BORIE MANOUX

FORSLAG TIL AFGØRELSE FRA GENERALADVOKAT L.A. GEELHOED

fremsat den 14. marts 2002 [1]

I — Indledning

1. Denne anmodning om en præjudiciel afgørelse vedrører i det væsentlige fortolkningen af Rådets forordning (EØF) nr. 2392/89 af 24. juli 1989 om fastsættelse af almindelige regler for betegnelse og præsentation af vin og druemost [2]. Den forelæggende ret ønsker oplyst, om artikel 40 i denne forordning, hvorefter betegnelsen for og præsentationen af bestemte produkter samt reklame for disse produkter under enhver form ikke må være fejlagtig eller kunne give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem de er rettet, er til hinder for registreringen af et varemærke, der indeholder en geografisk betegnelse, hvis anvendelse ikke er foreskrevet i artikel 11 i forordning nr. 2392/89.

2. Det drejer sig nærmere bestemt om at få oplyst, om en geografisk betegnelse i et varemærke, hvis anvendelse ikke er foreskrevet i national ret eller i en fællesskabsbestemmelse, kan indebære en risiko for forveksling for forbrugeren, da den kan føre til den antagelse, at den pågældende geografiske betegnelse er beskyttet.

II — Relevante retsregler

A — *Fællesskabsbestemmelser*

3. Forordning nr. 2392/89 kodificerer en række ændringer af Rådets forordning (EØF) nr. 355/79 af 5. februar 1979 om fastsættelse af almindelige regler for betegnelse og præsentation af vin og druemost [3]. Forordning nr. 2392/89 blev vedtaget på grundlag af Rådets forordning (EØF) nr. 822/87 af 16. marts 1987 om den fælles markedsordning for vin [4].

4. Forordning nr. 2392/89 fastsætter regler for betegnelse og præsentation af vin og

1 — Originalsprog: nederlandsk.
2 — EFT L 232, s. 13.
3 — EFT L 54, s. 99.
4 — EFT L 84, s. 1.

druemost. I henhold til tredje betragtning til denne forordning har disse regler til formål »at give så nøjagtige og præcise oplysninger som muligt for at lette den bedømmelse af produkterne, som foretages af eventuelle købere og de offentlige organer, der skal regulere og kontrollere handelen med disse produkter« [5]. I femte betragtning hedder det, at det for at undgå alt for afvigende fortolkninger er »hensigtsmæssigt at fastlægge ret fuldstændige betegnelsesregler; for at sikre reglernes effektivitet bør det endvidere som princip fastlægges, at de angivelser, der er fastsat i reglerne eller i gennemførelsesbestemmelserne til dem, er de eneste tilladte til betegnelse af vin og druemost«.

5. Forordningen sondrer mellem de obligatoriske angivelser, der er nødvendige til identifikation af produktet, og de valgfrie angivelser, der har til formål at præcisere dettes særlige kendetegn eller til at kvalitetsbestemme det.

6. I forordningen sondres desuden mellem bordvin og kvalitetsvin fra et bestemt dyrkningsområde (herefter »kvbd«). Kvbd er et begreb fra Rådets forordning (EØF) nr. 823/87 af 16. marts 1987 om fastlæggelse af særlige regler for kvalitetsvine fra bestemte dyrkningsområder [6].

7. Artikel 3 i forordning nr. 823/87 har følgende ordlyd:

»1. Ved et bestemt dyrkningsområde forstås ét eller flere vindyrkningsarealer, hvor der produceres vine med særlige kvalitetskendetegn, og hvis navn anvendes til betegnelse for de af områdets vine, som omfattes af definitionen i artikel 1 [7].

2. Hvert bestemt dyrkningsområde afgrænses nøjagtigt, så vidt muligt efter den enkelte parcel eller efter den enkelte vinmark. Ved denne afgrænsning, som foretages af den pågældende medlemsstat, skal der tages hensyn til de faktorer, der bidrager til kvaliteten af de i de pågældende områder producerede vine, og navnlig til jordbund, undergrund og klima samt til parcellernes eller vinmarkernes beliggenhed.«

8. Kapitel I, afdeling B — »Betegnelse for kvalitetsvine, fremstillet i bestemte dyrkningsområder« — i forordning nr. 2392/89 indeholder en afdeling B I vedrørende »Etikettering«. Artikel 11, stk. 1, nævner de (obligatoriske) angivelser, som etiketbetegnelsen skal omfatte, bl.a. navnet på det bestemte dyrkningsområde, hvorfra en vin

5 — Forordningen blev ophævet med virkning pr. 1.8.2000. De pågældende regler er nu indeholdt i Rådets forordning (EF) nr. 1493/1999 af 17.5.1999 om den fælles markedsordning for vin, EFT L 179, s. 1. Reglerne for betegnelse og præsentation af vin findes nu i bilag VII til denne forordning.

6 — EFT L 84, s. 59. Forordning nr. 2392/89 gennemfører nævnte forordning.

7 — Der er her tale om kvbd.

hidrører [litra a)] og en af de benævnelser, der er omhandlet i artikel 15, stk. 7, første afsnit, andet led, i forordning (EØF) nr. 823/87 [8] [litra b)].

9. Artikel 11, stk. 2, præciserer, på hvilken måde de obligatoriske angivelser i stk. 1 kan suppleres for kvbd. Jeg nævner fra listen i artikel 11, stk. 2:

»[...]

c) et mærke i henhold til betingelserne i artikel 40

[...]

i) supplerende sædvanlige benævnelser, for så vidt som de anvendes på de betingelser, der er fastsat i den producerende medlemsstats lovgivning, og er opført på en fortegnelse, der skal udarbejdes

j) fællesskabsbenævnelsen »kvalitetsvin fra et bestemt dyrkningsområde« eller »kvbd«, for så vidt som den ikke er angivet i medfør af stk. 1, litra b), eller en særlig sædvanlig benævnelse, for så vidt som den ikke er angivet i medfør af stk. 1, litra b)«.

10. I henhold til artikel 12, stk. 1, kan alene de i artikel 11 nævnte angivelser anvendes som etiketbetegnelse for en kvbd. Medlemsstaterne kan dog give tilladelse til, at »der sammen med navnet på det bestemte dyrkningsområde, som omhandles i artikel 11, stk. 1, litra a), anføres navnet på en større geografisk enhed, som det bestemte dyrkningsområde er en del af, med henblik på nærmere at angive dettes beliggenhed under forudsætning af, at betingelserne for anvendelse af navnet på ovennævnte bestemte dyrkningsområde og anvendelse af navnet på den omhandlede geografiske enhed overholdes«.

