TEISINGUMO TEISMO (antroji kolegija) SPRENDIMAS

2016 m. sausio 21 d.*

„Prašymas priimti prejudicinį sprendimą — Spiritinių gėrimų geografinių nuorodų apsauga — Reglamentas (EB) Nr. 110/2008 — 16 straipsnio b punktas — Įvaizdžio apie gaminį atkūrimas — Suomijoje gaminamas ir pavadinimu „Verlados“ parduodamas obuolių sidro spiritas — Saugoma geografinė nuoroda „Calvados““

Byloje C-75/15

dėl *markkinaoikeus* (Ekonominių bylų teismas, Suomija) 2015 m. vasario 13 d. sprendimu, kurį Teisingumo Teismas gavo 2015 m. vasario 19 d., pagal SESV 267 straipsnį pateikto prašymo priimti prejudicinį sprendimą byloje

Viiniverla Oy

prieš

Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto

TEISINGUMO TEISMAS (antroji kolegija),

kurį sudaro kolegijos pirmininkas M. Ilešič (pranešėjas), teisėjai C. Toader, A. Rosas, A. Prechal ir E. Jarašiūnas,

generalinis advokatas P. Mengozzi,

kancleris A. Calot Escobar,

išnagrinėjęs pastabas, pateiktas:

— Prancūzijos vyriausybės, atstovaujamos G. de Bergues, D. Colas ir S. Ghiandoni,

— Italijos vyriausybės, atstovaujamos G. Palmieri, padedamos *avvocato dello Stato* M. Russo,

— Europos Komisijos, atstovaujamos P. Aalto, I. Galindo Martín ir B. Eggers,

atsižvelgęs į sprendimą, priimtą susipažinus su generalinio advokato nuomone, nagrinėti bylą be išvados,

priima šį

* Proceso kalba: suomių.

Sprendimą

1 Prašymas priimti prejudicinį sprendimą buvo pateiktas dėl 2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos bei panaikinančio Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 1576/89 (OL L 39, p. 16) 16 straipsnio b punkto išaiškinimo.

2 Šis prašymas pateiktas nagrinėjant pagal Suomijos teisę įsteigtos bendrovės *Viiniverla Oy* (toliau – *Viiniverla*) ir *Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto* (Sveikatos ir socialinių reikalų srityje leidimus išduodančios ir priežiūrą vykdančios tarnybos, toliau – Tarnyba) ginčą dėl 2013 m. lapkričio 18 d. Tarnybos priimto sprendimo uždrausti *Viiniverla* nuo 2014 m. vasario 1 d. prekiauti gėrimu „Verlados“.

Teisinis pagrindas

Sąjungos teisė

3 Reglamento Nr. 110/2008 2 ir 14 konstatuojamosios dalys suformuluotos taip:

„(2) Spiritinių gėrimų sektorius yra svarbus [Europos Sąjungos] vartotojams, gamintojams ir žemės ūkio sektoriui. Spiritinių gėrimų sektoriui taikomos priemonės turėtų prisidėti siekiant aukšto vartotojų apsaugos lygio, klaidinimo prevencijos ir užtikrinti, kad bus įgyvendintas rinkos skaidrumas ir sąžininga konkurencija. <…>

<…>

(14) Atsižvelgiant į tai, kad spiritiniams gėrimams 2006 m. kovo 20 d. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 510/2006 dėl žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos [(OL L 93, p. 12), iš dalies pakeistas 2006 m. lapkričio 20 d. Tarybos reglamentu Nr. 1791/2006 (OL L 363, p. 1),] netaikomas, šiame reglamente turėtų būti nustatytos spiritinių gėrimų geografinių nuorodų apsaugos taisyklės. Geografinės nuorodos turėtų būti registruojamos, nurodant, kad spiritinių gėrimų kilmės vieta yra šalies teritorijoje, regione ar vietovėje šioje teritorijoje, jei spiritinio gėrimo tam tikra kokybė, reputacija ar kita savybė iš esmės priskirtina jo geografinei kilmei.“

4 Reglamento Nr. 110/2008 1 straipsnio 2 dalyje nustatyta:

„Šis reglamentas taikomas visiems spiritiniams gėrimams, pateikiamiems į rinką [Sąjungoje], neatsižvelgiant į tai, ar jie pagaminti [Sąjungoje], ar trečiosiose šalyse, taip pat [Sąjungoje] pagamintiems eksportui skirtiems gėrimams. <…>“

5 Reglamento Nr. 110/2008 15 straipsnyje „Geografinės nuorodos“ numatyta:

„1. Šiame reglamente geografinė nuoroda yra nuoroda, kurią naudojant identifikuojama, kad spiritinio gėrimo kilmės vieta yra šalies teritorija, regionas ar šios teritorijos vietovė, kai tam tikra kokybė, reputacija ar kita savybė iš esmės sietina su jo geografine kilme.

