



Zbornik sudske prakse

MIŠLJENJE NEZAVISNOG ODVJETNIKA
HENRIKA SAUGMANDSGAARDA ØEA
od 22. veljače 2018.¹

Predmet C-44/17

**The Scotch Whisky Association, The Registered Office
protiv
Michaela Klotza**

(zahtjev za prethodnu odluku koji je uputio Landgericht Hamburg (Zemaljski sud u Hamburgu, Njemačka))

„Zahtjev za prethodnu odluku – Usklađivanje zakonodavstava – Zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla jakih alkoholnih pića – Uredba (EZ) br. 110/2008 – Članak 16. točke (a), (b) i (c) – Prilog III. – Registrirana oznaka zemljopisnog podrijetla ‚Scotch Whisky‘ – Viski koji se proizvodi u Njemačkoj i stavlja na tržište pod nazivom ‚Glen Buchenbach‘ – Pojam ‚neizravna uporaba‘ registrirane oznake zemljopisnog podrijetla – Pojam ‚aluzija‘ na takvu oznaku – Pojam ‚oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu‘ – Nužnost jednakosti s oznakom, fonetske i/ili vizualne sličnosti ili pobuđivanja bilo kakve asocijacije kod ciljanih potrošača – Eventualno uzimanje u obzir okolnosti u kojima se nalazi sporni naziv”

I. Uvod

1. Zahtjev za prethodnu odluku koji je uputio Landgericht Hamburg (Zemaljski sud u Hamburgu, Njemačka) odnosi se na tumačenje članka 16. Uredbe (EZ) br. 110/2008 Europskog parlamenta i Vijeća od 15. siječnja 2008. o definiranju, opisivanju, prezentiranju, označivanju i zaštiti oznaka zemljopisnog podrijetla jakih alkoholnih pića i stavljanju izvan snage Uredbe Vijeća (EEZ) br. 1576/89². Tim se člankom 16. štite sve oznake zemljopisnog podrijetla³ registrirane u Prilogu III. Uredbi br. 110/2008 od praksi koje mogu dovesti potrošače u zabludu u pogledu podrijetla takvih proizvoda.

2. Taj je zahtjev podnesen u okviru spora između organizacije iz Ujedinjene Kraljevine, čiji je cilj promicati interese industrije škotskog viskija, i njemačkog prodavača, povodom tužbe kojom se zahtijeva da taj prodavač prestane stavljati na tržište viski proizveden u Njemačkoj i nazvan „Glen Buchenbach”. Tužitelj u glavnom postupku tvrdi da se uporabom izraza „Glen” nanosi šteta registriranoj oznaci zemljopisnog podrijetla „Scotch Whisky” s obzirom na to da ta uporaba istodobno čini neizravnu komercijalnu uporabu i aluziju na potonju oznaku, kao i oznaku koja je lažna ili dovodi u zabludu, što je zabranjeno, redom, u članku 16. točkama (a), (b) i (c) Uredbe br. 110/2008.

¹ Izvorni jezik: francuski

² SL 2008., L 39, str. 16. (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 3., svezak 62., str. 171. i ispravak SL 2015., L 70, str. 76.) Ta je uredba više puta izmijenjena, ali odredbe koje su relevantne u ovom predmetu ostale su iste.

³ U skladu s člankom 15. stavkom 1. Uredbe br. 110/2008, „oznaka zemljopisnog podrijetla” jest „oznaka kojom se označava da je jako alkoholno piće podrijetlom s državnog područja pojedine države, ili regije, ili lokaliteta na tom državnim području na kojem se određena kakvoća, ugled ili druga svojstva tog jakog alkoholnog pića mogu uglavnom pripisati toj oznaci zemljopisnog podrijetla”.

3. Sud koji je uputio zahtjev od Suda traži da, najprije, odluči pretpostavlja li se pojmom „neizravna [...] uporaba”, u smislu članka 16. točke (a) te uredbe, da se zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla upotrebljava u istovjetnom obliku ili u fonetski i/ili vizualno sličnom obliku, ili je pak dostatno da sporni izraz kod ciljanih potrošača pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na navedenu oznaku. K tome pita valja li, u slučaju da je jednostavna asocijacija dovoljna, u primjeni te odredbe uzimati u obzir okolnosti u kojima se nalazi izraz upotrijebljen za označivanje predmetnog proizvoda te, osobito, činjenicu da je pravo podrijetlo tog proizvoda također naznačeno na etiketi.

4. Nadalje, taj sud pita Sud podrazumijeva li pojam „aluzija” iz članka 16. točke (b) navedene uredbe da postoji fonetska i/ili vizualna sličnost zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla i predmetnog pojma, ili je dostatno da potonji pojam kod ciljane javnosti izaziva bilo kakvu asocijaciju na tu oznaku. Također pita treba li, u slučaju da je takva asocijacija dovoljna, uzeti u obzir kontekst u kojem se upotrebljava radi primjene navedene odredbe.

5. Napokon, želi znati zahtijeva li se prilikom utvrđivanja postojanja bilo kakve „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu”, u smislu članka 16. točke (c) iste uredbe, uzimanje u obzir i konteksta spornog izraza.

6. Ovaj predmet razlikuje se od onih u kojima je Sud već tumačio odredbe članka 16. Uredbe br. 110/2008⁴ po osobitosti njegova cilja, odnosno nove situacije u kojoj, kao što se naglašava u ovdje postavljenim pitanjima, sporni naziv fonetski ili vizualno nije nimalo sličan zaštićenoj oznaci zemljopisnog podrijetla, već navodno može navesti potrošače na neprimjereno povezivanje s potonjom oznakom. Osim toga, Sud se neizravno poziva da pojasni način na koji se definiraju pravila utvrđena u navedenom članku 16. točkama (a) do (c) s obzirom na različite slučajeve koji se u njemu navode.

II. Pravni okvir

7. U članku 16. Uredbe br. 110/2008, naslovljenom „Zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla”, predviđa se da su „oznake zemljopisnog podrijetla registrirane u Prilogu III. zaštićene [...] od:

- (a) svake izravne ili neizravne komercijalne uporabe u pogledu proizvoda koji nisu obuhvaćeni registracijom, u mjeri u kojoj su oni usporedivi s jakim alkoholnim pićem registriranim pod tom oznakom zemljopisnog podrijetla ili ako se takvom uporabom iskorištava ugled registrirane oznake zemljopisnog podrijetla;
- (b) zlouporabe, imitacije ili aluzije, čak kada je pravo podrijetlo proizvoda naznačeno ili se oznaka zemljopisnog podrijetla koristi u prijevodu ili zajedno s izrazom kao ‚poput’, ‚vrsta’, ‚u stilu’, ‚proizvedeno’, ‚aroma’ ili drugim sličnim pojmom;
- (c) svake oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu, vezano za izvornost, podrijetlo, svojstva ili bitne značajke, kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja proizvoda, a kojom se može stvoriti pogrešan dojam u vezi s njegovim podrijetlom;
- (d) svakog drugog postupka kojim se potrošača može dovesti u zabludu o pravom podrijetlu proizvoda.”

8. U Prilogu III. Uredbi br. 110/2008, naslovljenom „Oznake zemljopisnog podrijetla”, navodi se da je „Scotch Whisky” registriran kao oznaka zemljopisnog podrijetla obuhvaćena kategorijom proizvoda br. 2, odnosno kategorijom „Whisky/whiskey”, te da je njegova zemlja podrijetla „Ujedinjena Kraljevina (Škotska)”.

⁴ Vidjeti presude od 14. srpnja 2011., Bureau national interprofessionnel du Cognac (C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 2. i 16.) i od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 10. i 11.).

