Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (teine koda)

21. jaanuar 2016*

Eelotsusetaotlus — Piiritusjookide geograafiliste tähiste kaitse — Määrus (EÜ) nr 110/2008 — Artikli 16 punkt b — Seoste tekitamine — Soomes õuntest valmistatud kange alkohoolne jook nimega „Verlados” — Kaitstud geograafiline tähis „Calvados”

Kohtuasjas C-75/15,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Markkinaoikeuse (majandusalaseid vaidlusi lahendav kohus, Soome) 13. veebruari 2015. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 19. veebruaril 2015, menetluses

Viiniverla Oy

versus

Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto,

EUROOPA KOHUS (teine koda),

koosseisus: koja president M. Ilešič (ettekandja), kohtunikud C. Toader, A. Rosas, A. Prechal ja E. Jarašiūnas,

kohtujurist: P. Mengozzi,

kohtusekretär: A. Calot Escobar,

arvestades seisukohti, mille esitasid:

— Prantsuse valitsus, esindajad: G. de Bergues ja D. Colas ning S. Ghiandoni,

— Itaalia valitsus, esindaja: G. Palmieri, keda abistas *avvocato dello Stato* M. Russo,

— Euroopa Komisjon, esindajad: P. Aalto, I. Galindo Martín ja B. Eggers,

arvestades pärast kohtujuristi ärakuulamist tehtud otsust lahendada kohtuasi ilma kohtujuristi ettepanekuta,

on teinud järgmise

* Kohtumenetluse keel: soome.

otsuse

1 Eelotsusetaotlus käsitleb Euroopa Parlamendi ja nõukogu 15. jaanuari 2008. aasta määruse (EÜ) nr 110/2008 piiritusjookide määratlemise, kirjeldamise, esitlemise, märgistamise ja geograafiliste tähiste kaitse kohta ning millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrus (EMÜ) nr 1576/89 (EÜT L 39, lk 16; ELT eriväljaanne 03/62, lk 171) artikli 16 punkti b tõlgendamist.

2 Taotlus on esitatud Viiniverla Oy (edaspidi „Viiniverla”), mis on Soome õiguse alusel asutatud äriühing, ning Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto (sotsiaal- ja tervishoiuvaldkonnas lubade väljastamise ja järelevalvega tegelev ametiasutus, edaspidi „amet”) vahel toimuva kohtuvaidluse raames, mis käsitleb ameti 18. novembri 2013. aasta otsust keelata Viiniverlal nime „Verlados” kandva joogi turustamine alates 1. veebruarist 2014.

Õiguslik raamistik

Liidu õigus

3 Määruse nr 110/2008 põhjendused 2 ja 14 on sõnastatud järgmiselt:

„(2) Piiritusjookide sektor on oluline [Euroopa Liidu] tarbijatele, tootjatele ja põllumajandussektorile. Piiritusjookide sektori suhtes kohaldatavad meetmed peaksid aitama saavutada tarbijakaitse kõrge taseme, turu läbipaistvuse ja ausa konkurentsi ning vältima ebaausat tegevust. […]

[…]

(14) Võttes arvesse, et piiritusjookide suhtes ei kohaldata nõukogu 20. märtsi 2006. aasta määrust (EÜ) nr 510/2006 (põllumajandustoodete ja toiduainete geograafiliste tähiste ja päritolunimetuste kaitse kohta) [(ELT L 93, lk 12), muudetud nõukogu 20. novembri 2006. aasta määrusega (EÜ) nr 1791/2006 (ELT L 363, lk 1)], tuleks piiritusjookide geograafiliste tähiste kaitse eeskirjad sätestada käesolevas määruses. Registreerida tuleks geograafilised tähised, mis näitavad piiritusjoogi pärinemist mingi riigi territooriumilt või territooriumi teatud piirkonnast või paikkonnast, kui piiritusjoogi teatav omadus, maine või mõni muu tunnus on olulisel määral seostatav toote geograafilise päritoluga.”