2. 1 dalyje minėtos geografinės nuorodos įregistruotos III priede.

3. III priede įregistruotos geografinės nuorodos negali tapti bendriniais pavadinimais.

Pavadinimų, tapusių bendriniais, III priede įregistruoti negalima.

Pavadinimas, tapęs bendriniu, – spiritinio gėrimo pavadinimas, kuris nors ir būdamas susijęs su vieta ar regionu, kur šis produktas pirmiausia buvo pradėtas gaminti ar teikti į rinką, virto bendriniu spiritinio gėrimo pavadinimu [Sąjungoje].

4. Spiritiniai gėrimai, turintys III priede įregistruotą geografinę nuorodą, turi atitikti visas 17 straipsnio 1 dalyje numatytos techninės bylos specifikacijas.“

6 Minėto reglamento 16 straipsnis „Geografinių nuorodų apsauga“ suformuluotas taip:

„Nepažeidžiant 10 straipsnio, III priede registruotos geografinės nuorodos turi būti apsaugotos nuo:

<…>

b) bet kokio netinkamo naudojimo, imitavimo ar įvaizdžio apie gaminį atkūrimo, net ir tuo atveju, jei yra nurodoma tikroji produkto kilmė, arba jeigu saugoma geografinė nuoroda yra išversta arba prie jos rašomi tokie žodžiai, kaip „panašus“, „rūšis“, „stilius“, „pagamintas“, „skonis“ ar kito panašaus apibrėžimo;

<…>“

7 Reglamento Nr. 110/2008 III priede „Geografinės nuorodos“ „Calvados“ buvo įregistruotas kaip kategorijos Nr. 10 „Sidro spiritas ir kriaušių spiritas“ produktas su nuoroda, kad jo kilmės šalis yra Prancūzija.

Suomijos teisė

8 Pagal Alkoholio įstatymo Nr. 1143/1994 [*alkoholilaki* (1143/1994), toliau – Alkoholio įstatymas] 43 straipsnio 1 dalį alkoholinio gėrimo gamintojas ir importuotojas atsako už alkoholinio gėrimo, kurį jis pateikia vartoti, kokybę ir sudėtį, taip pat už tai, kad gaminys, jo ženklinimas ir kiti pateikimo elementai atitiktų šioje srityje galiojančias nuostatas.

9 Pagal Alkoholio įstatymo 49 straipsnio 2 dalį Tarnyba gali uždrausti prekiauti alkoholiniu gėrimu ar nurodyti jį išimti iš rinkos neatlygintinai, jei, be kita ko, gaminys ar jo pateikimas neatitinka šioje srityje galiojančių nuostatų.

Pagrindinė byla ir prejudiciniai klausimai

10 *Viiniverla*, Verla (Suomija) įsteigta bendrovė, nuo 2001 m. gamina obuolių sidro spiritą „Verlados“ ir juo prekiauja.

11 2012 m. lapkričio 23 d. gavusi skundą dėl tariamai netinkamo prancūziškos geografinės nuorodos „Calvados“ naudojimo Europos Komisija kreipėsi į Suomijos valdžios institucijas prašydama pateikti paaiškinimus dėl pavadinimo „Verlados“ naudojimo.

12 2013 m. sausio 31 d. atsakyme Suomijos valdžios institucijos nurodė, kad gėrimas „Verlados“ yra vietos gaminys, kurio pavadinimas tiesiogiai susijęs su gamybos vieta, t. y. su Verla kaimu ir Verla vynuogynu. Jos pridūrė, kad pavadinimai „Verlados“ ir „Calvados“ turi vienodą tik paskutinį skiemenį, o vadovaujantis Teisingumo Teismo praktika to nepakanka, nes reikia dviejų skiemenų, kad būtų nustatytas įvaizdžio apie gaminį atkūrimas.