III. Glavni postupak, prethodna pitanja i postupak pred Sudom

9. The Scotch Whisky Association, The Registered Office (u daljnjem tekstu: TSWA) organizacija je osnovana u skladu sa škotskim pravom, čiji je cilj, među ostalim, osigurati zaštitu trgovine škotskim viskijem u Škotskoj i u inozemstvu.

10. Michael Klotz preko internetske stranice stavlja na tržište viski naziva „Glen Buchenbach” koji proizvodi destilerija Waldhorn, smještena u Berglenu, u dolini Buchenbach, Švapska (Baden-Württemberg, Njemačka).

11. Etiketa koja se postavlja na boce predmetnog viskija sadržava, osim pune adrese njemačkog proizvođača i stiliziranog crteža lovačkog roga (koji se na njemačkom jeziku naziva „Waldhorn”), sljedeće podatke: „Waldhornbrennerei [destilerija Waldhorn na hrvatskom jeziku], Glen Buchenbach, Swabian Single Malt Whisky [švapski *single malt* viski], 500 ml, 40 % vol, Deutsches Erzeugnis [njemački proizvod], Hergestellt in den Berglen [proizvedeno u Berglenu]”.

12. TSWA je pred Landgerichtom Hamburg (Zemaljski sud u Hamburgu) podnijela tužbu kojom se zahtijeva da M. Klotz prestane upotrebljavati naziv „Glen Buchenbach” za predmetni viski jer je ta uporaba protivna osobito članku 16. točkama (a) do (c) Uredbe br. 110/2008⁵ kojim se štite oznake zemljopisnog podrijetla registrirane u Prilogu III. toj uredbi, među kojima se navodi oznaka „Scotch Whisky”. TSWA među ostalim tvrdi, s jedne strane, da se tim odredbama ne obuhvaća samo uporaba same takve oznake, već i svakog podatka kojim se upućuje na zaštićeno zemljopisno podrijetlo i, s druge strane, da naziv „Glen” kod ciljane javnosti pobuđuje asocijaciju na Škotsku i na Scotch Whisky, bez obzira na dodavanje drugih podataka koji se odnose na njemačko podrijetlo proizvoda. M. Klotz zatražio je odbijanje te tužbe.

13. U tim je okolnostima Landgericht Hamburg (Zemaljski sud u Hamburgu) odlukom od 19. siječnja 2017., koju je Sud zaprimio 27. siječnja 2017., odlučio prekinuti postupak i uputiti Sudu sljedeća prethodna pitanja:

„1. Zahtijeva li ‚neizravn[a] komercijaln[a] uporab[a] [...] [registrirane oznake zemljopisnog podrijetla za jako alkoholno piće]’ u skladu s člankom 16. točkom (a) Uredbe br. 110/2008, upotrebu registrirane oznake zemljopisnog podrijetla na istovjetan ili fonetski i/ili optički sličan način⁶], ili je dostatno da sporni element znaka kod ciljane javnosti pobuđuje asocijacije u bilo kojem obliku na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zemljopisno područje?

Ako je potonje dostatno: igra li, prilikom provjere postoji li ‚neizravna komercijalna uporaba’, također ulogu i okruženje u kojem se sporni element znaka nalazi, ili to okruženje ne može utjecati na postojanje neizravne komercijalne uporabe čak ni ako je uz sporni element znaka navedeno i pravo podrijetlo proizvoda?

2. Zahtijeva li ‚aluzija’ na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla u skladu s člankom 16. točkom (b) Uredbe br. 110/2008 postojanje fonetske i/ili optičke sličnosti između registrirane oznake zemljopisnog podrijetla i spornog elementa znaka, ili je dostatno da sporni element znaka kod ciljane javnosti pobuđuje asocijaciju u bilo kojem obliku na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zemljopisno područje?

5 Prema mišljenju TSWA-e, uporaba osporavane oznake može biti kumulativno obuhvaćena trima pojmovima predviđenima u članku 16. točkama (a), (b) i (c), koji se navode u prethodnim pitanjima. U tom ću pogledu samo napomenuti da sud koji je uputio zahtjev nije utvrdio prioritet između slučajeva koji se redom navode u predmetnim odredbama i da Sudu nije postavio pitanje o tome je li takvo kumuliranje kvalifikacija moguće.

6 Pojašnjavam da se u odluci kojom se upućuje zahtjev za prethodnu odluku upotrebljava njemački prilog „optisch” koji se doslovno prevodi kao „optički”, no na leksičkom planu, čini mi se točnije koristiti izraz „vizualni”, kojim ću se stoga koristiti u ovom mišljenju, u skladu s novijom sudskom praksom Suda u tom području.

Ako je potonje dostatno: igra li, prilikom provjere postoji li ‚aluzija‘, također ulogu i okruženje u kojem se sporni element znaka nalazi, ili to okruženje ne može utjecati na postojanje nezakonite aluzije čak ni ako je uz sporni element znaka navedeno i pravo podrijetlo proizvoda?

3. Igra li, prilikom provjere postoji li ‚oznak[a] koja je lažna ili dovodi u zabludu‘, u skladu s člankom 16. točkom (c) Uredbe br. 110/2008, također ulogu i okruženje u kojem se sporni element znaka nalazi, ili to okruženje ne može utjecati na podatke koji dovode u zabludu čak ni ako je uz sporni element znaka navedeno i pravo podrijetlo proizvoda?”

14. Pisana očitovanja podnijeli su TSWA, M. Klotz, vlada Helenske Republike, francuska, talijanska i nizozemska vlada te Europska komisija. Nije održana rasprava.

IV. Analiza

A. Uvodne napomene

15. Najprije naglašavam da obje stranke u glavnom postupku ističu prigovore protiv teksta odluke kojom se upućuje zahtjev za prethodnu odluku.

16. S jedne strane, M. Klotz tvrdi da je sud koji je uputio zahtjev činjenice iz glavnog postupka prikazao skraćeno i nepotpuno te dostavlja informacije za upotpunjavanje tog prikaza⁷.

17. U tom pogledu podsjećam da u okviru postupka predviđenog člankom 267. UFEU-a Sud nije nadležan za provjeru ni za ocjenu činjeničnih okolnosti glavnog postupka te da je isključivo na nacionalnom sudu da utvrdi činjenice povodom kojih je nastao spor i da iz njih izvede zaključke za odluku koju treba donijeti⁸. Međutim, da bi sudu koji je uputio zahtjev dao koristan odgovor, Sud mu može, u duhu suradnje, dati sve informacije koje smatra potrebnima⁹.

18. S druge strane, TSWA prigovara sudu koji je uputio zahtjev da nije pravilno postavio prethodna pitanja¹⁰. TSWA je u svojim očitovanjima pred Sudom iznijela pitanja kako ih je sama preoblikovala te je na njih pružila odgovore¹¹.

19. Međutim, samo nacionalni sudovi pred kojima se vodi postupak i koji trebaju donijeti sudsku odluku, mogu ocjenjivati je li im za donošenje njihove odluke potrebna prethodna odluka kao i relevantnost pitanja koja postavljaju Sudu. Prema tome, ne može se prihvatiti zahtjev stranke u glavnom postupku kojim se traži da pitanje bude preoblikovano na način koji predlaže¹². Međutim, Sud treba tim sudovima pružiti koristan odgovor koji im omogućuje rješavanje spora u glavnom postupku te je, po potrebi, stoga na njemu da preoblikuje prethodna pitanja koja su mu upućena¹³.

20. Nadalje, što se tiče povezivanja različitih točaka članka 16. Uredbe br. 110/2008, najprije ističem da mi se, kao i francuskoj vladi, čini da se tim odredbama štite oznake zemljopisnog podrijetla registrirane u Prilogu III. navedenoj uredbi time što se spominje niz slučajeva koji se na potonje oznake odnose sve neizravnije.