4 Määruse nr 110/2008 artikli 1 lõige 2 sätestab:

„Käesolevat määrust kohaldatakse kõigi [liidus] turule viidavate piiritusjookide suhtes, olenemata sellest, kas need on toodetud [liidus] või kolmandates riikides, ning samuti [liidus] ekspordiks toodetavate jookide suhtes. […]”

5 Määruse nr 110/2008 artikkel 15 „Geograafilised tähised” sätestab:

„1. Geograafiline tähis tähendab käesolevas määruses tähist, mis näitab piiritusjoogi pärinemist mingi riigi territooriumilt või territooriumi teatud piirkonnast või paikkonnast, kui piiritusjoogi teatav omadus, maine või mõni muu iseloomustav tunnus on olulisel määral seostatav selle kauba geograafilise päritoluga.

2. Lõikes 1 osutatud geograafilised tähised on registreeritud III lisas.

3. III lisas registreeritud geograafilised tähised ei või muutuda üldnimetusteks.

Üldnimetuseks muutunud nimetusi ei või III lisas registreerida.

Üldnimetuseks muutunud nimetus tähendab piiritusjoogi nimetust, mis on muutunud [liidus] piiritusjoogi liigi üldiseks nimetuseks, kuigi see on seotud koha või piirkonnaga, kus kõnealust toodet algselt valmistati või kus see turule viidi.

4. III isas registreeritud geograafilise tähisega piiritusjoogid vastavad kõigile artikli 17 lõikes 1 sätestatud tehnilise toimiku spetsifikaatidele."

6 Kõnealuse määruse artikkel 6 „Geograafiliste tähiste kaitse" on järgmine:

„Ilma et see piiraks artikli 10 kohaldamist, kaitstakse III lisas registreeritud geograafilisi tähiseid:

[…]

b) mis tahes väärkasutuse, imiteerimise või seoste tekitamise eest ka siis, kui toote tegelik päritolu on näidatud või kui tõlkes on kasutatud geograafilist tähist või sellele on lisatud väljend „samasugune", „liiki", „stiili", „valmistatud", „maitsega" või muu samalaadne väljend;

[…]"

7 Määruse nr 110/2008 III lisas „Geograafilised tähised" on 10. tootekategoorias „Õuntest valmistatud kange alkohoolne jook ja pirnidest valmistatud kange alkohoolne jook" registreeritud „Calvados" ja selle päritoluriigina on märgitud Prantsusmaa.

Soome õigus

8 Vastavalt alkoholiseaduse (alkoholilaki (1143/1994), edaspidi „alkoholiseadus") § 43 lõikele 1 vastutavad alkohoolse joogi tootja ja importija nende poolt tarbimiseks loovutatud alkohoolse joogi kvaliteedi ja koostise eest ning selle eest, et toode ja selle märgistus ning muud selle esituselemendid on vastavate õigusnormidega kooskõlas.

9 Vastavalt alkoholiseaduse § 49 lõikele 2 võib amet keelata alkohoolse joogi turuleviimise või kohustada alkohoolset jooki turult kõrvaldama, ilma õiguseta hüvitisele, muu hulgas juhul, kui toode või selle esituselemendid on vastuolus vastavate õigusnormidega.

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

10 Viiniverla, kelle asukoht on Verla (Soome), valmistab ja turustab alates 2001. aastast õuntest valmistatud kanget alkohoolset jooki nimega „Verlados".

11 Olles saanud kaebuse Prantsuse geograafilise tähise „Calvados" väidetava väärkasutamise kohta, esitas Euroopa Komisjon 23. novembril 2012 Soome ametiasutustele järelepärimise, milles palus esitada selgituse nimetuse „Verlados" kasutamise kohta.

12 Soome ametiasutuste 31. jaanuari 2013. aasta vastuses märgiti, et jook nimega „Verlados" on kohalik toode, mille nimi viitab otseselt selle valmistamise kohale Verla külale ja Verla veinitalule. Lisati, et üksnes nimetuste „Verlados" ja „Calvados" viimane silp on sama, mis ei ole piisav, arvestades Euroopa Kohtu praktikat, mille kohaselt seoste tekitamiseks on nõutav vähemalt kahe silbi identsus.

