuprāt, uz *Tribunal Supremo* (Augstākā Tiesa) uzdoto trešo prejudiciālo jautājumu ir jāatbild tādējādi, ka, lai noskaidrotu, vai notiek “asociāciju izraisīšana” ar kādu reģistrētu nosaukumu Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, valsts tiesai ir jāņem vērā samērā informēta, uzmanīga un apdomīga Eiropas patērētāja uztvere, jo ar šo pēdējo minēto jēdzienu ir jāsaprot patērētāji arī tajā dalībvalstī, kurā tiek ražoti asociāciju izraisītie produkti vai ar kuru ir ģeogrāfiski saistīts reģistrētais ģeogrāfiskais nosaukums.

Secinājumi

53. Pamatojoties uz iepriekš minēto apsvērumu kopumu, iesaku Tiesai uz *Tribunal Supremo* (Augstākā tiesa, Spānija) uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem atbildēt šādi:

Padomes Regulas Nr. 510/2006 (2006. gada 20. marts) par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību 13. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka asociāciju izraisīšana minētās tiesību normas izpratnē var veidoties arī, izmantojot grafiskus apzīmējumus un ja nav vizuālas, fonētiskas vai konceptuālas līdzības starp reģistrēto nosaukumu un konkrētā produkta tirdzniecības apzīmējumu, ar nosacījumu, ka patērētājs, saskaroties ar strīdīgajiem apzīmējumiem, tiek mudināts savā apziņā kā ar atsaucies attēlu tieši nodibināt saikni ar to ražojumu, kurš ir aizsargāts ar šo nosaukumu.

Ja saistībā ar produktiem, kas ir vienādi vai salīdzināmi ar tiem, kuri ir aptverti ar aizsargātu cilmes vietas nosaukumu Regulas Nr. 510/2006 2. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē, tiek izmantoti tādi apzīmējumi, kas izraisa asociāciju ar reģionu, ar kuru saistīts šis nosaukums, var uzskatīt, ka šī izmantošana izraisa asociāciju minētās regulas 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē pat tad, ja šos apzīmējumus ražotājs, kurš ir iedibinājis attiecīgajā reģionā, izmanto produktiem, kas nav aptverti ar aizsargāto cilmes vietas nosaukumu.

Lai noskaidrotu, vai notiek “asociāciju izraisīšana” ar reģistrētu nosaukumu Regulas Nr. 510/2006 13. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, valsts tiesai ir jāņem vērā samērā informēta, uzmanīga un apdomīga Eiropas patērētāja uztvere, jo ar šo pēdējo minēto jēdzienu ir jāsaprot patērētāji arī tajā dalībvalstī, kurā tiek ražoti asociāciju izraisītie produkti vai ar kuru ir ģeogrāfiski saistīts reģistrētais ģeogrāfiskais nosaukums.