11. I afsnit III, »Almindelige bestemmelser«, angives i artikel 40, stk. 1, at betegnelsen for og præsentationen af de i denne forordning nævnte produkter samt reklame for disse produkter under enhver form ikke må være fejlagtig eller kunne give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem de er rettet, navnlig for så vidt angår angivelserne i henhold til artikel 11 og produkternes egenskaber, navnlig art, oprindelse eller herkomst. Det geografiske

8 — Dette stykke har følgende ordlyd: »En kvbd bringes i omsætning med det bestemte dyrkningsområdes benævnelse, som producentmedlemsstaten har tildelt den.«

navn, der betegner et bestemt dyrkningsområde, skal være tilstrækkeligt nøjagtigt, og det skal være almindeligt kendt, at det er knyttet til produktionsområdet, således at det under hensyn til eksisterende forhold kan undgås, at der opstår mulighed for forveksling [9].

12. Artikel 40, stk. 2, vedrører mærker og fastsætter følgende:

»2. Når betegnelse, præsentation og reklame vedrørende de i denne forordning nævnte produkter suppleres med mærker, må disse mærker ikke indeholde ord, dele af ord, symboler eller illustrationer,

a) der er af en sådan art, at de kan give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem de er rettet, jf. stk. 1, eller

b) der

— af de personer, som de tager sigte på, kan forveksles med hele eller dele af betegnelsen for en bordvin, en kvbd eller en importeret vin, hvis betegnelse er omfattet af fællesskabsbestemmelser, eller med betegnelsen for et andet produkt omhandlet i artikel 1, stk. 1, første afsnit, og i artikel 36, stk. 1, første afsnit, eller

— er identiske med betegnelsen for et sådant produkt, uden at en sådan betegnelse eller præsentation er tilladt for de produkter, der er anvendt til fremstilling af de endelige produkter, der er nævnt ovenfor.

Desuden må der ikke på etiketten for en bordvin, en kvbd eller en indført vin anvendes mærker, hvori der forekommer ord, dele af ord, symboler eller illustrationer, som

[...]

9 — Dette punktum blev indføjet ved Rådets forordning (EØF) nr. 3897/91 af 16.12.1991 om tredje ændring af forordning (EØF) nr. 2392/89 om fastsættelse af almindelige regler for betegnelse og præsentation af vin og druemost, EFT L 368, s. 5.

b) [...] indeholder forkerte angivelser, særlig med hensyn til geografisk oprindelse, vinstoksort, høstår eller benævnelse vedrørende en højere kvalitet.«

13. Domstolen har i fire domme nærmere konkretiseret de almindelige bestemmelser for betegnelse og præsentation af vin. Disse domme er:

— Weigand-dommen af 25. februar 1981 [10]

— Langguth-dommen af 29. juni 1995 [11]

— Voisine-dommen af 5. juli 1995 [12]

— Sektkellerei Kessler-dommen af 28. januar 1999 [13].

B — *Nationale bestemmelser*

14. I henhold til artikel L. 711-3 i den franske code de la propriété intellectuelle må et tegn, hvis anvendelse er forbudt, eller som kan vildlede offentligheden bl.a. vedrørende produktets beskaffenhed, kvalitet eller geografiske herkomst, ikke anvendes som varemærke eller som bestanddel af et varemærke.

III — Sagens faktiske omstændigheder og retsforhandlinger

15. Selskabet Borie Manoux (herefter »sagsøger«) sælger vin fra regionen Bergerac. Den 6. januar 1997 indgav selskabet en ansøgning til Institut national de la propriété industrielle (herefter »INPI«) om registrering af varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« til betegnelse af vine fra bestemte dyrkningsområder i regionen Aquitaine. Den 8. juli 1997 afslog generaldirektøren for INPI ansøgningen på grundlag af dels artikel 11 og 40 i forordning nr. 2392/89, dels artikel L. 711-3 i code de la propriété intellectuelle.

16. Sagsøgeren ankede INPI's afgørelse til Cour d'appel de Bordeaux. Ved dom af 26. oktober 1998 stadfæstede denne afgø-

10 — Sag 56/80, Sml. 1981, s. 583.
11 — Sag C-456/93, Sml. I 1995, s. 1737.
12 — Sag C-46/94, Sml. I 1995, s. 1859.
13 — Sag C-303/97, Sml. I 1999, s. 513.

relsen. Cour d'appel fandt, at der for kvbd fra dette område kun må tilføjes angivelse af navnet på en mindre geografisk enhed, der er afgrænset positivt i henhold til en national bestemmelse. Angivelsen »Aquitaine« i varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« er derfor retsstridig, idet denne ikke udgør en geografisk henvisning, hvis anvendelse er foreskrevet i national ret eller i en fællesskabsbestemmelse.

17. Efterfølgende har sagsøgeren iværksat appel af Cour d'appels dom ved Cour de cassation. Ifølge sagsøgeren har Cour d'appel tilsidesat artikel 11 og 40 i forordning nr. 2392/89, eftersom retten har lagt til grund, at angivelsen »Aquitaine« er retsstridig, uden at undersøge eller præcisere, hvorledes denne angivelse i varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« er af en sådan beskaffenhed, at den kunne være vildledende for så vidt angår produktets oprindelse, kvalitet eller beskaffenhed, eller indebære en risiko for forveksling med en national eller en fællesskabsretlig betegnelse.

18. Sagsøgeren har i appellen gjort gældende, at det følger af artikel 40 i forordning nr. 2392/89, at registreringen af et geografisk navn som mærke for vin og druemost er mulig, så længe det ikke er omfattet af en af forordningens forbudsbestemmelser. Formålet med forbudsbestemmelserne er at undgå dels vildledning med hensyn til produktets oprindelse, kvalitet eller beskaffenhed, dels forveksling med en betegnelse, der er omfattet af fællesskabsbestemmelser. Varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« kan derfor ikke ifølge sagsøgeren betragtes som vildledende og heller ikke indebære en risiko for forveksling.