13 2013 m. kovo 6 d. Komisija Suomijos valdžios institucijų paprašė papildomos informacijos. Šiame prašyme Komisija, taikydama Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą, nusprendė, kad neturi būti leidžiama naudoti pavadinimo „Verlados“, ir Suomijos Respubliką informavo apie savo ketinimą pradėti pažeidimo procedūrą, jei ši nesiims tinkamų priemonių. Komisijos teigimu, pavadinimo „Verlados“ paskutinės dalies „ados“ pakanka tam, kad būtų atkurtas pavadinimo „Calvados“ įvaizdis, kaip tai suprantama pagal Teisingumo Teismo praktiką.

14 Todėl Tarnyba, remdamasi Alkoholio įstatymo 49 straipsnio 2 dalimi, uždraudė *Viiniverla* prekiauti gėrimu „Verlados“ nuo 2014 m. vasario 1 d.

15 *Viiniverla* kreipėsi į *markkinaoikeus* (Ekonominių bylų teismas) su ieškiniu dėl minėto sprendimo panaikinimo. Šiame teisme ji tvirtino, kad pavadinimo „Verlados“ naudojimas nėra neteisėtas naudojimas, imitavimas ar įvaizdžio apie gaminį „Calvados“ atkūrimas, todėl jis nepažeidžia Sąjungos teisės, susijusios su geografinių nuorodų apsauga.

16 Laikydamasis nuomonės, kad Teisingumo Teismo praktikoje nėra visos informacijos, būtinos sprendimui jo nagrinėjamoje byloje priimti, *markkinaoikeus* (ekonominių bylų teismas) nusprendė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir Teisingumo Teismui pateikti šiuos prejudicinius klausimus:

„1. Ar sprendžiant dėl įvaizdžio apie gaminį atkūrimo egzistavimo, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą, reikia remtis pakankamai informuotu, protingai pastabiu ir nuovokiu vidutiniu vartotoju?

2. Kokią reikšmę vertinant draudimą naudoti pavadinimą „Verlados“ obuolių sidro spiritui, kuriuo prekiaujama nacionalinėje teritorijoje, tam, kad būtų apsaugota geografinė nuoroda „Calvados“, turi toliau nurodytos aplinkybės aiškinant sąvoką „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“, kaip ji suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą, ir taikant šį reglamentą:

   a) pavadinimo „Verlados“ pirmoji dalis reiškia Verla kaimo Suomijoje pavadinimą, kurį Suomijos vartotojas gali žinoti;

   b) pavadinimo „Verlados“ pirmoji dalis „Verla“ nurodo šio gaminio gamintoją, t. y. bendrovę *Viiniverla*;

   c) „Verlados“ yra Verla kaime gaminamas vietos produktas, kurio vidutiniškai per metus parduodama pora šimtų litrų vietos restorane ir kurio ribotą kiekį galima užsisakyti valstybinėje alkoholio bendrovėje, kaip numatyta Alkoholio įstatyme;

   d) nors žodžiai „Verlados“ ir „Calvados“ turi po tris skiemenis ir tik vienas iš jų „dos“ yra bendras, tačiau keturios paskutinės abiejų žodžių raidės „ados“, t. y. pusė visų raidžių, yra vienodos?

3. Jei būtų nuspręsta, kad pavadinimu „Verlados“ atkuriamas įvaizdis apie gaminį, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą, ar būtų galima leisti naudoti pavadinimą „Verlados“ dėl jau minėtų ar kitų priežasčių, pavyzdžiui, dėl to, kad Suomijos vartotojas negali įsivaizduoti, jog „Verlados“ gaminamas Prancūzijoje?“

Dėl prejudicinių klausimų

Dėl pirmojo klausimo

17 Savo pirmuoju klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės teiraujasi, ar Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktas turi būti aiškinamas taip, kad siekdamas nustatyti, ar šiuo atveju egzistuoja įvaizdžio apie gaminį atkūrimas, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, jis privalo atsižvelgti į pakankamai informuoto, protingai pastabaus ir nuovokaus vidutinio vartotojo suvokimą.