13 Komisjon esitas 6. märtsil 2013 Soome ametiasutusele täiendava teabe nõude. Nõudes väljendas komisjon määruse nr 110/2008 artikli 16 punktile b tuginevat seisukohta, et nimetus „Verlados” ei ole lubatud, ja teatas oma kavatsusest algatada Soome suhtes rikkumismenetlus juhul, kui viimane ei tegutse vastavalt komisjoni tõlgendusele. Komisjoni meelest piisab nimetuse „Verlados” lõpuosast „ados”, et tekitada Euroopa Kohtu praktika tähenduses seos nimetusega „Calvados”.

14 Selle tagajärjel võttis amet alkoholiseaduse § 49 lõike 2 alusel vastu otsuse, millega Viiniverlal keelati alates 1. veebruarist 2014 joogi nimega „Verlados” turustamine.

15 Viiniverla esitas selle otsuse peale tühistamiskaebuse Markkinaoikeusele (majandusalaseid vaidlusi lahendav kohus). Selles kohtus väitis Viiniverla, et nimetuse „Verlados” kasutamise puhul ei ole tegemist toote „Calvados” väärkasutuse või imiteerimisega ega sellega seoste tekitamisega ning seega ei riku see geograafiliste tähiste kaitset reguleerivat liidu õigust.

16 Markkinaoikeus (majandusalaseid vaidlusi lahendav kohus), kes leidis, et Euroopa Kohtu praktikast ei nähtu kõik asjaolud, mis tema arvates on vajalikud talle esitatud kaebuse lahendamiseks, otsustas menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas määruse (EÜ) nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses seoste tekitamise olemasolule hinnangut andes tuleb lähtuda keskmisest tarbijast, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas?

2. Millist tähtsust omavad määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses seoste tekitamise mõiste tõlgendamise ja nimetatud määruse kohaldamise raames hinnangu andmisel nimetuse „Verlados” all riigisiseselt turustatava õuntest valmistatud kange alkohoolse joogi jaoks mainitud nimetuse kasutamise geograafilise tähise „Calvados” kaitsmise eesmärgil keelamisele järgmised asjaolud:

a) nimetuse „Verlados” esimene osa vastab Soome küla Verla nimele, mille Soome tarbija võib ära tunda;

b) nimetuse „Verlados” esimene osa „Verla” viitab toodet „Verlados” tootvale ettevõtjale Viiniverla;

c) „Verlados” on Verla külas valmistatud kohalik toode, mida müüakse keskmiselt paarsada liitrit aastas veinitalu enda restoranis ja lisaks piiratud ulatuses tellimuste alusel alkoholiseaduses ette nähtud riigi omandis oleva alkoholimüügiettevõtja poolt;

d) sõnadel „Verlados” ja „Calvados” on kolmest silbist vaid üks ühine („dos”), kuid teisalt on identsed neli viimast tähte („ados”), see tähendab pooled kummagi sõna kõigist tähtedest?

3. Kui peaks tuvastatama seoste tekitamine määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses, siis kas nimetuse „Verlados” kasutamist võib õigustada mõni eelmainitud seik või muu asjaolu – näiteks see, et vähemalt Soome tarbijale ei saa jääda muljet, nagu oleks toode „Verlados” valmistatud Prantsusmaal?”

Eelotsuse küsimuste analüüs

Esimene küsimus

17 Sisuliselt soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus oma esimese küsimusega selgitust, kas määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tuleb tõlgendada nii, et tegemaks kindlaks, kas tegemist on seoste tekitamisega selle sätte tähenduses, peab ta lähtuma piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepaneliku ja aruka keskmise tarbija arusaamast.

18 Prantsuse valitsus ja Soome valitsus soovitavad esimesele küsimusele vastata jaatavalt, samas kui Itaalia valitsus ja komisjon on seisukohal, et tarbija mõistele ei ole vaja tugineda. Seoses sellega märgib Itaalia valitsus, et seoste tekitamisega võib olla tegemist ka siis, kui avalikkuse seisukohalt puudub igasugune segiajamise tõenäosus, ja komisjon leiab omakorda, et seoste tekitamise tuvastamine on objektiivne, põhinedes üksnes asjaomaste nimetuste uurimisel.

