

Champanillo, of de lange arm van de beschermde oorsprongsbenaming

[Paul Kreijger](#)

Hof van Justitie 9 september 2021, zaak C-783/19, ECLI:EU:C:2021:713

Het Hof van Justitie bezorgde op 9 september jl. opnieuw een klinkende overwinning aan het *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne* (CIVC), de Franse vereniging van Champagneproducenten die als sinds jaar en dag de beschermde oorsprongsbenaming (BOB) met hand en tand bewaakt. Inderdaad, “opnieuw”: de grote bekendheid van de BOB Champagne leidt er meestal toe dat gebruik van deze naam voor allerlei producten geen lang leven beschoren is. Voor zover dat niet al bij de nationale rechter strandt (al wat oudere voorbeeld zijn de Xenos Moët & Chandon kaars, [ECLI:NL:RBSGR:2000:AK4412](#) en “Shampers” shampoo, [ECLI:NL:RBSGR:1999:AK4206](#)) loopt het veelal niet goed af bij het Hof van Justitie; het tot deze week meest recente voorbeeld is de welbekende Champagner Sorbet-saga, waarin het gebruik van Champagne als ingrediënt in ijs alleen corresponderende vermelding op de verpakking rechtvaardigde als de smaak (mede) door die Champagne bepaald werd. Daar is dan nu de Champanillo-zaak bijgekomen.

Het strijdperk lag dit keer in de regio Barcelona, waar een exploitant van een aantal tapasbars onder de naam “Champanillo” weigerde zijn naam en logo aan te passen en daarbij aanvankelijk ook de Spaanse rechter aan zijn zijde vond, die het door CIVC gevorderde verbod weigerde.



Want ja, inderdaad, “Champanillo” en Champagne-glazen lijken nogal op de BOB Champagne, maar: in de tapasbars was geen druppel Champagne te krijgen en belangrijker nog: het gaat hier toch niet om gebruik van de BOB voor *producten* maar alleen voor (horeca) *diensten*. Voert het niet te ver om de BOB-bescherming, die toch in de eerste plaats bedoeld is om de authentieke herkomst van *producten* te garanderen, zoals mousserende witte wijn uit de Champagne-streek, ook te laten gelden voor diensten? Die, op zich niet onbegrijpelijke, aarzeling leefde bij

de Spaanse rechterlijke macht kennelijk al langer, getuige een (in het arrest aangehaalde) uitspraak van de hoogste Spaanse rechter die in 2016 “Champin” door de vingers zag, nu dit alcoholvrij fruitdrankje voor kinderen qua product en publiek toch weinig met Champagne uit te maken had.

Die aarzeling leeft vermoedelijk niet langer. Want het Hof van Justitie maakt duidelijk dat de regels die de BOB Champagne beschermen dat niet alleen doen tegen gebruik voor producten, maar ook (zoals er ook letterlijk staat) tegen gebruik daarvan voor diensten. Het is immers niet alleen het BOB-product zelf, maar ook de *reputatie* van de BOB die beschermd wordt tegen onrechtmatige uitbuiting daarvan, en die uitbuiting kan ook door diensten gebeuren. Die reputatiebescherming is ruim: ook gebruik voor niet-soortgelijke producten of diensten (zoals een tapasbar die geen Champagne verkoopt) kan er onder vallen. En dat zelfs als de BOB zélf niet wordt gebruikt, want ook een naam die in elk geval bij het gemiddelde publiek een voldoende rechtstreeks en duidelijk verband daarmee oproept kan toch inbreuk maken (een discussie die eerder speelde bij het gebruik van “Glen Buchenbach” voor in Duitsland gestookte whisky: doet “Glen” niet erg aan de BOB “Scotch whisky” denken...?). Dat verband kan, bijvoorbeeld, blijken uit het gebruik van elementen van de BOB of fonetische en visuele gelijkenis, dan wel als de producten of diensten in elk geval conceptueel dicht bij elkaar liggen, alles door de nationale rechter te beoordelen.

Is dit alles nu werkelijk heel nieuw of baanbrekend? Dat BOB’s ruime bescherming genieten was natuurlijk al langer bekend en inderdaad, in de betrokken regeling komt ook het woord “dienst” voor; de BOB wordt immers onder meer beschermd tegen *“elk misbruik, elke nabootsing of voorstelling, zelfs indien de werkelijke oorsprong van het product of de dienst is aangegeven [...]”*. Toch wordt het Hof van Justitie met enige regelmaat gevraagd of die bescherming écht zo ruim is bedoeld. Zo oordeelde het eind vorig jaar nog dat ook het *uiterlijk* van de onder de BOB “Morbier” verkochte Franse kaas, gekenmerkt door een grijze streep overdwars, onder de BOB-bescherming viel, ondanks het feit dat de “aangevallen” kaas onder de naam Livardois op de markt was en de streep op een al sinds mensenheugenis gebruikte productiemethode is te herleiden. De Champanillo-zaak laat dus in elk geval zien dat de BOB-bescherming duidelijke parallellen heeft met de ruime reputatiebescherming die bekende merken genieten.