7 Vidjeti osobito bilješku 72. ovog mišljenja.

8 Vidjeti osobito presude od 13. veljače 2014., Maks Pen (C-18/13, EU:C:2014:69, t. 30.); od 3. rujna 2015., Costea (C-110/14, EU:C:2015:538, t. 13.), kao i od 10. ožujka 2016., Safe Interenvíos (C-235/14, EU:C:2016:154, t. 119.).

9 Vidjeti osobito presude od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 31.), kao i od 5. prosinca 2017., M. A. S. i M. B. (C-42/17, EU:C:2017:936, t. 23.).

10 Pojasnio je da je podnio tužbu radi njihova ispravljanja, koju je taj sud proglasio nedopuštenom.

11 Vidjeti osobito bilješku 38. ovog mišljenja.

12 Vidjeti osobito presudu od 4. travnja 2000., Darbo (C-465/98, EU:C:2000:184, t. 19.).

13 Vidjeti osobito presudu od 1. veljače 2017., Municipio de Palmela (C-144/16, EU:C:2017:76, t. 20.).

21. Naime, smatram da su točkom (a) obuhvaćeni slučajevi u kojima se upućuje na samu registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla; da se točkom (b) zabranjuje svaka zlouporaba, imitacija ili aluzija, čak i ako se spornim nazivom na nju izričito ne upućuje; da se točkom (c) zabranjuje bilo kakav zavaravajući podatak u pogledu podrijetla proizvoda, dok se točka (d) odnosi na bilo koju drugu poslovnu praksu kojom se potrošača može dovesti u zabludu u pogledu tog podrijetla. Posebnosti po kojima se razlikuju navedene točke (a) do (c) iz ovog zahtjeva za prethodnu odluku i tumačenje koje prema mojem mišljenju iz njih proizlazi razmotrit ću u analizi koja slijedi¹⁴.

B. Pojam „neizravna [...] uporaba” registrirane oznake zemljopisnog podrijetla u smislu članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008 (prvo pitanje)

1. Zahtijevani oblik „neizravne [...] uporabe” registrirane oznake zemljopisnog podrijetla s obzirom na članak 16. točku (a) Uredbe br. 110/2008 (prvi dio prvog pitanja)

22. Prvim se prethodnim pitanjem Sud poziva da odluči o tome što se podrazumijeva pod „neizravn[om] komercijaln[om] uporab[om] [...] registrirane oznake zemljopisnog podrijetla” koja se odnosi na jako alkoholno piće u smislu članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008.

23. Prvi dio tog pitanja odnosi se u biti na pitanje treba li radi utvrđivanja postojanja takve uporabe, zabranjene na temelju navedene točke (a), sporna oznaka biti istovjetna ili fonetski i/ili vizualno slična zaštićenoj oznaci zemljopisnog podrijetla, ili je pak dostatno da taj podatak kod ciljanih potrošača pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na oznaku ili povezano zemljopisno područje.

24. Sud koji je uputio zahtjev iznosi da su moguća dva tumačenja članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008. U skladu s prvim pristupom, koji proizlazi iz dijela njemačke pravne teorije¹⁵, „neizravna [...] uporaba” u smislu te odredbe podrazumijeva da se registrirana oznaka zemljopisnog podrijetla upotrebljava u istovjetnom ili barem u fonetski i/ili vizualno sličnom obliku time što se ne navodi ni na proizvodu ni na njegovu pakiranju, kao u slučaju „izravne [...] uporabe”, već u sasvim drugom okviru kao što je, na primjer, oglašavanje ili prateći dokument. Taj sud navodi da bi ga takvo tumačenje navelo na zaključak da navedena točka (a) nije primjenjiva u ovom slučaju s obzirom na to da nazivi „Glen” i „Scotch Whisky” nisu ni istovjetni ni slični. Suprotno tome, u skladu s drugim pristupom, dovoljno je da sporni dio znaka kod ciljane javnosti pobuđuje asocijaciju u bilo kojem obliku na oznaku zemljopisnog podrijetla ili predmetno zemljopisno područje¹⁶.

25. TSWA, vlada Helenske Republike i talijanska vlada zastupaju to drugo tumačenje. Suprotno tome, M. Klotz, francuska i nizozemska vlada te Komisija u biti smatraju da ne postoji „neizravn[a] [...] uporab[a]” u smislu navedenog članka 16. točke (a) kada se upotrebljava opisivanje koje je potpuno drugačijeg oblika od predmetne registrirane oznake zemljopisnog podrijetla¹⁷. Slažem se s tim potonjim mišljenjem, iz razloga koje ću navesti u nastavku.

¹⁴ Vidjeti osobito točke 31., 62. kao i 95. te sljedeće ovog mišljenja.

¹⁵ Sud koji je uputio zahtjev u tom pogledu navodi „Tilmann GRUR 1992, 829, 832 f.; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 11. Aufl., § 135 Rn. 16”, pojašnjavajući da su se ti autori izjasnili o odredbi sličnoj članku 16. Uredbe br. 110/2008, odnosno o članku 13. Uredbe (EU) br. 1151/2012 Europskog parlamenta i Vijeća od 21. studenoga 2012. o sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode (SL 2012., L 343, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 25., str. 31. i ispravak SL 2015., L 191, str. 9.), kao i „Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 3. Aufl., § 135 Rn. 4”.

¹⁶ Taj sud napominje da je Sud dosad samo općenito naveo da se „[č]lanak 16. točke (a) do (d) Uredbe br. 110/2008 odnosi [...] na različite situacije u kojima je stavljanje na tržište proizvoda popraćeno izričitim ili prešutnim upućivanjem na oznaku zemljopisnog podrijetla u okolnostima koje mogu bilo javnost dovesti u zabludu ili u najmanju ruku kod nje stvoriti asocijaciju u odnosu na podrijetlo proizvoda, bilo omogućiti gospodarskom subjektu da neopravdano iskorištava ugled predmetne oznake zemljopisnog podrijetla” (presuda od 14. srpnja 2011., Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 46.).

¹⁷ Konkretno, prema mišljenju M. Klotza, sporni podatak treba nužno biti „istovjetan” zaštićenoj oznaci zemljopisnog podrijetla; prema mišljenju francuske vlade on mora biti „istovjetan ili [barem] fonetski i/ili vizualno vrlo sličan”; prema mišljenju nizozemske vlade, treba „upućivati” na oznaku zemljopisnog podrijetla, i to čak i ako pobuđuje asocijacije kod ciljane javnosti; prema mišljenju Komisije, „uporaba” oznake zemljopisnog podrijetla ne postoji ako se upotrebljava „dručkije opisivanje”.

26. Najprije podsjećam da u skladu s ustaljenom sudskom praksom Suda, prilikom tumačenja odredbe prava Unije valja uzeti u obzir ne samo njezin tekst nego i kontekst u kojem se nalazi te ciljeve propisa kojeg je dio¹⁸.

27. Kao prvo, što se tiče *teksta* članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008, TSWA tvrdi, prema mojem mišljenju pogrešno, da tu odredbu treba tumačiti široko, na način da „neizravna” komercijalna uporaba registrirane oznake zemljopisnog podrijetla ne podrazumijeva uporabu navedene oznake kao takve, u cijelosti ili djelomično, već neizravno upućivanje na nju, ako se takva uporaba odnosi na „proizvod[e] [koji su] usporedivi” ili se pak njome „iskorištava ugled registrirane oznake zemljopisnog podrijetla”¹⁹.