18 Nors Prancūzijos vyriausybė siūlo teigiamai atsakyti į pirmąjį klausimą, Italijos vyriausybė ir Komisija laikosi nuomonės, kad nėra būtina atsižvelgti į sąvoką „vartotojas“. Šiuo klausimu Italijos vyriausybė pažymi, kad įvaizdžio apie gaminį atkūrimas gali egzistuoti net ir tuo atveju, kai visuomenei nekyla jokio supainiojimo pavojaus; savo ruožtu Komisija mano, kad įvaizdžio apie gaminį atkūrimo nustatymas yra objektyvus ir grindžiamas minėtų pavadinimų patikrinimu.

19 Pagal Reglamento Nr. 110/2008 15 straipsnio 1 dalį sąvoka „geografinė nuoroda“ reiškia nuorodą, kurią naudojant identifikuojama, kad spiritinio gėrimo kilmės vieta yra šalies teritorija, regionas ar šios teritorijos vietovė, kai tam tikra kokybė, reputacija ar kita savybė iš esmės sietina su jo geografine kilme.

20 Pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą geografinės nuorodos saugomos nuo bet kokio „įvaizdžio apie gaminį atkūrimo“, „net ir tuo atveju, jei yra nurodoma tikroji produkto kilmė, arba jeigu saugoma geografinė nuoroda yra išversta arba prie jos rašomi tokie žodžiai, kaip „panašus“, „rūšis“, „stilius“, „pagamintas“, „skonis“ [, ar kiti panašūs žodžiai]“.

21 Remiantis Teisingumo Teismo praktika sąvoka „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“ apima tokį atvejį, kai gaminiui pavadinti vartojamame termine yra saugomos nuorodos dalis, todėl vartotojas, susidūręs su gaminio pavadinimu, gali įsivaizduoti prekę, kuriai suteikta nuoroda [, kiek tai susiję su Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktu, žr. Sprendimo *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484, 56 punktą; taip pat dėl 1992 m. liepos 14 d. Tarybos reglamento (EEB) Nr. 2081/92 dėl žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos (OL L 208, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 3 sk., 13 t., p. 4) 13 straipsnio 1 dalies b punkto žr. Sprendimo *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97, EU:C:1999:115, 25 punktą ir Sprendimo *Komisija / Vokietija*, C-132/05, EU:C:2008:117, 44 punktą].

22 Neginčytina, kad Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punkte aiškiai nenurodyta sąvoka „vartotojas“. Vis dėlto, iš pirmesniame šio sprendimo punkte nurodytos teismo praktikos matyti, kad, siekdamas nustatyti, ar egzistuoja įvaizdžio apie gaminį atkūrimas, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, Teisingumo Teismas nusprendė, jog nacionalinis teismas turi patikrinti ne tik tai, ar nagrinėjamam gaminiui pavadinti vartojamame termine yra saugomo pavadinimo dalis, bet ir tai, ar „vartotojas, susidūręs su gaminio pavadinimu, gali įsivaizduoti prekę, kuriai [suteikta] nuoroda“. Kadangi nacionalinis teismas iš esmės turi remtis preziumuojama vartotojo reakcija į atitinkamam gaminiui pavadinti vartojamą terminą, todėl itin svarbu, kad jis nustatytų ryšį tarp minėto termino ir saugomo pavadinimo.

23 Šiomis aplinkybėmis reikia priminti, kad Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsniu geografinėms nuorodoms suteikta apsauga turi būti aiškinama atsižvelgiant į jų įregistravimu siekiamą tikslą, t. y. siekiama, kaip matyti iš šio reglamento 14 konstatuojamosios dalies, sudaryti sąlygas identifikuoti spiritinius gėrimus kaip pagamintus tam tikroje teritorijoje, jei šių spiritinių gėrimų kokybė, reputacija ar kita savybė iš esmės priskirtina prie šios geografinės kilmės (Sprendimo *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484, 47 punktas).

24 Be to, Reglamente Nr. 110/2008 numatyta spiritinių gėrimų geografinių nuorodų įregistravimo sistema siekiama ne tik prisidėti prie klaidinimo prevencijos ir užtikrinti, kad bus įgyvendintas rinkos skaidrumas ir sąžininga konkurencija, kaip priminta šio reglamento 2 konstatuojamojoje dalyje, bet ir užtikrinti aukštą vartotojų apsaugos lygį.