19. Efter den forelæggende rets opfattelse er fortolkningen af artikel 40 under hensyntagen til Domstolens dom i Weigandsagen[14] af betydning for afgørelsen af den foreliggende sag. Derfor har Cour de cassation ved dom indgået til Domstolens Justitskontor den 16. februar 2001 forelagt Domstolen følgende præjudicielle spørgsmål:

»[Skal] artikel 40 i forordning (EØF) nr. 2392/89 [...] fortolkes således, at det er forbudt at registrere en geografisk angivelse som varemærke for de i forordningen omhandlede produkter, hvis anvendelse ikke er foreskrevet i forordningens artikel 11, selv når registreringen af et sådant varemærke ikke kan vildlede forbrugeren med hensyn til vinens herkomst og ikke giver anledning til forveksling med en registreret geografisk betegnelse, for så vidt som en sådan registrering kunne føre

14 — Nævnt i fodnote 10. I denne sag fastslog Domstolen i forbindelse med tilsvarende bestemmelser i artikel 8, 18 og 43 i forordning nr. 355/79, at ordene »angivelser, som vil kunne skabe forveksling«, »forveksling« og »fejlagtigt indtryk« skal fortolkes således, at de ikke blot omfatter betegnelser, der kan forveksles med angivelser om et bestemt sted (»Lage«), men i det hele taget betegnelser, der kan fremkalde den forestilling hos publikum, at der er tale om et navn eller en del af et navn på et i virkeligheden ikke-eksisterende vindyrkningssted eller om betegnelsen på et i virkeligheden ikke-eksisterende sted.

til den antagelse, at den pågældende geografiske angivelse, som vedrører det område, hvor vinen faktisk er fremstillet, men som også omfatter andre oprindelsesbetegnelser, er beskyttet[?]«

20. Skriftlige indlæg er indgivet af den franske regering og Kommissionen. Der har ikke fundet en mundtlig forhandling sted.

IV — Stillingtagen

21. Denne sag vedrører fortolkningen af forordning nr. 2392/89. I henhold til tredje betragtning har denne forordning til formål at give så nøjagtige og præcise oplysninger om den vin, der markedsføres i Fællesskabet, at forbrugerne og de offentlige organ, der skal regulere og kontrollere handelen med vin, beskyttes mod risikoen for forveksling eller vildledning for så vidt angår det pågældende produkts væsentlige egenskaber.

22. De bestemmelser, der er relevante i den foreliggende sag, er artikel 11, stk. 1 og 2, artikel 12, stk. 1, og artikel 40, stk. 1 og 2, i forordning nr. 2392/89. Artikel 11. stk. 1 fastsætter, hvilke obligatoriske angivelser etiketbetegnelsen skal omfatte for kvbd. Bl.a. skal navnet på det bestemte dyrkningsområde, hvorfra en vin hidrører, angives. I henhold til artikel 11, stk. 2, kan der i etiketbetegnelsen tilføjes visse angivelser, f.eks. et mærke i henhold til betingelserne i artikel 40. Sidstnævnte artikel forbyder bl.a. anvendelse af ord i mærker, der kan give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem de er rettet. Artikel 40, stk. 2, litra b), vedrører specifikt de dele af mærker, der kan forveksles med hele eller dele af betegnelsen for vin. Artikel 12, stk. 1, fastsætter, at det, bortset fra en række undtagelser, for kvbd kun er de i artikel 11 nævnte angivelser, der lovligt må findes på etiketten. Ifølge en af disse undtagelser kan medlemsstaterne give tilladelse til, at der sammen med navnet på det bestemte dyrkningsområde, hvorfra en kvbd hidrører, anføres navnet på en større geografisk enhed, som det bestemte dyrkningsområde er en del af, med henblik på nærmere at angive dettes beliggenhed.

23. Efter den forelæggende rets opfattelse vedrører hovedsagen fortolkningen af forbuddet i artikel 40 i forordning nr. 2392/89. Spørgsmålet er, om denne artikel er til hinder for registreringen af varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« for vin fra regionen Bergeracois, da anvendelsen af den geografiske betegnelse »Aquitaine« ikke er

foreskrevet i artikel 11 i forordning nr. 2392/89[15]. Den forelæggende ret ønsker nærmere bestemt oplyst, om en geografisk betegnelse i et mærke, hvis anvendelse ikke er foreskrevet i national ret eller i en fællesskabsbestemmelse, kan indebære en risiko for forveksling for forbrugeren, da den kan føre til den antagelse, at den pågældende geografiske betegnelse er beskyttet og dermed omfattet af forbuddet i artikel 40.

24. Inden det kan vurderes, om den geografiske betegnelse »Aquitaine« i varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« kan føre til den antagelse, at der er tale om et beskyttet mærke, skal det først afklares, om en sådan angivelse overhovedet er tilladt. I denne henseende henvises til kapitel 1, afdeling B, i forordning nr. 2392/89, hvori bestemmelserne om betegnelse og præsentation af vin er fastsat.

25. Det første spørgsmål, der rejser sig, er, om denne forordning er til hinder for anvendelsen af en geografisk angivelse på etiketten, som er en anden end det i artikel 11, stk. 1, nævnte område. Som det fremgår nedenfor, indeholder forordningen i artikel 11, stk. 2, litra l), en bestemmelse om navnet på en mindre geografisk enhed og i artikel 12, stk. 1, en bestemmelse om navnet på en større geografisk enhed. Det følger af disse bestemmelser, at anvendelsen af en geografisk angivelse er tilladt på visse betingelser. Der rejser sig dernæst det spørgsmål, om det for svaret på det første spørgsmål gør en forskel, at en geografisk angivelse er en del af et mærke. I henhold til artikel 11, stk. 2, litra c), i forordning nr. 2392/89 kan der for kvbd-etiketbetegnelsen tilføjes et mærke i henhold til betingelserne i artikel 40. Sidstnævnte artikel forbyder ikke uden videre en geografisk angivelse i et mærke, såfremt denne ikke kan give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem det er rettet. I denne sag gælder, at først når det er fastslået, at angivelsen »Aquitaine« er en tilladt geografisk betegnelse i et mærke, rejser der sig det spørgsmål, om denne betegnelse kan give anledning til forveksling med hensyn til beskyttelsen af det pågældende mærke.

26. Jeg vil begynde med at undersøge de relevante bestemmelser i forordning nr. 2392/89, dvs. artikel 11, 12 og 40. Desuden vil jeg behandle Domstolens praksis i forbindelse med denne forordning og lignende bestemmelser. Dette gør jeg med følgende forhold for øje:

— den udtømmende karakter af forordning nr. 2392/89

— bestemmelserne om mærker

15 — Ifølge den franske regerings indlæg er oprindelsesbetegnelserne »Bergerac«, »Bergerac sec« og »Côtes de Bergerac« foreskrevet i fransk ret ved dekret af 3.9.1993, JORF nr. 205 af 4.9.1993.