28. U tom pogledu smatram da u točki (a) navedenog članka 16., izraz „izravna” ili neizravna komercijalna uporaba registrirane oznake zemljopisnog podrijetla²⁰ zahtijeva uporabu predmetne oznake u obliku u kojem je bila registrirana ili barem u obliku koji je toliko usko povezan s njom da je neodvojivost spornog znaka od nje očita²¹. Naime, čini mi se da se izrazom „uporaba” po definiciji zahtijeva korištenje same zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla, koja stoga mora biti istovjetno ili barem fonetski i/ili vizualno slično²² prikazana na spornom znaku²³.

29. Ističem da je Sud već dao elemente definicije u pogledu pojma „izravna” uporaba u smislu navedenog članka 16. točke (a), priznajući da se može raditi o uporabi žiga koji sadržava oznaku zemljopisnog podrijetla ili pojam koji odgovara toj oznaci i njezinu prijevodu za jaka alkoholna pića, koji nisu u skladu s odgovarajućim specifikacijama, kao što je to bio slučaj figurativnih žigova o kojima se radilo u glavnom postupku. Suprotno tome, Sud još nije odlučio o tome što treba podrazumijevati pod „neizravnom” uporabom u smislu te iste odredbe.

30. Ja pak smatram da se ta neizravna narav ne odnosi na slučajeve u kojima se predmetnim nazivom izričito ne upućuje na jednu od oznaka zemljopisnog podrijetla registriranih u Prilogu III. Uredbi br. 110/2008, kao što tvrdi TSWA, nego na slučajeve u kojima se način koji je u određenoj mjeri lažno prikazan upotrebljava radi iskorištavanja takve oznake. Naime, kao i M. Klotz, nizozemska vlada te Komisija, smatram da, za razliku od „izravne” uporabe koja podrazumijeva da je zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla postavljena izravno na predmetni proizvod ili na njegovo pakiranje, „neizravna” uporaba podrazumijeva da se ta oznaka navodi u dodatnim sredstvima marketinga ili informiranja, kao što su oglašavanje koje se odnosi na taj proizvod²⁴ ili dokumenti koji se na njega odnose²⁵.

18 Vidjeti osobito presudu od 15. studenoga 2017., Geissel i Butin (C-374/16 i C-375/16, EU:C:2017:867, t. 32. i navedena sudska praksa).

19 U odnosu na posljednje navedeno, TSWA tvrdi da naziv „Glen” u ovom slučaju treba biti zabranjen jer se radi o proizvodu koji je „usporediv” s proizvodom „Scotch Whisky”, ali nije škotskog podrijetla. Međutim, smatra da se postavljeno pitanje odnosi i na drugi slučaj iz navedenog članka 16. točke (a) zbog toga što se činjenicom da su proizvodi usporedivi ne isključuje iskorištavanje ugleda zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla. Napominjem da sud koji je uputio zahtjev nije zauzeo stajalište o tom pitanju, ali da je Sud već presudio da se, „[kada] su proizvodi koji nisu obuhvaćeni oznakom zemljopisnog podrijetla jaka alkoholna pića, legitimno može smatrati da se može raditi o proizvodima koji su usporedivi s jakim alkoholnim pićem registriranim pod tom oznakom zemljopisnog podrijetla” (presuda od 14. srpnja 2011., Bureau national interprofessionnel du Cognac, C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 54.).

20 Moje isticanje.

21 Vidjeti po analogiji presudu od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 114. i sljedeće), u kojoj su navedeni kriteriji asocijacije između spornog znaka i zaštićenog naziva koje relevantna javnost poima kao „logičku i konceptualnu cjelinu” ili „zemljopisno upućivanje na vino iz Porta koje nosi predmetnu oznaku izvornosti”.

22 Isto tako, u svojem mišljenju u predmetu Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (C-393/16, EU:C:2017:581, t. 42. i sljedeće), nezavisni odvjetnik M. Campos Sánchez-Bordona također je smatrao, u pogledu odredbe istovjetne navedenom članku 16. točki (a), da pojam „izravna ili neizravna komercijalna uporaba” može obuhvaćati uporabu zaštićene oznake izvornosti (u ovom predmetu, zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla) ne samo u *istovjetnom* obliku, nego i u *sličnom* obliku.

23 Komisija pojašnjava da se potrebom da se upotrebljava sama oznaka zemljopisnog podrijetla ipak ne isključuje njezin prijevod, dodajući da to ipak očito nije slučaj u ovom predmetu.

24 Nizozemska vlada navodi fiktivan primjer neizravne komercijalne uporabe zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla „Scotch Whisky”, koja bi u okviru reklamne kampanje glasila: „Glen Buchenbach ima okus Scotch Whiskyja”.

25 Vidjeti i pravnu teoriju navedenu u zahtjevu za prethodnu odluku na koju se upućuje u bilješci 15. ovog mišljenja.

31. *Kao drugo*, što se tiče *konteksta* u kojem se nalazi predmetna odredba, naglašavam da točka (a) navedenog članka 16. nužno ima različito područje primjene od pravila koja se navode u nastavku istog članka. Tu prvu odredbu osobito treba valjano razlikovati od točke (b), koja se odnosi na slučajeve „zlouporabe, imitacije ili aluzije”, odnosno slučajeve u kojima se oznaka zemljopisnog podrijetla kao takva ne upotrebljava, već se na nju kod ciljanih potrošača upućuje suptilnijim upućivanjem od onog iz točke (a).

32. Međutim, točka (b) navedenog članka 16. izgubila bi svoj koristan učinak ako bi se točka (a) tog članka tumačila široko, kao što se predviđa u prvom prethodnom pitanju, na način da se primjenjuje u slučaju kad sporni znak tek pobuđuje asocijaciju u bilo kojem obliku na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili s njime povezano zemljopisno područje. Stoga iz opće strukture tog članka proizlazi, kao što naglašavaju francuska vlada i Komisija, da se pojmom „izravne ili neizravne komercijalne uporabe [...] registrirane oznake zemljopisnog podrijetla” u smislu navedene točke (a), ne mogu obuhvatiti takvi slučajevi.

33. Čini mi se da se taj zaključak podupire sudskom praksom Suda²⁶, prema kojoj se dovoljno bliska veza sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla zahtijeva čak i u pogledu pojma jednostavne „aluzije” u smislu članka 16. točke (b)²⁷, što je zahtjev koji se, prema mojem mišljenju, *a fortiori* odnosi na pojam „uporabe” u smislu točke (a) tog članka.

34. *Kao treće*, što se tiče *ciljeva* Uredbe br. 110/2008, najprije napominjem da se u njezinoj uvodnoj izjavi 4. ističe da zakonodavac Europske unije nastoji „osigura[ti] sustavniji pristup zakonodavstvu kojim se reguliraju jaka alkoholna pića”, „jasn[im] odre[đivanjem] kriterij[a]”, među ostalim, „za zaštitu oznaka zemljopisnog podrijetla”²⁸.

35. Sumnjam da je u skladu s izričitim interesom pravne sigurnosti prihvatiti relevantnost kriterija kao što je onaj koji predviđa sud koji je uputio zahtjev, odnosno činjenice da „kod ciljane javnosti *pobuđuje asocijaciju u bilo kojem obliku* na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zemljopisno područje”²⁹, s obzirom na to da se radi o kriteriju koji zakonodavac nije uveo ni na koji način i čije mi se granice čine previše nejasne. Točno je da je Sud već naveo, u pogledu odredbi članka 16. te uredbe, opasnost od „pobuđivanja asocijacije kod javnosti u pogledu podrijetla proizvoda”³⁰, ali čini mi se da to opće razmatranje ipak nije nastojao pretvoriti u odlučujući faktor ocjene u svrhu primjene jedne ili druge navedene odredbe.