25 Taigi, kaip matyti iš šiuo metu jau nusistovėjusios teismo praktikos, susijusios su vartotojų apsauga, šioje srityje dažniausiai reikia atsižvelgti į pakankamai informuoto, protingai pastabaus ir nuovokaus vidutinio vartotojo preziumuojamus lūkesčius (žr., be kita ko, Sprendimo *Mars*, C-470/93, EU:C:1995:224, 24 punktą; Sprendimo *Gut Springenheide ir Tusky*, C-210/96, EU:C:1998:369, 31 punktą; Sprendimo *Estée Lauder*, C-220/98, EU:C:2000:8, 30 punktą; Sprendimo *Lidl Belgium*, C-356/04, EU:C:2006:585, 78 punktą; Sprendimo *Severi*, C-446/07, EU:C:2009:530, 61 punktą; Sprendimo *Lidl*, C-159/09, EU:C:2010:696, 47 punktą ir Sprendimo *Teekanne*, C-195/14, EU:C:2015:361, 36 punktą).

26 Norint įvertinti, ar gaminiui pavadinti vartojamas terminas gali priminti saugomą pavadinimą, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą, reikia taip pat taikyti tokį kriterijų, kuris grindžiamas proporcingumo principu (šiuo klausimu žr. Sprendimo *Estée Lauder*, C-220/98, EU:C:2000:8, 28 punktą).

27 Be to, kalbant apie prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo abejones dėl aplinkybės, kad pavadinimas „Verlados“ yra susijęs su Suomijos vartotojams žinoma nagrinėjamo gaminio gamybos vieta, reikšmingumo vertinant sąvoką „įvaizdžio apie gaminį atkūrimas“, kaip ji suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą, reikia priminti, kad pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą šio reglamento III priede įregistruotos geografinės nuorodos turi būti saugomos visoje Sąjungos teritorijoje nuo bet kokio įvaizdžio apie gaminį atkūrimo. Taigi atsižvelgiant į būtinybę užtikrinti veiksmingą ir vienodą minėtų geografinių nuorodų apsaugą šioje teritorijoje, reikia konstatuoti, kad, kaip teigia Italijos vyriausybė ir Komisija, sąvoka „vartotojas“, kuria paremta šio sprendimo 21 punkte minėta teismo praktika, apima Europos, o ne tik valstybės narės, kurioje gaminamas saugomos geografinės nuorodos įvaizdį atkuriantis gaminys, vartotoją.

28 Atsižvelgiant į visa tai, kas išdėstyta, į pirmąjį pateiktą klausimą reikia atsakyti taip: Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktas turi būti aiškinamas taip, kad siekdamas nustatyti, ar egzistuoja įvaizdžio apie gaminį atkūrimas, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, nacionalinis teismas privalo atsižvelgti į pakankamai informuoto, protingai pastabaus ir nuovokaus vidutinio vartotojo suvokimą; pastarąją sąvoką reikia suprasti kaip apimančią Europos, o ne tik valstybės narės, kurioje gaminamas saugomos geografinės nuorodos įvaizdį atkuriantis gaminys, vartotoją.

Dėl antrojo klausimo

29 Savo antruoju klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės teiraujasi, ar Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktas turi būti aiškinamas taip, kad vertindamas, ar pavadinimu „Verlados“ atkuriamas analogiškų gaminių, turinčių saugomą geografinę nuorodą „Calvados“, įvaizdis, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, jis privalo atsižvelgti ne tik į šių pavadinimų fonetinį ir vaizdinį panašumą, bet ir į aplinkybių, iš kurių matyti, kad pavadinimo „Verlados“ naudojimas negali suklaidinti Suomijos vartotojo, buvimą.

30 Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas ypač siekia išsiaiškinti, kokią svarbą reikia suteikti atitinkamoms aplinkybėms, tokioms kaip šios: pirma, pavadinimo „Verlados“ pirmoji dalis reiškia Verla kaimo Suomijoje pavadinimą, kurį Suomijos vartotojas gali žinoti; antra, ši dalis „Verla“ nurodo gėrimo, vadinamo „Verlados“, gamintoją, t. y. bendrovę *Viiniverla*; trečia, šis gėrimas yra vietos gaminys, kurio gaminamas ir parduodamas nedidelis kiekis, ir, ketvirta, nors žodžiai „Verlados“ ir „Calvados“ turi tik vieną bendrą skiemenį, tačiau keturios paskutinės abiejų žodžių raidės, t. y. pusė visų raidžių, yra vienodos.