— bestemmelserne om geografiske angivelser

— betydningen af begrebet »forbruger«

— betydningen af begreberne »forveksling« og »vildledning«.

I punkt 52 ff. vil jeg behandle indlæggene fra den franske regering og Kommissionen. Disse indlæg vedrører hovedsagelig artikel 40 og begreberne »forveksling« og »vildledning«.

Den udtømmende karakter af forordning nr. 2392/89

27. Det forhold, at forordning nr. 2392/89 har til formål at være udtømmende, fremgår af femte betragtning, hvori det hedder, at det for at undgå alt for afvigende fortolkninger er »hensigtsmæssigt at fastlægge ret fuldstændige betegnelsesregler; for at sikre reglernes effektivitet bør det endvidere som princip fastlægges, at de angivelser, der er fastsat i reglerne eller i gennemførelsesbestemmelserne til dem, er de eneste tilladte til betegnelse af vin og druemost«.

28. Den udtømmende karakter af artikel 11 og 12 i forordning nr. 2392/89 blev udtrykkeligt fastslået i Voisine-dommen [16]. I denne doms præmis 22 fastslog Domstolen, at de nævnte bestemmelser viser fællesskabslovgivers ønske om at indføre en detaljeret og udtømmende regulering af betegnelse og præsentation af vin. Artikel 11 og 12 fastlægger ifølge Domstolen de eneste angivelser, der er tilladt ved betegnelsen af en kvbd på etiketten.

29. Hvad betyder den udtømmende karakter af forordning nr. 2392/89 for den foreliggende sag? Jeg fastslår indledningsvis, at anvendelsen af den geografiske betegnelse »Aquitaine« ikke er foreskrevet i forordning nr. 2392/89 eller i en af gennemførelsesforordningerne. Anvendelsen af denne betegnelse i etiketteringen foruden angivelsen »Bergeracois« er heller ikke foreskrevet i fransk ret, som det fremgår af den franske regerings indlæg. Oprindelsesbetegnelsen »Bergerac« er ganske vist beskyttet i henhold til forordningen. På baggrund af, at den omtvistede geografiske betegnelse hverken er foreskrevet i national ret eller i en fællesskabsbestemmelse, udelukker jeg ikke, at den geografiske betegnelse »Aquitaine« ikke er tilladt. Af ovenstående følger nemlig, at

16 — Nævnt i fodnote 12.

enhver betegnelse i etiketteringen for kvbd skal have et udtrykkeligt grundlag i forordning nr. 2392/89. Derfor skal der til den i den foreliggende sag anvendte geografiske betegnelse findes et sådant grundlag i forordningen.

Bestemmelserne om mærker

30. Først vil jeg citere artikel 11, stk. 2, litra c), hvorefter etiketbetegnelsen for kvbd kan tilføjes et mærke i henhold til betingelserne i artikel 40. I henhold til sidstnævnte artikel må betegnelsen for og præsentationen af vin ikke være fejlagtig eller kunne give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem de er rettet. I henhold til artikel 40, stk. 2, litra a), må mærker ikke indeholde ord, dele af ord, symboler eller illustrationer, der er af en sådan art, at de kan give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem de er rettet. Artikel 40, stk. 2, litra b), vedrører specifikt de dele af mærker, der kan forveksles med hele eller dele af betegnelsen for vin.

31. I Sektkellerei Kessler-dommen [17] fastslog Domstolen, at fællesskabslovgiver ved at tillade, at et varemærke benyttes til at supplere betegnelsen og præsentationen vedrørende vine, har ønsket at foretage en afvejning af interesserne mellem, på den ene side, hensynet til beskyttelsen af forbrugerne og navnlig retten til ikke at blive vildledt vedrørende et produkts væsentlige egenskaber, og, på den anden side, hensynet til beskyttelsen af de intellektuelle ejendomsrettigheder og navnlig indehavernes berettigede interesse i at anvende et varemærke og udnytte dette i handelsmæssigt øjemed. Domstolen har hermed gengivet formålet med bestemmelserne.

32. Der foreligger kun begrænset retspraksis i forbindelse med begrebet »mærke« som omhandlet i artikel 11 og 40. De sager, som er blevet forelagt Domstolen med hensyn til artikel 40, vedrører generelt fortolkningen af begreberne »forveksling« og »vildledning«. Jeg vender nedenfor udførligt tilbage til betydningen af disse begreber. Specielt med hensyn til et ordmærke fastslog Domstolen i Langguth-dommen [18], at artikel 40 ikke indeholder nogen begrænsning med hensyn til bogstavernes typografi og et mærkes størrelse i forhold til angivelsen på etiketten af navnet på det bestemte område eller på den geografiske enhed, der er mindre end det bestemte område. Det følger heraf, at Domstolen har åbnet mulighed for, at der anvendes et mærke som tilføjelse til betegnelsen og vinetiketten.

33. Det fremgår heller ikke, at artikel 11 i sig selv er til hinder for, at en geografisk

17 — Nævnt i fodnote 13.

18 — Nævnt i fodnote 11.

betegnelse anvendes i et mærke. Artikel 11 kan derfor udgøre det grundlag, som kræves efter forordning nr. 2392/89. Det spørgsmål, som derpå rejser sig, er, om artikel 12, som foreskriver anvendelsen af geografiske angivelser, er til hinder herfor.

Bestemmelserne om geografiske angivelser

34. Artikel 11, stk. 1, litra a), i forordning nr. 2392/89 foreskriver primært, at etiketbetegnelsen for kvbd skal omfatte angivelse af navnet på det bestemte dyrkningsområde, hvorfra en vin hidrører. I henhold til artikel 11, stk. 2, litra l), kan etiketbetegnelsen for kvbd tilføjes navnet på en geografisk enhed, der er mindre end det bestemte dyrkningsområde, i henhold til betingelserne i forordningens artikel 13 [19]. I henhold til artikel 12, stk. 1, kan medlemsstaterne give tilladelse til, at der sammen med navnet på det bestemte dyrkningsområde, hvorfra den pågældende kvbd hidrører, anføres navnet på en større geografisk enhed, som det bestemte dyrkningsområde er en del af, med henblik på nærmere at angive dettes beliggenhed.