36. Nadalje, konkretnije, ističem da se u uvodnoj izjavi 2. Uredbe br. 110/2008 navodi da bi njome predviđene mjere „trebale [...] doprinijeti postizanju visoke razine zaštite potrošača, sprečavanju zavaravajuće prakse te ostvarivanju transparentnosti tržišta i poštenog tržišnog natjecanja”. U njezinoj uvodnoj izjavi 9. dodaje se da bi se tim mjerama „također trebala spriječiti zlouporaba [...] naziva jakih alkoholnih pića za proizvode koji ne zadovoljavaju definicije određene u [t]oj Uredbi”. U njezinoj uvodnoj izjavi 14. navodi se posebna zaštita koju imaju oznake zemljopisnog podrijetla registrirane u Prilogu III. navedenoj uredbi u slučajevima u kojima se „određena kakvoća, ugled ili druga svojstva jakog alkoholnog pića uglavnom mogu pripisati [određenom] zemljopisnom podrijetlu”.

26 Vidjeti presude od 14. srpnja 2011., Bureau national interprofessionnel du Cognac (C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 56. i 57.), kao i od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 33. do 35.).

27 Što se tiče tumačenja navedenog članka 16. točke (b), vidjeti odgovor na drugo prethodno pitanje koji se navodi u točki 48. i sljedećima ovog mišljenja.

28 Vidjeti također uvodnu izjavu 1. Uredbe br. 110/2008, kao i obrazloženje Prijedloga Komisije od 15. prosinca 2005., koji je doveo do donošenja tog instrumenta [Prijedlog Europskog parlamenta i Vijeća o definiranju, opisivanju, prezentiranju, označavanju i zaštiti oznaka zemljopisnog podrijetla jakih alkoholnih pića, COM(2005) 125 *final*, str. 2.], u kojoj je istaknuta potreba za poboljšanjem jasnoće pravnih pravila Unije koja su se dotad primjenjivala u području jakih alkoholnih pića.

29 Moje isticanje.

30 Vidjeti točku navedenu u bilješci 16. ovog mišljenja, u pogledu koje TSWA tvrdi da je verzija na njemačkom jeziku (u kojoj se navodi samo „asocijacija”) ograničenija od verzija na španjolskom, engleskom, francuskom ili talijanskom jeziku (u kojima se spominje „asocijacija ideja”) te da potonjoj široj formulaciji treba dati prednost tako da se „asocijacija” odnosi se na opseg ideja koje stvara oznaka zemljopisnog podrijetla, a ne na asocijaciju na samu oznaku zemljopisnog podrijetla.

37. Što se tiče ciljeva koji se žele postići, osobito člankom 16. Uredbe br. 110/2008, iz njegova naslova osobito proizlazi da je cilj tog članka „[z]aštita oznaka zemljopisnog podrijetla” registracijom potonjih oznaka kojom se nastoji, s jedne strane, omogućiti utvrđivanje da jaka alkoholna pića imaju podrijetlo s određenog područja u slučajevima navedenima u toj uvodnoj izjavi 14. i, s druge strane, pridonijeti ostvarenju širih ciljeva navedenih u uvodnoj izjavi 2.³¹

38. Stoga mi se čini da se odredbama Uredbe br. 110/2008, a osobito njezina članka 16., želi spriječiti zlouporaba zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla, ne samo u interesu kupaca, nego i u interesu proizvođača koji su uložili trud kako bi osigurali očekivanu kvalitetu proizvoda koji zakonito nose takve oznake, kao što je Sud već naglasio u pogledu odredbe prava Unije³² čiji je tekst sličan³³ tekstu članka 16. te uredbe³⁴. S tog stajališta, točkom (a) navedenog članka 16. izričito se, točnije, zabranjuje da drugi gospodarski subjekti u komercijalne svrhe upotrebljavaju registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla za proizvode koji ne odgovaraju traženim specifikacijama³⁵, među ostalim s ciljem neopravdanog iskorištavanja ugleda te oznake zemljopisnog podrijetla³⁶.

39. Prema mojem mišljenju, iz prethodno navedenog proizlazi da je točno da je zaštita potrošača na visokoj razini jedan od ciljeva odredbe koju treba tumačiti, ali iz toga se, međutim, ne može izvesti zaključak, kao što to predlažu vlada Helenske Republike i talijanska vlada, da je u svrhu osiguranja primjene zabrane predviđene u navedenoj točki (a) dovoljno da sporni naziv na bilo koji način može dovesti potrošača u zabludu u pogledu izvornosti i da stoga proizvodi isti učinak kao da je oznaka zemljopisnog podrijetla upotrijebljena onako kako je registrirana ili u sličnom obliku. Ne smije se, naime, zanemariti da te odredbe također imaju za cilj očuvanje kvaliteta koje su priznate za proizvode koji valjano nose takvu oznaku i, prema tome, zaštitu gospodarskih interesa gospodarskih subjekata koji su ulagali kako bi jamčili tu kvalitetu kao i, općenitije, poticanje transparentnosti tržišta i poštenog tržišnog natjecanja.

40. Stoga predlažem da se na prvi dio prvog pitanja *odgovori* da članak 16. točku (a) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da „neizravna [...] uporaba” registrirane oznake zemljopisnog podrijetla koja se zabranjuje tom odredbom, zahtijeva da sporni naziv bude istovjetan ili fonetski i/ili vizualno sličan predmetnoj oznaci. Stoga nije dovoljno da taj naziv može kod ciljanog potrošača pobuditi bilo kakvu asocijaciju na oznaku ili povezano zemljopisno područje.

31 Ciljevi iz navedenog članka 16. istaknuti su u presudama od 14. srpnja 2011., Bureau national interprofessionnel du Cognac (C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 47.), kao i od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 23. i 24.).

32 Odnosno u pogledu članka 118.m stavka 2. Uredbe Vijeća (EZ) br. 1234/2007 od 22. listopada 2007. o uspostavljanju zajedničke organizacije poljoprivrednih tržišta i o posebnim odredbama za određene poljoprivredne proizvode (Uredba o jedinstvenom ZOT-u) (SL 2007., L 299, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 3., stavak 9., str. 61.), kako je izmijenjena Uredbom Vijeća (EZ) br. 491/2009 od 25. svibnja 2009. (SL 2009., L 154, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 3., svezak 68., str. 121.).

33 O sličnostima između članka 16. Uredbe br. 110/2008 i članka 118.m stavka 2. Uredbe br. 1234/2007 vidjeti presudu od 20. prosinca 2017., Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (C-393/16, EU:C:2017:991, t. 18., 34., 39. i 40.) i mišljenje nezavisnog odvjetnika M. Camposa Sánchez-Bordone u predmetu Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (C-393/16, EU:C:2017:581, t. 60. i bilješka 16.).

34 U skladu s presudom od 20. prosinca 2017., Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (C-393/16, EU:C:2017:991, t. 38.), „što se tiče zaštite [zaštićenih oznaka izvornosti] i [zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla], Uredba br. 1234/2007 je instrument zajedničke poljoprivredne politike čiji je cilj u biti *potrošačima jamčiti* da poljoprivredni proizvodi koji nose registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla na temelju te uredbe imaju određene posebne značajke zato što potječu iz određenog zemljopisnog područja i stoga jamče kvalitetu zbog svojeg zemljopisnog podrijetla *kako bi poljoprivrednici* koji su uložili mnogo truda u poboljšanje kvalitete ostvarili veće prilode i kako bi se treće osobe spriječilo da iskorištavaju ugled koji proizlazi iz kvalitete tih proizvoda” (moje isticanje).

35 Podsjećam da se člankom 15. stavkom 4. Uredbe br. 110/2008 zahtijeva da „[j]aka alkoholna pića koja nose oznaku zemljopisnog podrijetla registriranu u Prilogu III. moraju biti u skladu sa specifikacijama tehničke dokumentacije predviđene na temelju članka 17. stavka 1.”