31 Pirmiausia reikia priminti, kad prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi įvertinti, ar pavadinimo „Verlados“ naudojimas obuolių sidro spiritui laikomas saugomos geografinės nuorodos „Calvados“ įvaizdžio atkūrimu, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą. Vis dėlto Teisingumo Teismas, nagrinėdamas prejudicinį klausimą, prireikus gali pateikti paaiškinimų, kurie padėtų nacionaliniam teismui priimti sprendimą (šiuo klausimu žr. Sprendimo *Severi*, C-446/07, EU:C:2009:530, 60 punktą, taip pat šiuo klausimu žr. Sprendimo *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484, 49 punktą).

32 Be to, iš šio sprendimo 21 punkto matyti, kad siekdamas nustatyti, ar egzistuoja įvaizdžio apie gaminį atkūrimas, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą, nacionalinis teismas privalo patikrinti, ar vartotojas, susidūręs su pavadinimu „Verlados“, gali įsivaizduoti prekę, kuriai suteikta saugoma geografinė nuoroda „Calvados“, kaip yra pagrindinėje byloje.

33 Šiuo klausimu Teisingumo Teismas nusprendė, jog galima pagrįstai teigti, kad įvaizdžio apie saugomą pavadinimą atkūrimas egzistuoja, kai gaminiai yra panašūs, o jų prekybiniai pavadinimai turi fonetinį ir vaizdinį panašumą (šiuo klausimu žr. Sprendimo *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97, EU:C:1999:115, 27 punktą; Sprendimo *Komisija / Vokietija*, C-132/05, EU:C:2008:117, 46 punktą ir Sprendimo *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484, 57 punktą).

34 Teisingumo Teismas panašumą laikė akivaizdžiu, kai nagrinėjamą gaminį apibūdinantis žodis baigiasi dviem vienodais skiemenimis ir turi tiek pat skiemenų kaip ir saugomas pavadinimas (šiuo klausimu žr. Sprendimo *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97, EU:C:1999:115, 27 punktą).

35 Teisingumo Teismas taip pat pažymėjo, kad prireikus jis privalo atsižvelgti į konceptualų šių skirtingoms kalboms priklausančių žodžių artumą; šis artumas bei fonetinis ir vizualus panašumas, nurodyti šio sprendimo 33 punkte, reiškia, kad susidūręs su ginčijamą pavadinimą turinčiu panašiu gaminiu, vartotojas gali įsivaizduoti gaminį, kuriam suteikta saugoma geografinė nuoroda (šiuo klausimu žr. Sprendimo *Komisija / Vokietija*, C-132/05, EU:C:2008:117, 47 ir 48 punktus).

36 Be to, Teisingumo Teismas nusprendė, kad įvaizdžio apie gaminį atkūrimu, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą, laikomas prekių ženklo, kuriame yra geografinė nuoroda arba šią nuorodą atitinkantis pavadinimas ir jos vertimas, įregistravimas spiritiniams gėrimams, kurie neatitinka tos nuorodos reikalaujamų specifikacijų (Sprendimo *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484, 58 punktas).

37 Šiuo atveju pažymėtina, kad, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo manymu, šioje byloje neginčytina, kad pavadinimas „Verlados“ Suomijoje naudojamas gaminiams, kurie yra panašūs į tuos, kuriems suteikta saugoma geografinė nuoroda „Calvados“, kad šie gaminiai turi bendrus objektyvius požymius ir kad, suinteresuotosios visuomenės požiūriu, vartojami iš esmės tais pačiais atvejais.

38 Dėl pavadinimų „Verlados“ ir „Calvados“ vaizdinio ir fonetinio panašumo prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas privalo atsižvelgti į tai, kad šiuos abu pavadinimus sudaro tiek pat raidžių, t. y. aštuonios raidės, iš kurių keturios paskutinės yra vienodos, ir toks pat skiemenų skaičius ir kad jie abu baigiasi galūne „dos“, todėl tam tikra prasme jie yra vizualiai ir fonetiškai panašūs.

39 Remiantis Teisingumo Teismo praktika prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas taip pat privalo atsižvelgti į papildomus aspektus, galinčius įrodyti, kad vaizdinis ir fonetinis dviejų pavadinimų panašumas buvo neatsitiktinis (šiuo klausimu žr. Sprendimo *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97, EU:C:1999:115, 28 punktą).