19 Vastavalt määruse nr 110/2008 artikli 15 lõikele 1 hõlmab väljend „geograafiline tähis" tähist, mis näitab piiritusjoogi pärinemist mingi riigi territooriumilt või territooriumi teatud piirkonnast või paikkonnast, kui piiritusjoogi teatav omadus, maine või mõni muu iseloomustav tunnus on olulisel määral seostatav selle kauba geograafilise päritoluga.

20 Määruse nr 110/2008 artikli 16 punkt b kaitseb geograafilisi tähiseid mis tahes seoste tekitamise eest „ka siis, kui toote tegelik päritolu on näidatud või kui tõlkes on kasutatud geograafilist tähist või sellele on lisatud väljend „samasugune", „liiki", „stiili", „valmistatud", „maitsega" või muu samalaadne väljend".

21 Euroopa Kohtu praktika kohaselt hõlmab seoste tekitamise mõiste olukorda, kus toote tähistamiseks kasutatav sõna sisaldab üht osa kaitstud nimetusest, mistõttu tarbijal tekib toote nime nägemisel kujutlus tootest, mille nimetus on kaitstud (vt seoses määruse nr 110/2008 artikli 16 punktiga b kohtuotsus Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484, punkt 56; vaata seoses nõukogu 14. juuli 1992. aasta määruse (EMÜ) nr 2081/92 põllumajandustoodete ja toiduainete geograafiliste tähiste ja päritolunimetuste kaitse kohta (EÜT L 208, lk 1; ELT eriväljaanne 03/13, lk 4) artikli 13 lõikega 1 samuti kohtuotsused Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, punkt 25, ja komisjon *vs*. Saksamaa, C-132/05, EU:C:2008:117, punkt 44).

22 Vastab tõele, et määruse nr 110/2008 artikli 16 punkt b ei viita otsesõnu tarbija mõistele. Siiski nähtub käesoleva otsuse eelmises punktis meelde tuletatud kohtupraktikast, et Euroopa Kohtu seisukohalt peab liikmesriigi kohus nimetatud sätte tähenduses seoste tekitamise esinemise tuvastamiseks kontrollima lisaks sellele, kas asjaomase toote tähistamiseks kasutatud sõnasse on hõlmatud osa kaitstud nimetusest, ka seda, kas tarbijal tekib toote nime nägemisel kujutlus tootest, mille nimetus on kaitstud. Seega peab liikmesriigi kohus sisuliselt tuginema sellele, kuidas tarbija eeldatavalt reageerib asjaomase toote tähistamiseks kasutatud sõnale, kusjuures oluline on see, et see tarbija seostab seda sõna kaitstud nimetusega.

23 Antud kontekstis tuleb meelde tuletada, et määruse nr 110/2008 artikliga 16 geograafilistele tähistele antud kaitse tõlgendamisel tuleb silmas pidada nende registreerimisega taotletavat eesmärki, milleks nähtuvalt määruse põhjendusest 14 on võimaldada tuvastada piiritusjoogi pärinemist teatud territooriumilt, kui piiritusjoogi teatav omadus, maine või mõni muu tunnus on olulisel määral seostatav toote geograafilise päritoluga (kohtuotsus Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484, punkt 47).

24 Lisaks on määrusega nr 110/2008 ette nähtud piiritusjookide registreerimise süsteemi eesmärk lisaks selle määruse põhjenduses 2 välja toodud ebaausa tegevuse vältimisele, turu läbipaistvuse ja ausa konkurentsi tagamisele ka tarbijakaitse kõrge taseme saavutamine.