36 Vidjeti u tom smislu presude od 14. srpnja 2011., Bureau national interprofessionnel du Cognac (C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 46.), kao i od 20. prosinca 2017., Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (C-393/16, EU:C:2017:991, t. 39. i 40.).

2. Utjecaj eventualnih podataka koji se navode uz sporni znak s obzirom na članak 16. točku (a) Uredbe br. 110/2008 (drugi dio prvog pitanja)

41. Drugi dio prvog prethodnog pitanja podliježe ocjeni Suda samo ako taj sud presudi da jednostavna asocijacija na predmetnu registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zemljopisno područje može biti dovoljna za utvrđivanje postojanja „neizravne komercijalne uporabe” te oznake u smislu članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008.

42. Budući da zagovaram suprotno tumačenje u odgovoru na prvi dio tog pitanja, smatram da nije potrebno da Sud odluči o drugom dijelu. Ipak ću iznijeti nekoliko opažanja u pogledu potonjeg dijela.

43. Sud koji je uputio zahtjev pita se mora li se, radi utvrđivanja postojanja takve uporabe, uzimati u obzir kontekst spornog podatka te, među ostalim, činjenicu da on sadržava pojašnjenje u pogledu pravog podrijetla proizvoda, na način da se informacijama koje se pružaju u tom kontekstu omogućuje pobijanje navoda prema kojem zahtjevi iz navedenog članka 16. točke (a) nisu ispunjeni. Konkretnije, pita se treba li sporni element „Glen” ocjenjivati zasebno ili treba uzeti u obzir i druge podatke na etiketi kojima se upućuje na to da je predmetni proizvod podrijetlom iz Njemačke³⁷. Smatra da ne može naložiti samu zabranu koju TSWA zahtijeva u glavnom postupku, osim ako Sud navedenu točku (a) tumači na način da se njome zabranjuje uporaba izraza koji pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla, bez obzira na kontekst takve uporabe.

44. TSWA i vlada Helenske Republike tvrde da dodatne oznake na etiketi i pakiranju proizvoda³⁸ nisu relevantne za izuzimanje iz primjene članka 16. točke (a). Prema mišljenju talijanske vlade, čak i ako kontekst u kojem se sporni element nalazi može imati ulogu, postojanje neizravne uporabe u smislu te odredbe ne može se isključiti, pa ni onda kad navedeni element sadržava podatke o podrijetlu. Nizozemska vlada smatra da takva uporaba ne može postojati ako se ne upućuje na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla i ako se, osim toga, na etiketi jasno navodi mjesto proizvodnje pića³⁹.

45. Ja ću pak samo *podredno*⁴⁰ naglasiti da točka (a) članka 16. Uredbe br. 110/2008 ne sadržava izričit navod kao što je onaj u njegovoj točki (b), u skladu s kojim se „zlouporab[a], imitacij[a] ili aluzij[a]” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla može utvrditi „čak kada je pravo podrijetlo proizvoda naznačeno”.

46. Prema mojem mišljenju, ta se razlika u tekstu objašnjava okolnošću da se, ako se radi o eventualnoj „izrav[n]oj ili neizravn[o]j komercijal[n]oj uporab[i]” zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla u smislu točke (a) navedenog članka 16., u tom slučaju pretpostavlja da se ta oznaka upotrebljava kao takva ili u sličnom obliku, a ne potpuno drukčija oznaka⁴¹. Stoga ne postoji moguća dvojba u pogledu činjenice da analizu predmetne situacije treba usmjeriti na utvrđivanje je li došlo do uporabe jedne od oznaka zemljopisnog podrijetla registriranih u Prilogu III. iste uredbe.

37 Odnosno, „Swabian [...] Whisky” (švapski viski), „Deutsches Erzeugnis” (njemački proizvod), „Hergestellt in den Berglen” (proizvedeno u Berglenu).

38 TSWA predlaže da se u tom smislu preoblikuje drugi dio prvog prethodnog pitanja jer pojam „kontekst” („Umfeld” na njemačkom jeziku, odnosno jeziku ovog postupka) koji je upotrijebio sud koji je uputio zahtjev ne proizlazi ni iz Uredbe br. 110/2008 ni iz sudske prakse Suda te da stoga radije valja upućivati na pojmove „prezentiranje”, „označivanje” i „pakiranje”, utvrđene u točkama 15. do 17. Priloga I. toj uredbi, na koje se u biti upućuje u tom pitanju s obzirom na obrazloženje odluke kojom se upućuje zahtjev za prethodnu odluku.

39 M. Klotz, francuska vlada i Komisija nisu zauzeli nikakvo stajalište u tom pogledu, s obzirom na odgovor koji predlažu na prvi dio prvog prethodnog pitanja.

40 Iz razloga navedenih u točki 42. ovog mišljenja.

41 Vidjeti i točku 40. ovog mišljenja.

47. Naprotiv, u slučaju iz točke (b) navedenog članka 16. u kojoj se radi o „zlouporab[i], imitacij[i] ili aluzij[i]”, u ocjeni situacije očito treba prekoračiti takvo objektivno utvrđenje te se zahtijeva stavljanje u perspektivu, u okviru čega je zakonodavac Unije dužan izričito navesti da se određenim mogućim čimbenicima u ocjeni, među ostalim činjenicom da se navodi „pravo podrijetlo proizvoda”⁴², ne može omogućiti izuzimanje jedne ili druge od te tri kvalifikacije⁴³. Prema mojem mišljenju, isto treba *a fortiori* vrijediti u jednostavnijem slučaju iz istog članka 16. točke (a), pod pretpostavkom da Sud smatra da je za primjenu te odredbe potrebno ispitati kontekst u kojem se sporni znak nalazi.

C. Pojam „aluzija” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008 (drugo pitanje)

1. Zahtijevani oblik „aluzije” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla s obzirom na članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 (prvi dio drugog pitanja)

48. Drugim se prethodnim pitanjem Sud poziva da odluči o pojmu „aluzija” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla koja se odnosi na jako alkoholno piće u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008.

49. Prvim dijelom tog pitanja sud koji je uputio zahtjev pita treba li, kako bi se utvrdilo postojanje takve aluzije te da je stoga zabranjena na temelju navedene točke (b), sporni podatak biti istovjetnog ili fonetski i/ili vizualno sličnog oblika kao i zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla, ili je pak dostatno da taj podatak kod ciljanih potrošača pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na navedenu oznaku ili povezano zemljopisno područje.

50. U prilog svojem zahtjevu taj sud iznosi da je Sud dosljedno tumačio pojam „aluzija” iz članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008, kao i u prethodnim sličnim propisima prava Unije, na način da taj pojam „podrazumijeva situaciju u kojoj pojam koji se koristi za označavanje proizvoda uključuje dio zaštićenog naziva, tako da se u mislima potrošača koji se susretne s imenom proizvoda kao referentna slika pojavi proizvod s tom oznakom”⁴⁴. Međutim, dodaje da, prema njegovim saznanjima, Sud još nije odlučivao o tome je li fonetska i/ili vizualna sličnost između predmetnih znakova⁴⁵ nužan uvjet za utvrđivanje zabranjene aluzije. Smatra da je odgovor na to pitanje ključan u ovom predmetu s obzirom na to da takva sličnost ne postoji u ovom slučaju⁴⁶.

51. TSWA te vlada Helenske Republike, francuska i talijanska vlada predlažu da se odgovori da „aluzija” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla u smislu navedenog članka 16. točke (b) ne zahtijeva da sporni pojam bude fonetski i/ili vizualno sličan predmetnoj oznaci i da je dovoljno da taj pojam kod ciljane publike pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na oznaku ili zemljopisno područje. M. Klotz i nizozemska vlada zastupaju suprotnu tezu.