35. Artikel 12, stk. 1, i forordning nr. 2392/89 synes ved første blik at frembyde en løsningsmulighed, for så vidt som der foruden oprindelsesbetegnelsen kan anføres navnet på en større geografisk enhed i etiketteringen, hvis dette er fastsat i national ret. Det er ubestridt, at den geografiske betegnelse »Aquitaine« i varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« udgør en større geografisk enhed. Frankrig har imidlertid ikke tilladt anvendelsen af denne angivelse i en bestemmelse i national ret. Artikel 12 kan i den foreliggende sag derfor ikke i sig selv udgøre et grundlag for angivelsen af den geografiske betegnelse »Aquitaine«. På den anden side kan det ikke udledes af ordlyden af artikel 12, at denne er til hinder for angivelsen af en geografisk betegnelse på en etiket, hvis den udgør en del af et mærke. På baggrund af forordningens systematik er dette heller ikke indlysende. Artikel 12 fastsætter nemlig, at det, bortset fra en række undtagelser, for kvbd kun er de i artikel 11 nævnte angivelser, der lovligt må findes på etiketten. Efter sin ordlyd indeholder artiklen ingen begrænsning af, hvad der er tilladt i henhold til artikel 11. Derfor kan en geografisk angivelse anvendes i et mærke, såfremt angivelsen ikke kan give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem det er rettet. Anvendelsen af et mærke er derfor kun begrænset på grundlag af artikel 40 og varemærkelovgivningen.

36. På dette stadium vil jeg gerne kort behandle de af sagsøgeren i hovedsagen fremførte påstande om, at varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« er retsstridigt. Cour d'appel har med urette anset angivelsen »Aquitaine« for retsstridig uden at undersøge eller præcisere, hvorledes denne angivelse er af en sådan beskaffenhed, at den kan være vildledende for så vidt angår

19 — Artikel 13 fastsætter, hvad der forstås ved »navnet på en geografisk enhed, der er mindre end det bestemte dyrkningsområde«.

produktets oprindelse, kvalitet eller beskaffenhed, eller indebære en risiko forveksling med en national eller en fællesskabsretlig betegnelse. Ifølge forelæggelsesdommen har Cour d'appel fundet, at der for kvbd fra dette produktionsområde kun må tilføjes angivelse af navnet på en mindre geografisk enhed, der er afgrænset positivt i henhold til en national bestemmelse. Dette er på baggrund af ordlyden i artikel 12 efter min opfattelse ikke korrekt.

37. Det følger af ovenstående, at forordning nr. 2392/89 principielt ikke forbyder en geografisk betegnelse i et mærke. Dog skal den betingelse være opfyldt, at det pågældende mærke ikke kan give anledning til forveksling eller vildlede forbrugeren.

38. Jeg vender mig nu til det centrale spørgsmål: Kan den geografiske betegnelse »Aquitaine« i varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« give anledning til forveksling eller vildlede forbrugeren? Med henblik herpå vil jeg nedenfor behandle afgrænsningen af begrebet »forbruger«, som forordningen har til formål at beskytte, samt begreberne »forveksling« og »vildledning«.

Betydningen af begrebet »forbruger«

39. Artikel 40 vedrører forveksling eller vildledning af forbrugeren. Det fremgår af Mars-dommen, at der ved »forbruger« forstås en »almindeligt oplyst«[20] gennemsnitsforbruger. Ifølge Domstolens faste praksis skal der ved afgørelsen af, om en betegnelse, et varemærke eller en oplysning i reklamer, kan vildlede en køber, tages udgangspunkt i den formodede forventning hos en almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger[21]. Dette kriterium udspringer ifølge Estée Lauder-dommen af proportionalitetsprincippet[22].

40. Ved vurderingen af spørgsmålet, om en betegnelse eller et varemærke kan vildlede forbrugeren, skal det ligeledes tages i betragtning, at en betegnelse eller et varemærke, som ikke er vildledende i én medlemsstat, udmærket kan være vildledende i en anden medlemsstat som følge af sproglige, kulturelle og sociale forskelle i medlemsstaterne. I den henseende fastslog Domstolen i Graffione-dommen[23], at en anerkendelse af et forbud mod markedsføring, der begrundes med et varemærkes vildledende karakter, ikke principielt kan være udelukket, fordi det samme mærke ikke i andre medlemsstater anses for at have en sådan karakter.

20 — Dom af 6.7.1995, sag C-470/93, Sml. I, s. 1923.

21 — Jf. bl.a. dom af 16.7.1998, sag C-210/96, Gut Springenheide og Tusky, Sml. I, s. 4657, præmis 31, af 13.1.2000, sag C-220/98, Estée Lauder, Sml. I, s. 117, præmis 27, og af 21.6.2001, sag C-30/99, Kommissionen mod Irland, Sml. I, s. 4619.

22 — Nævnt i fodnote 21.

23 — Dom af 26.11.1996, sag C-313/94, Sml. I, s. 6039.

41. Samtidig har Domstolen med hensyn til lignende bestemmelser, som har til formål at hindre enhver form for vildledning af forbrugeren, fastslået, at det tilkommer den nationale ret under hensyntagen til alle relevante omstændigheder at undersøge, om en betegnelse eller et varemærke kan være vildledende [24]. Hvis den nationale ret ved denne vurdering støder på særlige vanskeligheder, kan den i mangel af fællesskabsbestemmelser på området undersøge, om det på de i dens nationale retsregler fastsatte betingelser er hensigtsmæssigt at benytte en opinionsundersøgelse eller en sagkyndig undersøgelse. På grundlag af sådanne undersøgelser kan den nationale ret afgøre, hvilken procentdel af forbrugerne der skal være vildledt af en oplysning, for at denne findes tilstrækkelig betydningsfuld til i givet fald at berettige et forbud.

42. Sammenfattende skal den nationale ret ved afgørelsen af, om en betegnelse eller et varemærke er vildledende, tage udgangspunkt i den formodede forventning hos en almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger. Ved anvendelsen af dette kriterium i den konkrete sag skal der tages højde for de sproglige, kulturelle og sociale forskelle i medlemsstaterne, som kan medføre, at et varemærke, som ikke er vildledende for forbrugeren i én medlemsstat, udmærket kan være det i en anden medlemsstat. I tilfælde, hvor det er særligt vanskeligt at vurdere, om en betegnelse eller et mærke er vildledende, er fællesskabsretten ikke til hinder for, at den nationale ret på de i dens nationale retsregler fastsatte betingelser kan benytte opinionsundersøgelser eller sagkyndige undersøgelser som vejledning for sin afgørelse.