25 Tarbijakaitse valdkonnas käesolevaks ajaks välja kujunenud kohtupraktikast aga nähtub, et üldreeglina tuleb selles valdkonnas tugineda sellise keskmise tarbija eeldatavale ootusele, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas (vt eelkõige kohtuotsused Mars, C-470/93, EU:C:1995:224, punkt 24; Gut Springenheide ja Tusky, C-210/96, EU:C:1998:369, punkt 31; Estée Lauder, C-220/98, EU:C:2000:8, punkt 30; Lidl Belgium, C-356/04, EU:C:2006:585, punkt 78; Severi, C-446/07, EU:C:2009:530, punkt 61; Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, punkt 47, ja Teekanne, C-195/14, EU:C:2015:361, punkt 36).

26 Hinnates seda, kas toote tähistamiseks kasutatud sõna saab määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses tekitada seoseid kaitstud nimetusega, tuleb kohaldada ka seda proportsionaalsuse põhimõttele rajatud kriteeriumi (vt selle kohta kohtuotsus Estée Lauder, C-220/98, EU:C:2000:8, punkt 28).

27 Mis lisaks puutub eelotsusetaotluse esitanud kohtu kahtlusesse, kas määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses seoste tekitamisele hinnangu andmise kontekstis omab tähtsust asjaolu, et nimetus „Verlados” viitab põhikohtuasjas käsitletava toote valmistamise kohale, mis on Soome tarbijale teada, siis olgu meenutatud, et määruse nr 110/2008 artikli 16 punkt b kaitseb selle määruse III lisas registreeritud geograafilisi tähiseid liidu territooriumil mis tahes seoste tekitamise eest. Arvestades aga vajadust tagada asjaomaste geograafiliste tähiste tõhus ja ühetaoline kaitse nimetatud territooriumil, tuleb Itaalia valitsuse ja komisjoni eeskujul tõdeda, et käesoleva otsuse punktis 21 meenutatud kohtupraktikas käsitletud tarbija mõiste käib Euroopa tarbija kohta ega hõlma ainuüksi selle liikmesriigi tarbijaid, kus valmistatakse kaitstud geograafilise tähisega seoste tekitamise tinginud toodet.

28 Kõiki eespool toodud kaalutlusi arvestades tuleb esimesele esitatud küsimusele vastata, et määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tuleb tõgendada nii, et tegemaks kindlaks, kas tegemist on seoste tekitamisega selle sätte tähenduses, peab eelotsusetaotluse esitanud kohus lähtuma piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepaneliku ja aruka keskmise tarbija arusaamast, kusjuures viimati nimetatud mõistet tuleb käsitada Euroopa tarbija kohta käivana, mitte üksnes kaitstud geograafilise tähisega seoseid tekitanud toote valmistamise liikmesriigi tarbijaid hõlmavana.

Teine küsimus

29 Sisuliselt soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus oma teise küsimusega selgitust, kas määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tuleb tõgendada nii, et hinnates seda, kas samalaadsete toodete puhul tekitab nimetus „Verlados” selle sätte tähenduses seoseid kaitstud geograafilise tähisega „Calvados”, peab ta lisaks nende nimetuste foneetilisele ja visuaalsele sarnasusele arvesse võtma ka asjaolusid, mis osutavad võimalusele, et nimetuse „Verlados” kasutamine ei eksita Soome tarbijat.

30 Täpsemalt on eelotsusetaotluse esitanud kohtul küsimus, millist tähtsust tuleb omistada esiteks asjaolulule, et nimetuse „Verlados” esimene osa vastab Soome küla Verla nimele, mille Soome tarbija võib ära tunda, teiseks asjaolule, et nimetuse osa „Verla” viitab toodet „Verlados” tootvale ettevõtjale Viiniverla, kolmandaks asjaolule, et see jook on kohalik toode, mida valmistatakse ja müüakse piiratud koguses, ja neljandaks asjaolule, et sõnadel Verlados ja Calvados on vaid üks ühine silp, samas kui teisalt on identsed neli viimast tähte, see tähendab pooled kummagi sõna kõigist tähtedest.