42 U navedenom se članku 16. točki (b) također pojašnjava da je nevažno koristi li se „oznaka zemljopisnog podrijetla [...] u prijevodu ili zajedno s izrazom kao ‚poput’, ‚vrsta’, ‚u stilu’, ‚proizvedeno’, ‚aroma’ ili drugim sličnim pojmom”. Naime, unatoč upotrebi takvih izraza koji su navodno korektivni, potrošač se i dalje dovodi u zabludu porukom koju prenosi glavno opisivanje jer se ona neopravdano stavlja u vezu s tom oznakom.

43 U pogledu moguće relevantnosti konteksta koji okružuje sporni element s obzirom na članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008, vidjeti odgovor na drugi dio drugog prethodnog pitanja naveden u točki 69. i sljedećima ovog mišljenja.

44 Presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 21. i navedena sudska praksa)

45 Kakva postoji, u skladu s primjerom koji je naveo sud koji je uputio zahtjev, između spornog naziva „Verlados” i registrirane oznake zemljopisnog podrijetla „Calvados” u predmetu u kojem je donesena presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35).

46 Naime, sporni element „Glen” očito se fonetski i vizualno razlikuje od registrirane oznake zemljopisnog podrijetla „Scotch Whisky”.

52. Komisija je zauzela stajalište koje je na neki način u sredini, a prema kojem navedeni pojam „aluzija” ne zahtijeva nužno fonetsku i/ili vizualnu sličnost ili jednostavnu asocijaciju, već u ovom slučaju prije „postojanje konceptualne bliskosti između registrirane oznake zemljopisnog podrijetla i osporavanog opisivanja, u okviru koje uobičajeno obaviješteni potrošač stvara izravnu i nedvosmislenu vezu između spornog opisivanja i [te] oznake”⁴⁷. Sklon sam tumačenju koje je u skladu s potonjim mišljenjem, iz sljedećih razloga.

53. Najprije napominjem da predmetni *tekst* točke (b) ne sadržava elemente koji omogućuju da se točno utvrdi što bi trebalo smatrati „aluzijom” na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla. U najboljem slučaju, na temelju stavljanja u perspektivu s obzirom na druga dva prethodno navedena slučaja iz te odredbe, odnosno „zlouporabu” i „imitaciju”, moguće je smatrati da pojam „aluzija” podrazumijeva određeni stupanj sličnosti s predmetnom oznakom zemljopisnog podrijetla, čak i ako se njome zahtijeva najmanji stupanj sličnosti između ta tri pojma.

54. Nadalje, određeni broj zaključaka treba, prema mojem mišljenju, temeljiti na *sudskoj praksi Suda* koja se odnosi na članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 ili na druge odredbe prava Unije čiji su mu tekstovi slični.

55. Kao što je istaknuo sud koji je uputio zahtjev, Sud je presudio da ipak postoji „aluzija”, osobito u smislu navedene točke (b), ako sporno opisivanje „uključuje dio zaštićenog naziva”⁴⁸. Čini mi se da takvo djelomično ugrađivanje⁴⁹, koje je postojalo u glavnim postupcima u kojima su donesene predmetne presude Suda⁵⁰, ipak nije uvjet *sine qua non* za primjenu te odredbe.

56. Naime, kao što navodi francuska vlada, iz izraza „tako da” koji se nalazi iza prethodno navedene formulacije proizlazi da je ključni i odlučujući kriterij za ocjenu postojanja takve „aluzije” provjera pojavi li se „u mislima potrošača koji se susretne s imenom proizvoda kao referentna slika [...] proizvod s tom [zaštićenom] oznakom”⁵¹. Sud je, uostalom, već naglasio da „[n]acionalni sud [...] mora svoje utvrđenje *u bitnome* utemeljiti na predmnijevanoj reakciji potrošača glede pojma koji se koristi za označavanje predmetnog proizvoda, pri čemu je *najvažnije* da taj potrošač uspostavi vezu između navedenog pojma i zaštićenog naziva”⁵². K tome je pojasnio da taj sud mora upućivati na „prosječnog europskog potrošača, uobičajeno obaviještenog, razumno pažljivog i opreznog”⁵³. Stoga, čak i ako je predmetni zaštićeni naziv sastavni dio osporavanog žiga, ipak je moguće da prosječni potrošač, kada se nalazi pred proizvodom s navedenim žigom, nužno ne povezuje taj proizvod s proizvodom koji nosi navedeni naziv⁵⁴.

47 Pojašnjavam da francuska i talijanska vlada također naglašavaju kriterij „konceptualne bliskosti”, međutim, odgovor koji predlažu ne temelje na tom kriteriju, već na kriteriju „asocijacije” koji navodi sud koji je uputio zahtjev.

48 Presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 21. i navedena sudska praksa)

49 Suprotno tome, ne postoji ni jednostavna „aluzija”, već „uporaba” u smislu odredbe slične točki (a) članka 16. Uredbe br. 110/2008 kada je zaštićeni naziv *u potpunosti* uključen u naziv hrane radi upućivanja na njezin okus (vidjeti presudu od 20. prosinca 2017., Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne, C-393/16, EU:C:2017:991, t. 57. i 58.).

50 Što se tiče osporavanih naziva „Cambozola”, „parmesan”, „KONJAKKI”, „Verlados” i „Port Charlotte”, vidjeti redom presude od 4. ožujka 1999., Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, t. 25.); od 26. veljače 2008., Komisija/Njemačka (C-132/05, EU:C:2008:117, t. 44.); od 14. srpnja 2011., Bureau national interprofessionnel du Cognac (C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 56.); od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 21.), kao i od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 122.).

51 Vidjeti osobito presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 21, 32., 35. i 48. kao i navedena sudska praksa). Prema mišljenju Komisije, tim se kriterijem iz sudske prakse upućuje na to da se neposredno i precizno pobuđuje asocijacija između predmetnog proizvoda i zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla.

52 Presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 22.), moje isticanje

53 Presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 25., 28. i 48.)

54 Vidjeti u tom smislu presudu od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 122. do 125.).

57. Sud je također u više navrata presudio „da je bilo legitimno smatrati da postoji aluzija na zaštićeni naziv kada, u odnosu na proizvode sa sličnim izgledom, trgovački nazivi imaju fonetsku i vizualnu sličnost” koja „nije plod slučajnih okolnosti”, pojašnjavajući „da je takva sličnost očita kada pojam koji se koristi za označavanje predmetnog proizvoda završava s dva ista sloga i sadržava isti broj slogova kao i zaštićeni naziv”⁵⁵.

58. Međutim, kao i većina stranaka koje su podnijele očitovanja u ovom predmetu⁵⁶, smatram da utvrđivanje fonetske i vizualne sličnosti ne čini nužan uvjet za provjeru postojanja „aluzije”, već jedan od načina ispitivanja, među ostalima koje je naveo Sud, kojima se omogućuje izvršavanje te provjere. Čini mi se da se činjenica da Sud navodi fonetsku i vizualnu „sličnost” odnosi na činjenične okolnosti predmeta u kojima su donesene presude u kojima se ta sličnost navodi⁵⁷ te da stoga nije isključeno da se „aluzija” može utvrditi čak i u nedostatku takve sličnosti.

59. Osim kriterija djelomičnog ugrađivanja prethodno navedenog zaštićenog naziva⁵⁸, drugi čimbenik ocjene među onima koje se smatra relevantnima jest „konceptualn[a] bliskost’ koja postoji između pojmova iz različitih jezika”. Pojašnjavam da je taj kriterij Sud razlikovao od „fonetske i vizualne sličnosti” te da je taj kriterij, kao i drugi kriteriji, bio povezan s istraživanjem percepcije potrošača, koja je stoga itekako ključan i nužan uvjet za postojanje „aluzije”⁵⁹.