Betydningen af begreberne »forveksling« og »vildledning«

43. I artikel 40 er begreberne »forveksling« og »vildledning« af central betydning. I stk. 2 præciseres, hvad »forveksling« eller »vildledning« kan omfatte i forbindelse med et mærke. Stk. 2 vedrører imidlertid ikke anvendelsen af en geografisk angivelse i et mærke. Derfor skal der tages udgangspunkt i Domstolens praksis i forbindelse med begreberne »forveksling« og »vildledning«. Domstolen har i en række domme fortolket disse begreber med hensyn til artikel 40 og andre artikler, hvori de forekommer. I punkt 13 i dette forslag til afgørelse har jeg anført disse domme, og jeg vil i det følgende komme nærmere ind på de betragtninger, der er af betydning for den foreliggende sag.

44. For at bestemme rækkevidden af artikel 40 er det indledningsvis nødvendigt at fastslå betydningen af ordene »kan give anledning til forveksling eller vildlede« i den forstand, hvori de anvendes i artikel 40. I Weigand-dommen [25] har Domstolen allerede fortolket disse begreber i forbindelse med artikel 8, 18 og 43 i forordning nr. 355/79, hvis ordlyd stort set stemmer

24 — Gut Springenheide- og Tusky-dommen, nævnt i fodnote 21.

25 — Nævnt i fodnote 10.

overens med artikel 40. I denne sag skulle Domstolen afgøre, om der var tale om forveksling i nævnte forordnings forstand, da en vinhandler på etiketten til to vine og i reklamen for disse anvendte angivelser, som gav indtryk af, at de hidrørte fra tyske vindyrkningsområder og -steder, som imidlertid ikke eksisterede i virkeligheden. Domstolen fandt, at begrebet forveksling ikke kun omfatter forveksling i snæver forstand, men også brugen af enhver form for vildledende oplysninger. Begreberne »forveksling« og »vildledning« skal ifølge Domstolen tillægges samme betydning, da de pågældende bestemmelser har samme formål, nemlig »i handelen med vin at fjerne enhver form for praksis, der kan skabe forveksling«. Det betyder, at også begreberne »forveksling« og »vildledning« i den forstand, hvori de anvendes i artikel 40, må tillægges samme betydning.

45. I Sektkellerei Kessler-sagen[26] var spørgsmålet, om det forhold, at artikel 13, stk. 1, og 2, litra a), i forordning nr. 2333/92[27] indeholder vendingen »kan give anledning til forvekslinger« og »vildlede«, mens det i denne artikels stk. 2, litra b), kun er spørgsmålet, om de pågældende betegnelser »kan forveksles« kunne tyde på, at det i førstnævnte tilfælde skal godtgøres, at personer rent faktisk kan vildledes, mens det i forbindelse med stk. 2, litra b), er tilstrækkeligt at fastslå, at betegnelserne som sådanne »kan forveksles«.

46. Domstolen fandt, at det, for at det i artikel 13, stk. 2, litra b), i forordning nr. 2333/92 indeholdte forbud kan anvendes, ikke er tilstrækkeligt, at et mærke, som indeholder et ord, der indgår i betegnelsen for et af de produkter, som er nævnt i denne bestemmelse, i sig selv kan forveksles med den anførte betegnelse. Det skal desuden godtgøres, at anvendelsen af mærket faktisk kan vildlede de pågældende forbrugere og dermed påvirke deres økonomiske adfærd.

47. Som jeg har anført i punkt 31, fastslog Domstolen i Sektkellerei Kessler-dommen, at fællesskabslovgiver ved at tillade, at et varemærke benyttes til at supplere betegnelsen, præsentationen eller reklamen vedrørende mousserende vine, har ønsket at foretage en afvejning af interesserne mellem, på den ene side, hensynet til beskyttelsen af forbrugerne og navnlig retten til ikke at blive vildledt vedrørende et produkts væsentlige egenskaber, og, på den anden side, hensynet til beskyttelsen af de intellektuelle ejendomsrettigheder. Efter Domstolens opfattelse ville det forstyrre denne afvejning alvorligt, hvis den blotte

26 — Nævnt i fodnote 13.

27 — Rådets forordning (EØF) nr. 2333/92 af 13.7.1992 om fastsættelse af almindelige regler for betegnelse og præsentation af mousserende vine og mousserende vine tilsat kulsyre, EFT L 231, s. 9.

risiko for en forveksling uden hensyn til de pågældende forbrugeres opfattelse eller vaner var tilstrækkelig til at forhindre anvendelsen af en betegnelse, der er beskyttet som varemærke. Derfor skal det påvises, at brugen af varemærket rent faktisk kan vildlede forbrugeren.

48. Det fremgår ligeledes af Langguth-dommen [28], at artikel 40 frem for alt har til formål at hindre en falsk anvendelse af mærker. Efter Domstolens opfattelse kan et mærke, som ikke i sig selv er egnet til på nogen måde at vildlede forbrugeren, give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem det er rettet, fordi det præsenteres på iøjnefaldende måde, selv om det indeholder et ord, som i de pågældende bestemmelser er anført som en angivelse, der kan anvendes i betegnelsen for en kvbd.

49. Jeg bemærker, at Domstolen i Sabel-dommen [29] har fortolket begrebet »risiko for, at der er en forbindelse«, som har til formål at præcisere rækkevidden af begrebet »risiko for forveksling«. En »risiko for, at der er en forbindelse«, betyder ifølge denne dom, at der i offentlighedens bevidsthed er risiko for forveksling, herunder at der er en forbindelse med det ældre varemærke, fordi de to varemærker er identiske med eller ligner hinanden, og varerne eller tjenesteydelserne er af samme eller lignende art. Af denne doms præmis 22 og 23 fremgår det, at der skal »foretages en helhedsvurdering af risikoen for forveksling under hensyntagen til alle de relevante faktorer i det foreliggende tilfælde. Denne helhedsvurdering skal, for så vidt angår de pågældende varemærkers visuelle, lydlige eller begrebsmæssige lighed, være baseret på helhedsindtrykket af varemærkerne, idet der bl.a. skal tages hensyn til de bestanddele, der har særpræg eller dominans«.