31 Esmalt tuleb meelde tuletada, et liikmesriigi kohtu ülesanne on hinnata, kas õuntest valmistatud kange alkohoolse joogi jaoks nimetuse „Verlados” kasutamine kujutab endast määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses seoste tekitamist kaitstud geograafilise tähisega „Calvados”. Siiski võib Euroopa Kohus eelotsust langetades esitada vajaduse korral täpsustusi, mille eesmärk on suunata liikmesriigi

kohut otsuse tegemisel (vt selle kohta kohtuotsus Severi, C-446/07, EU:C:2009:530, punkt 60, ja selle kohta kohtuotsus Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484, punkt 49).

32 Nagu nähtub käesoleva otsuse punktist 21, peab peab liikmesriigi kohus määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses seoste tekitamise esinemise hindamiseks kontrollima, kas tarbijal tekib nimetuse „Verlados" nägemisel kujutlus tootest, mille nimetus on kaitstud geograafiline tähis: põhikohtuasja puhul „Calvados".

33 Selles küsimuses on Euroopa Kohus varem otsustanud, et on õiguspärane eeldada kaitstud nimetusega seoste tekitamise esinemist siis, kui samalaadse välimusega toodete puhul on müüginimetused foneetiliselt ja visuaalselt sarnased (vt selle kohta kohtuotsused Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, punkt 27; komisjon *vs*. Saksamaa, C-132/05, EU:C:2008:117, punkt 46, ning Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484, punkt 57).

34 Euroopa Kohus on leidnud, et see sarnasus on ilmselge siis, kui asjaomast toodet tähistava sõna kaks viimast silpi on samad kui kaitstud nimetuses ja kui mõlemas nimetuses on sama arv silpe (vt selle kohta kohtuotsus Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, punkt 27).

35 Samuti on Euroopa Kohus tõdenud, et juhtumipõhiselt tuleb arvestada eri keeltest pärit sõnade „kontseptuaalset sarnasust", kuna selline sarnasus ning käesoleva kohtuotsuse punktis 33 mainitud foneetiline ja visuaalne sarnasus võivad oma olemusest tulenevalt ajendada tarbijat võtma võrdlusaluseks kaitstud geograafilise tähisega toote siis, kui ta puutub kokku vastava tootega, mis kannab vaidlusalust nimetust (vt selle kohta kohtuotsus komisjon *vs*. Saksamaa, C-132/05, EU:C:2008:117, punktid 47 ja 48).

36 Lisaks on Euroopa Kohus asunud seisukohale, et määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses seoste tekitamisega on tegemist siis, kui geograafilist tähist või sellist tähist üldnimetuse ja tõlke kujul sisaldav kaubamärk on registreeritud piiritusjookide jaoks, mis ei vasta selle tähise puhul nõutavatele spetsifikaatidele (kohtuotsus Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 jaC-27/10, EU:C:2011:484, punkt 58).

37 Käesoleva juhtumi suhtes tuleb tõdeda, et eelotsusetaotluse esitanud kohtu andmetel ei ole vaidlust selle üle, et nimetust „Verlados" kasutatakse Soomes samalaadsete toodete jaoks kui need, mis kannavad kaitstud geograafilist tähist „Calvados", et neil toodetel on ühised objektiivsed tunnused ja et asjaomase avalikkuse seisukohast tarbitakse neid suuresti identsetel juhtudel.

38 Mis puutub nimetuste „Verlados" ja „Calvados" visuaalsesse ja foneetilisse sarnasusse, siis peab eelotsusetaotluse esitanud kohus võtma arvesse asjaolu, et mõlemas on kaheksa tähte, millest neli viimast on samad, ning sama arv silpe ja mõlema järelliide on *-dos*, mis annab neile teatava visuaalse ja foneetilise sarnasuse.

39 Samuti peab eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtu praktikast tulenevalt võtma arvesse neid võimalikke asjaolusid, mille põhjal võib jääda mulje, et kahe nimetuse visuaalne ja foneetiline sarnasus ei ole tekkinud juhuslikult (vt selle kohta kohtuotsus Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, punkt 28).