40 Šiuo klausimu Prancūzijos vyriausybė nurodo, kad iš pradžių gaminys „Verlados“ buvo pavadintas „Verla“, o tik vėliau dėl 1990–2001 m. smarkiai išaugusio „Calvados“ eksporto į Suomiją buvo prirašyta galūnė „dos“. Be to, ši vyriausybė pažymėjo, kad skiemuo „dos“ neturi specialios reikšmės suomių kalboje. Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas turi patikrinti, ar šios aplinkybės galėtų būti laikomos įrodymais, leidžiančiais teigti, kad šio sprendimo 38 punkte minimas panašumas yra neatsitiktinis.

41 Dėl prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo išvardytų aplinkybių darytina išvada, kad, kaip nurodė visos rašytines pastabas pateikusios šalys, šios aplinkybės nėra reikšmingos siekiant nustatyti, ar egzistuoja įvaizdžio apie gaminį atkūrimas, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą.

42 Pirma, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas atkreipia dėmesį į tai, kad pavadinimas „Verlados“ nurodo šį gėrimą gaminančios bendrovės pavadinimą, t. y. *Viiniverla*, ir Suomijos vartotojui tikriausiai žinomą Verla kaimą; vadinasi, šis pavadinimas negalėtų suklaidinti Suomijos vartotojo.

43 Šiuo klausimu pirmiausia pakanka priminti, kad pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą įvaizdžio apie gaminį atkūrimas gali būti net ir tuo atveju, kai nurodoma tikroji gaminio kilmė (šiuo klausimu žr. Sprendimo *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484, 59 punktą).

44 Taip pat reikia pažymėti, kad pagal Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktą šio reglamento III priede įregistruotos geografinės nuorodos saugomos nuo bet kokio įvaizdžio apie gaminį atkūrimo visoje Sąjungos teritorijoje. Todėl šio sprendimo 27 punkte primenama, kad sąvoka „vartotojas“, kuria buvo paremta šio sprendimo 21 punkte minima teismo praktika, apima Europos, o ne tik valstybės narės, kurioje gaminamas saugomos geografinės nuorodos įvaizdį atkuriantis gaminys, vartotoją.

45 Galiausiai, Teisingumo Teismas jau yra nusprendęs, kad įvaizdžio apie gaminį atkūrimas galimas ir tokiu atveju, kai nėra pavojaus supainioti atitinkamų gaminių (Sprendimo *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola*, C-87/97, EU:C:1999:115, 26 punktas ir Sprendimo *Komisija / Vokietija*, C-132/05, EU:C:2008:117, 45 punktas); visų pirma svarbu tai, kad visuomenė gaminio nesietų su tam tikra kilme ir kad veiklos vykdytojas negalėtų turėti nepagrįstos naudos iš atitinkamos saugomos geografinės nuorodos reputacijos (šiuo klausimu žr. Sprendimo *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 ir C-27/10, EU:C:2011:484, 46 punktą).

46 Antra, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas pabrėžia, kad alkoholinis gėrimas „Verlados“ yra Verla kaime gaminamas vietos gaminys, kurio nedidelis kiekis parduodamas vietos lygiu ir kurio ribotą kiekį galima užsisakyti valstybinėje alkoholio bendrovėje, kaip tai numatyta Alkoholio įstatyme.

47 Šiuo klausimu, nepaisant to, kad su tuo nesutinka Prancūzijos vyriausybė, kuri pateikė dokumentus, įrodančius, kad alkoholinis gėrimas „Verlados“ gali būti parduodamas taip pat ir nuotoliniu būdu kitose valstybėse narėse esantiems vartotojams, pakanka konstatuoti, kad bet kuriuo atveju minėta aplinkybė yra visiškai nereikšminga, nes pagal Reglamento Nr. 110/2008 1 straipsnio 2 dalį šis reglamentas taikomas visiems Sąjungos rinkai pateikiamiems spiritiniams gėrimams.

48 Atsižvelgiant į visa tai, kas išdėstyta, į antrąjį pateiktą klausimą reikia atsakyti taip: Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktas turi būti aiškinamas taip, kad siekdamas nustatyti, ar pavadinimu „Verlados“ atkuriamas analogiškų gaminių, turinčių saugomą geografinę nuorodą „Calvados“, įvaizdis, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, atsižvelgdamas į šių pavadinimų fonetinį ir vaizdinį panašumą ir į galimus įrodymus, kad toks

panašumas yra neatsitiktinis, privalo patikrinti, ar pakankamai informuotas, protingai pastabus ir nuovokus vidutinis Europos vartotojas, susidūręs su gaminio pavadinimu, gali įsivaizduoti gaminį, kuriam suteikta saugoma geografinė nuoroda.