50. For fuldstændighedens skyld nævner jeg også Voisine-dommen [30], som drejede sig om, hvorvidt dekorationer på vinflasker, som var uden relation til selve vinen, var omfattet af definitionen af begrebet etikettering i artikel 38 i forordning nr. 2392/89. På grundlag af en fransk lov om svig og forfalskninger ved udbud af varer eller tjenesteydelser blev det anset for vildledende, at der i visse byer blev markedsført flasker med fotografier af de byer, hvor flaskerne blev solgt, med en kort tekst vedrørende den pågældende bys historie. Sådanne etiketter kunne vildlede køberne med hensyn til vinens herkomst. Domstolen bemærkede, at bestemmelserne om etikettering af vin har til formål at fjerne enhver form for praksis, der kan virke vildledende i handelen med vin, hvad enten en sådan praksis giver anledning til, at de handlende eller forbrugerne forveksler varen med eksisterende produkter, eller giver dem det fejlagtige indtryk, at den har en oprindelse eller nogle egenskaber, som den i virkeligheden ikke har.

28 — Nævnt i fodnote 11.

29 — Dom af 11.11.1997, sag C-251/95, Sml. I, s. 6191.

30 — Nævnt i fodnote 12.

51. Jeg sammenfatter denne retspraksis vedrørende begreberne »forveksling« og »vildledning« på følgende måde. Det er af afgørende betydning, at anvendelsen af mærket rent faktisk kan vildlede de pågældende forbrugere og følgelig påvirke deres økonomiske adfærd. I den henseende skal der være tale om en konkret risiko. Begrebet »forveksling« i artikel 40 er i sig selv absolut et vidt begreb. Det omfatter foruden forveksling i snæver forstand også anvendelsen af svigagtige angivelser, der i offentligheden kan føre til den fejlagtige antagelse, at der er tale om en bestemt herkomst eller bestemte egenskaber, som ikke foreligger i virkeligheden. Endvidere omfatter det også risikoen for, at der er en forbindelse. Da formålet med artikel 40 er at fjerne enhver form for praksis, der kan virke vildledende i handelen med vin, er forsæt ikke en betingelse.

Indlæg fra den franske regering og Kommissionen

52. I den foreliggende sag har den franske regering henvist til, at Domstolen i Weigand-dommen [31] har opfattet forbuddet mod at anvende angivelser, som muligvis kan give anledning til forveksling, abstrakt, dvs. at det ikke er nødvendigt at godtgøre, at der faktisk er tale om forveksling, men at en abstrakt risiko for forveksling er tilstrækkelig. I senere domme har Domstolen nuanceret dette standpunkt og krævet, at der skal være tale om en faktisk risiko for forveksling eller vildledning. Den har således fastslået i Langguth-dommen [32], at for at et mærke kan antages at give anledning til forveksling eller vildlede de personer, til hvem det er rettet, skal det godtgøres, at der i betragtning af de pågældende forbrugeres opfattelse og vaner består en reel risiko for, at deres økonomiske adfærd påvirkes deraf.

53. Den franske regering har under henvisning til navnlig Weigand-dommen og Langguth-dommen anført, at registrering af en geografisk betegnelse i et mærke, hvis anvendelse ikke er foreskrevet i artikel 11, er forbudt i henhold til artikel 40 på grund af risikoen for, at det kan give anledning til forveksling af et sådant mærke med et eksisterende mærke eller vildlede forbrugeren med hensyn til vinens oprindelse.

54. Kommissionen er af den opfattelse, at en geografisk betegnelse i et mærke, som ikke er foreskrevet i national ret eller i en fællesskabsretsakt, kan føre til den antagelse, at der foreligger et beskyttet mærke, og derfor vildlede forbrugerne. Alligevel anser den ikke forekomsten af en geografisk angivelse i et mærke for i sig selv at være tilstrækkeligt til at konkludere, at artikel 40 er blevet tilsidesat. Desuden skal

31 — Nævnt i fodnote 10.

32 — Nævnt i fodnote 11.

det ifølge Kommissionen fastslås, at anvendelsen af et sådant mærke kan give anledning til forveksling eller vildlede forbrugerne og dermed påvirke deres økonomiske adfærd. I den henseende har den henvist til Sektkellerei Kessler-dommen [33].

55. Både den franske regering og Kommissionen er af den opfattelse, at det tilkommer den nationale ret at undersøge, om angivelsen af den geografiske betegnelse »Aquitaine« i varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« kan vildlede forbrugeren. Ifølge Domstolens faste praksis skal den nationale ret i den forbindelse tage udgangspunkt i den formodede forventning hos en almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger [34].

Egentlig stillingtagen

56. Den forelæggende rets spørgsmål skal besvares under hensyntagen til forordningens systematik. Denne forordning regulerer udtømmende, hvilke angivelser der er tilladte, og hvilke der ikke er tilladte, men anvender i den forbindelse begreber, som ikke altid er utvetydige [35]. Derfor skal den nationale ret altid undersøge i det konkrete tilfælde, om en bestemt angivelse er tilladt i henhold til forordningen. Det har Domstolen allerede fastslået i forbindelse med bestemmelser, der svarer til artikel 40 i forordning nr. 2392/89, som har til formål at hindre enhver form for vildledning af forbrugeren. Jeg har allerede henvist hertil i punkt 41.

57. Som jeg allerede har anført i punkt 37, er forordning nr. 2392/89 ikke i sig selv til hinder for, at navnet på en større region anvendes som geografisk betegnelse i et mærke. Et sådant forbud kan hverken udledes af forordningens artikel 11 og 12 eller artikel 40. Jeg er derfor enig med Kommissionen i, at en geografisk angivelse i et mærke, hvis anvendelse ikke er foreskrevet i national ret eller i en fællesskabsretsakt, ikke kun af denne grund er i strid med artikel 40. Anvendelsen af en sådan betegnelse er tilladt, såfremt denne betegnelse ikke kan give anledning til forveksling eller vildlede forbrugeren. Dette udleder jeg også af de domme, som jeg har behandlet i punkt 44 ff. Det fremgår af disse, at hensynet til beskyttelsen af forbrugeren er af afgørende betydning i forordning nr. 2392/89 for så vidt angår angivelser, der kan give anledning til forveksling eller vildlede forbrugeren.

33 — Nævnt i fodnote 13; jf. punkt 46 i dette forslag til afgørelse.

34 — Jf. punkt 39 i dette forslag til afgørelse.

35 — I denne henseende opfylder bestemmelserne ikke kravene i den interinstitutionelle overenskomst af 22.12.1998 om fælles retningslinjer for EF-lovgivningens affattelse, EFT 1999 C 73, s. 1, navnlig retningslinje 1 og 14.