40 Seoses sellega väidab Prantsuse valitsus, et toote „Verlados" algne nimi oli „Verla" ja järelliide *-dos* lisati alles hiljem, pärast seda, kui „Calvadose" eksport Soome aastatel 1990–2001 oli oluliselt kasvanud. Lisaks märgib Prantsuse valitsus, et silbil „dos" puudub soome keeles konkreetne tähendus. Sellised asjaolud, mille paikapidavust peab kontrollima eelotsusetaotluse esitanud kohus, võivad anda alust järeldada, et käesoleva otsuse punktis 38 mainitud sarnasus ei ole tekkinud juhuslikult.

41 Mis puutub eelotsusetaotluse esitanud kohtu loetletud asjaoludesse, siis tuleb kõigi kirjalikke seisukohti esitanud poolte eeskujul tõdeda, et need asjaolud ei oma määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tähenduses seoste tekitamise esinemisele hinnangu andmisel tähtsust.

42 Esiteks rõhutab eelotsusetaotluse esitanud kohus, et nimetus „Verlados” viitab ühelt poolt ettevõtjale Viiniverla, kes seda jooki valmistab, ja teiselt poolt Verla külale, mis on Soome tarbijale teada, nii et see nimetus teda ei eksita.

43 Seoses sellega piisab, kui tuletada kõigepealt meelde, et vastavalt määruse nr 110/2008 artikli 16 punktile b võib seoste tekitamisega olla tegemist ka siis, kui toote tegelik päritolu on näidatud (vt selle kohta kohtuotsus Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484, punkt 59).

44 Järgmiseks olgu täpsustatud, et määruse nr 110/2008 artikli 16 punkt b kaitseb selle määruse III lisas registreeritud geograafilisi tähiseid mis tahes seoste tekitamise eest kogu liidu territooriumil. Sellega seoses on käesoleva otsuse punktis 27 meelde tuletatud, et tarbija mõiste, mida käsitleb käesoleva otsuse punktis 21 meelde tuletatud kohtupraktika, käib Euroopa tarbija kohta ega hõlma ainuüksi selle liikmesriigi tarbijaid, kus valmistatakse kaitstud geograafilise tähisega seoste tekitamise tinginud toodet.

45 Lõpetuseks, Euroopa Kohus on juba varem otsustanud, et seoste tekitamisega võib olla tegemist ka siis, kui puudub igasugune asjaomaste toodete segiajamise tõenäosus (kohtuotsused Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola, C-87/97, EU:C:1999:115, punkt 26, ja komisjon *vs.* Saksamaa, C-132/05, EU:C:2008:117, punkt 45), ja tähtis on eelkõige see, et avalikkus ei seostaks omavahel toodete päritolu ja et ettevõtjal ei oleks võimalik kõnealuse geograafilise tähise mainest alusetult kasu saada (vt selle kohta kohtuotsus Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 ja C-27/10, EU:C:2011:484, punkt 46).

46 Teisena rõhutab eelotsusetaotluse esitanud kohus asjaolu, et jook nimega „Verlados” on kohalik toode, mida valmistatakse Verla külas ning mida turustatakse ainult kohapeal ja väheses koguses ning lisaks piiratud ulatuses tellimuste alusel alkoholiseaduses ette nähtud riigi omandis oleva alkoholimüügiettevõtja poolt.

47 Sõltumata selle asjaolu kohta esitatud Prantsuse valitsuse vastuväidetest, kes esitas dokumendid selle kohta, et jooki nimega „Verlados” saavad kaugmüügi teel osta ka teistes liikmesriikides asuvad tarbijad, piisab, kui selles küsimuses tõdeda, et see asjaolu ei oma igal juhul tähtsust, sest määrust nr 110/2008 kohaldatakse vastavalt artikli 1 lõikele 2 kõigi liidus turule viidavate piiritusjookide suhtes.