Dėl trečiojo klausimo

49 Savo trečiuoju klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės teiraujasi, ar Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktas turi būti aiškinamas taip, kad pavadinimo, laikomo šio reglamento III priede įregistruotos geografinės nuorodos atkūrimu, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, naudojimas vis dėlto galėtų būti leidžiamas remiantis antrajame klausime minėtomis aplinkybėmis arba kai nėra atitinkamų gaminių supainiojimo pavojaus.

50 Be to, kaip matyti iš Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punkto formuluotės, „nepažeidžiant 10 straipsnio, [nustatančio specialias prekinių pavadinimų ir geografinių nuorodų naudojimo taisykles], III priede registruotos geografinės nuorodos turi būti apsaugotos nuo <…> b) bet kokio <…> įvaizdžio apie gaminį atkūrimo <…>“. Vadinasi, jei nėra pagrindinėje byloje susiklosčiusiomis aplinkybėmis taikomų specialių taisyklių, ir todėl prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas nustato įvaizdžio apie gaminį atkūrimą, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, jis negali, remdamasis antrajame klausime minėtomis aplinkybėmis, leisti naudoti pavadinimo „Verlados“.

51 Be to, kaip buvo priminta šio sprendimo 45 punkte, įvaizdžio apie gaminį atkūrimas galimas ir tokiu atveju, kai nėra jokio atitinkamų gaminių supainiojimo pavojaus.

52 Atsižvelgiant į visa tai, kas išdėstyta, į trečiąjį pateiktą klausimą reikia atsakyti taip: Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktas turi būti aiškinamas taip, kad pavadinimo, atkuriančio šio reglamento III priede įregistruotą geografinę nuorodą, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, naudojimas negali būti leidžiamas net ir tuo atveju, kai nėra jokio atitinkamų gaminių supainiojimo pavojaus.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

53 Kadangi šis procesas pagrindinės bylos šalims yra vienas iš etapų prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo nagrinėjamoje byloje, bylinėjimosi išlaidų klausimą turi spręsti šis teismas. Išlaidos, susijusios su pastabų pateikimu Teisingumo Teismui, išskyrus tas, kurias patyrė minėtos šalys, nėra atlygintinos.

Remdamasis šiais motyvais, Teisingumo Teismas (antroji kolegija) nusprendžia:

1. **2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos bei panaikinantis Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 1576/89 16 straipsnio b punktas turi būti aiškinamas taip, kad siekdamas nustatyti, ar egzistuoja įvaizdžio apie gaminį atkūrimas, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, nacionalinis teismas privalo atsižvelgti į pakankamai informuoto, protingai pastabaus ir nuovokaus vidutinio vartotojo suvokimą; pastarąją sąvoką reikia suprasti kaip apimančią Europos, o ne tik valstybės narės, kurioje gaminamas saugomos geografinės nuorodos įvaizdį atkuriantis gaminys, vartotoją.**

2. **Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktas turi būti aiškinamas taip, kad siekdamas nustatyti, ar pavadinimu „Verlados“ atkuriamas analogiškų gaminių, turinčių saugomą geografinę nuorodą „Calvados“, įvaizdis, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas, atsižvelgdamas į šių pavadinimų fonetinį ir vaizdinį panašumą ir į galimus įrodymus, kad toks panašumas yra neatsitiktinis, privalo**

patikrinti, ar pakankamai informuotas, protingai pastabus ir nuovokus vidutinis Europos vartotojas, susidūręs su gaminio pavadinimu, gali įsivaizduoti gaminį, kuriam suteikta saugoma geografinė nuoroda.

3. **Reglamento Nr. 110/2008 16 straipsnio b punktas turi būti aiškinamas taip, kad pavadinimo, atkuriančio šio reglamento III priede įregistruotą geografinę nuorodą, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, naudojimas negali būti leidžiamas net ir tuo atveju, kai nėra jokio atitinkamų gaminių supainiojimo pavojaus.**

Parašai.