58. I den foreliggende sag tilkommer det den nationale ret at undersøge, om navnet på en større region som geografisk betegnelse i et mærke, under hensyntagen til de forbrugere, til hvem det er rettet, kan forveksles med registrerede navne, der forekommer i samme region.

59. Domstolens retspraksis, som den er gengivet i punkt 39 ff. i dette forslag til afgørelse, opstiller en række retningslinjer for vurderingen af, om en angivelse kan give anledning til forveksling eller vildledning. I den henseende henviser jeg navnlig til punkt 42 og 51 i dette forslag til afgørelse. Disse retningslinjer giver imidlertid ikke et endeligt svar på, i hvilket tilfælde navnet på en større region er tilladt som geografisk betegnelse i et mærke.

60. For at give den forelæggende ret et yderligere grundlag for vurderingen, vil jeg først mere indgående undersøge de faktiske omstændigheder i hovedsagen. På grundlag heraf vil jeg dernæst undersøge, hvordan de retningslinjer, som Domstolen har formuleret, kan præciseres med henblik på vurderingen af en sag som den foreliggende.

61. Hovedsagen vedrører det spørgsmål, om navnet »Aquitaine« er tilladt som geografisk betegnelse i varemærket »Les Cadets d'Aquitaine«. Med forordningens ord: Kan denne betegnelse give anledning til forveksling eller vildlede med hensyn til beskyttelsen af betegnelsen?

62. I den foreliggende sag sælger sagsøgeren i hovedsagen vin fra regionen Bergerac, som ligger i Aquitaine. Jeg bemærker, at det ifølge forelæggelsesdommen er ubestridt, at »Aquitaine« er et geografisk navn, som anvendes til at betegne vin fra Bergeracois. Navnet »Aquitaine« henviser således til den region, hvor vinen faktisk produceres.

63. Det er klart, at navnet »Aquitaine« er af afgørende betydning i hovedsagen. Aquitaine er en stor region i det sydvestlige Frankrig, der gennem århundreder har været kendt som sådan, og hvor der findes mange velrenommerede traditionelle vindyrkningsområder. Desuden er Aquitaine i dag også en af Frankrigs administrative regioner[36]. Bordeaux er et af de mest kendte vindyrkningsområder i denne region. Der hersker ingen tvivl om, at betegnelsen »Aquitaine« er almindeligt kendt i den franske offentlighed. Det kan imidlertid ikke antages, at den franske offentlighed betragter Aquitaine som et specifikt dyrkningsområde. Spørgsmålet er imidlertid, om navnet på en stor fransk region, hvor der ligger en række berømte

36 — I *Le petit Larousse* defineret som en »collectivité territoriale administrée par la conseil régional«.

dyrkningsområder, også kan forudsættes bekendt for udenlandske forbrugere.

64. Hertil vil jeg tilføje følgende. Det kan ikke udelukkes, at navnet på en stor region som geografisk betegnelse i et mærke gennem associationer hos den almindeligt oplyste forbruger alligevel kan give anledning til forveksling med registrerede navne fra denne region. Varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« antyder, at der er tale om vin fra regionen Aquitaine. Dette mærke er i modsætning til registrerede navne fra regionen Aquitaine, f.eks. Bordeaux, Médoc og Bergerac, ikke foreskrevet i national ret eller i fællesskabsretsakter. Da der også findes registrerede navne i regionen Aquitaine, vil varemærket »Les Cadets d'Aquitaine« kunne give anledning til at tro, at der også i denne forbindelse er tale om et registreret navn.

65. Hvilken betydning har dette så for den forelæggende rets vurdering?

66. Som jeg allerede har anført i punkt 42 i dette forslag til afgørelse, skal der ved vurderingen af, om en betegnelse eller et varemærke kan vildlede en køber, tages udgangspunkt i den formodede forventning hos en almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger[37]. I betragtning af sagens omstændigheder er det af særlig betydning at tage hensyn til forventningen hos en forbruger i andre medlemsstater.

67. Den forelæggende ret skal efterfølgende vurdere, om anvendelsen af den geografiske betegnelse i mærket indebærer risiko for forveksling for de ovennævnte forbrugere. Ved denne vurdering kan den nationale ret anvende en række kriterier, der er udviklet i Domstolens praksis[38]. Det er af afgørende betydning, at anvendelsen af mærket faktisk kan vildlede de pågældende forbrugere og følgelig påvirke deres økonomiske adfærd. Denne økonomiske adfærd kan påvirkes som følge af anvendelsen af svigagtige angivelser, der i offentligheden kan føre til den fejlagtige antagelse, at der er tale om bestemte egenskaber, som ikke foreligger i virkeligheden. Efter min opfattelse skal den nationale ret undersøge, om anvendelsen af en geografisk betegnelse i et mærke kan forveksles med navne, der er registreret i henhold til forordningen, og om forbrugeren forbinder anvendelsen af den geografiske betegnelse i mærket med bestemte kvalitetskendetegn hos vinen.

37 — Jf. navnlig Gut Springenheide- og Tusky-dommen, nævnt i fodnote 21, præmis 31, og Estée Lauder-dommen, nævnt i fodnote 21, præmis 27.

38 — Jf. punkt 51 i dette forslag til afgørelse.

V — Forslag til afgørelse

68. På baggrund af ovenstående foreslår jeg, at Domstolen besvarer spørgsmålet fra Cour de cassation på følgende måde:

»Artikel 40 i Rådets forordning (EØF) nr. 2392/89 af 24. juli 1989 om fastsættelse af almindelige regler for betegnelse og præsentation af vin og druemost er principielt ikke til hinder for anvendelsen af navnet på en stor region som geografisk betegnelse i et mærke, hvis anvendelse ikke er foreskrevet i denne forordnings artikel 11. Den forelæggende ret skal altid undersøge i det konkrete tilfælde, om anvendelsen af en geografisk betegnelse i et mærke kan give anledning til forveksling eller vildlede forbrugeren. Den skal i den forbindelse navnlig undersøge, om den geografiske betegnelse kan forveksles med navne, der er registreret i henhold til forordningen, og om forbrugeren forbinder anvendelsen af den geografisk betegnelse i mærket med bestemte kvalitetskendetegn hos vinen. I denne henseende skal den forelæggende ret også tage hensyn til forventningen hos en forbruger i andre medlemsstater.«