48 Eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb teisele esitatud küsimusele vastata, et määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tuleb tõlgendada nii, et hinnates seda, kas samalaadsete toodete puhul tekitab nimetus „Verlados” selle sätte tähenduses seoseid kaitstud geograafilise tähisega „Calvados”, peab liikmesriigi kohus arvesse võtma nende nimetuste foneetilist ja visuaalset sarnasust ning võimalikke asjaolusid, mis viitavad sellele, et sarnasus ei ole tekkinud juhuslikult, kontrollides nii, kas keskmisel Euroopa tarbijal, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas, tekib toote nime nägemisel kujutlus kaitstud geograafilise tähisega hõlmatud tootest.

Kolmas küsimus

49 Kolmanda küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt selgitust, kas määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tuleb tõlgendada nii, et selle määruse III lisas ette nähtud geograafilise tähisega selle sätte tähenduses seoseid tekitavana kvalifitseeritud nimetuse kasutamine võib siiski olla lubatud teises küsimuses nimetatud asjaolude korral või asjaomaste toodete segiajamise tõenäosuse puududes.

50 Määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b sõnastusest nähtub, et „[i]lma et see piiraks artikli 10[, mis näeb ette müüginimetuste ja geograafiliste tähiste kasutamist käsitlevad erieeskirjad,] kohaldamist, kaitstakse III lisas registreeritud geograafilisi tähiseid […] b) mis tahes […] seoste tekitamise eest". Kuivõrd puuduvad erieeskirjad, mis kohalduksid põhikohtuasjas kõne all olevate asjaolude korral, siis ei saa eelotsusetaotluse esitanud kohus juhul, kui ta peaks tuvastama seoste tekitamise selle sätte tähenduses, lubada teises küsimuses esitatud asjaolude korral kasutada nimetust „Verlados".

51 Pealegi – nagu on meelde tuletatud eespool punktis 45 – võib seoste tekitamisega tegemist olla ka siis, kui puudub igasugune asjaomaste toodete segiajamise tõenäosus.

52 Eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb esitatud kolmandale küsimusele vastata, et määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tuleb tõlgendada nii, et selle määruse III lisas ette nähtud geograafilise tähisega selle sätte tähenduses seoseid tekitavana kvalifitseeritud nimetuse kasutamist ei tohi lubada ka siis, kui puudub igasugune segiajamise tõenäosus.

Kohtukulud

53 Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus pooleli oleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamisega seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (teine koda) otsustab:

1. **Euroopa Parlamendi ja nõukogu 15. jaanuari 2008. aasta määruse (EÜ) nr 110/2008 piiritusjookide määratlemise, kirjeldamise, esitlemise, märgistamise ja geograafiliste tähiste kaitse kohta ning millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrus (EMÜ) nr 1576/89 artikli 16 punkti b tuleb tõlgendada nii, et tegemaks kindlaks, kas tegemist on seoste tekitamisega selle sätte tähenduses, peab eelotsusetaotluse esitanud kohus lähtuma piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepaneliku ja aruka keskmise tarbija arusaamast, kusjuures viimati nimetatud mõistet tuleb käsitada Euroopa tarbija kohta käivana, mitte üksnes kaitstud geograafilise tähisega seoseid tekitanud toote valmistamise liikmesriigi tarbijaid hõlmavana.**

2. **Määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tuleb tõlgendada nii, et hinnates seda, kas samalaadsete toodete puhul tekitab nimetus „Verlados" selle sätte tähenduses seoseid kaitstud geograafilise tähisega „Calvados", peab liikmesriigi kohus arvesse võtma nende nimetuste foneetilist ja visuaalset sarnasust ning võimalikke asjaolusid, mis viitavad sellele, et sarnasus ei ole tekkinud juhuslikult, kontrollides nii, kas keskmisel Euroopa tarbijal, kes on piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelik ja arukas, tekib toote nime nägemisel kujutlus kaitstud geograafilise tähisega hõlmatud tootest.**

3. **Määruse nr 110/2008 artikli 16 punkti b tuleb tõlgendada nii, et selle määruse III lisas ette nähtud geograafilise tähisega selle sätte tähenduses seoseid tekitavana kvalifitseeritud nimetuse kasutamist ei tohi lubada ka siis, kui puudub igasugune segiajamise tõenäosus.**

Allkirjad