60. Stoga smatram da je u svrhu utvrđivanja „aluzije” u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008 jedini odlučujući kriterij pitanje pojavljuje li „se u mislima potrošača koji se susretne s imenom proizvoda kao referentna slika [...] proizvod s[a] [zaštićenom] oznakom”⁶⁰, što mora ocijeniti nacionalni sud, uzimajući po potrebi u obzir djelomično ugrađivanje zaštićene oznake u osporavano opisivanje, fonetsku i vizualnu sličnost ili pak konceptualnu bliskost.

61. *Naprotiv*, prema mojem mišljenju, s prethodno navedenim ciljevima odredbi koje se ovdje tumače⁶¹ nije u skladu prihvatiti tako neprecizan i širok kriterij kao što je onaj iz drugog prethodnog pitanja, odnosno da „sporni element znaka kod ciljane javnosti pobuđuje asocijaciju u bilo kojem obliku na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zemljopisno područje”⁶².

62. Osim toga, s obzirom na strukturu tog članka 16., valja, kao što sam naveo u pogledu njegove točke (a)⁶³, voditi računa o tome da se ne tumači njegova točka (b), što bi dovelo do toga da se potonjom odredbom zadire u područje primjene odredbi koje slijede u navedenom članku, odnosno točaka (c) i (d) koje se odnose na slučajeve u kojima je upućivanje na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla još suptilnije od „aluzije” na nju.

55 Vidjeti osobito presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 33., 34., 38. do 40. i 48. kao i navedena sudska praksa).

56 Odnosno sve stranke osim M. Klotza i nizozemske vlade.

57 Vidjeti osobito presude od 4. ožujka 1999., Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, t. 27.); od 26. veljače 2008., Komisija/Njemačka (C-132/05, EU:C:2008:117, t. 46.); od 14. srpnja 2011., Bureau national interprofessionnel du Cognac (C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 57. i 58.), kao i od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 38. do 40.).

58 Vidjeti točku 55. ovog mišljenja.

59 Vidjeti presude od 26. veljače 2008., Komisija/Njemačka (C-132/05, EU:C:2008:117, t. 47. i 48.), kao i od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 35.).

60 Pritom valja pojasniti da je nevažno bi li prosječni europski potrošač mogao sporni proizvod zamijeniti za proizvod sa zakonitim predmetnim zaštićenim nazivom (vidjeti sudsku praksu navedenu u točki 79. ovog mišljenja).

61 Ciljevi analizirani u točki 34. i sljedećima ovog mišljenja.

62 Moje isticanje.

63 Vidjeti točku 31. i sljedeće ovog mišljenja.

63. Napokon, što se tiče općenitijeg konteksta Uredbe br. 110/2008 i osobito njezina članka 16., M. Klotz pravilno ističe da bi, ako Sud presudi da je za utvrđivanje „aluzije” dovoljno da se pobuđuje bilo kakva asocijacija, to dovelo do nepredvidivog širenja područja primjene te uredbe i do znatnih opasnosti za slobodno kretanje roba, uzimajući u obzir da je zaštita industrijskog i trgovačkog vlasništva, kao što je ona iz navedene uredbe⁶⁴, jedan od mogućih razloga za opravdanje ograničenja te slobode⁶⁵.

64. Konkretnije, ako zaštitu oznake zemljopisnog podrijetla, u ovom slučaju „Scotch Whisky”, koja je propisana navedenim člankom 16. točkom (b) treba proširiti na uporabu izraza koji nije nimalo sličan potonjoj oznaci, proizvodi ili žigovi koji ničime ne upućuju na tekst navedene oznake također bi bili obuhvaćeni zabranom navedenom u toj odredbi. Iz toga proizlazi, kao što navodi nizozemska vlada, da bi mogućnosti proizvođača viskija, čija izvornost nije iz „Ujedinjene Kraljevine (Škotska)”⁶⁶, da se istaknu svojim vlastitim proizvodima ili žigovima time bila znatno smanjena⁶⁷.

65. Prema tome, predlažem da se na prvi dio drugog prethodnog pitanja *odgovori* da članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da „aluzija” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla koja je tom odredbom zabranjena ne zahtijeva da sporni naziv nužno bude fonetski i vizualno sličan predmetnoj oznaci, ali da ipak nije dovoljno da taj naziv može kod ciljanog potrošača pobuditi bilo kakvu asocijaciju na zaštićenu oznaku ili povezano zemljopisno područje. Kada takva sličnost ne postoji, treba uzeti u obzir konceptualnu bliskost koja, ovisno o slučaju, postoji između predmetne oznake i osporavanog naziva, pod uvjetom da ta bliskost dovodi do toga da se u mislima potrošača kao referentna slika pojavi proizvod s navedenom oznakom.

66. Što se tiče primjene tog zaključka u okviru *glavnog postupka*, podsjećam da je samo na sudu koji je uputio zahtjev, a ne na Sudu, da ocijeni postoji li u ovom slučaju „aluzija” u smislu navedenog članka 16. točke (b)⁶⁸, iako Sud ipak može dati pojašnjenja koja će voditi nacionalne sudove u njihovoj ocjeni⁶⁹.

67. U tom pogledu napominjem da je sud koji je uputio zahtjev, nakon što je podsjetio na argumente stranaka u glavnom postupku⁷⁰, naveo da je izraz „glen” riječ gaelskog podrijetla koja znači „uska dolina” te da 31 od 116 destilerija koje proizvode „Scotch Whisky”, odnosno viski škotskog podrijetla, nosi naziv *glena* u kojem se nalaze. Taj sud naglašava da, međutim, također postoje viskiji koji se

64 Vidjeti po analogiji presudu od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 80. i 81.).

65 U tom se pogledu M. Klotz osobito poziva na presudu od 20. svibnja 2003., Consorzio del Prosciutto di Parma i Salumificio S. Rita (C-108/01, EU:C:2003:296, t. 66. i navedena sudska praksa).

66 Zemlja podrijetla kako se navodi u Prilogu III. Uredbi br. 110/2008 za zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla „Scotch Whisky”.

67 Nizozemska vlada pravilno ističe da postoje veze između zaštite koja je Uredbom br. 110/2008 dodijeljena oznakama zemljopisnog podrijetla i slobode poduzetnika da odaberu ime proizvoda, bez obzira na to je li zaštićen pravom u području žigova, s obzirom na to da je cilj navedene uredbe spriječiti zlouporabu naziva „Scotch Whisky” za viski koji nije proizveden u Škotskoj, dok se pojedinačnom zaštitom žiga poduzetniku nastoji pružiti prilika da se istakne te spriječiti treće osobe da upotrebljavaju zaštićeni žig (o vezama članka 23. te uredbe s pravom u području žigova, vidjeti Blakeney, M., *The protection of geographical indications, Law and practice*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2014., str. 286.).

68 Iz ustaljene sudske prakse proizlazi da je, u okviru postupka iz članka 267. UFEU-a koji se temelji na jasnoj podjeli uloga između nacionalnih sudova i Suda, svaka ocjena činjenica u isključivoj nadležnosti nacionalnog suda (vidjeti osobito presude od 8. svibnja 2008., Danske Svineproducenter, C-491/06, EU:C:2008:263, t. 23., kao i od 25. listopada 2017., Polbud – Wykonawstwo, C-106/16, EU:C:2017:804, t. 27.), tim više što Sud ne raspolaže nužno svim podacima koji su za to neophodni (vidjeti osobito presude od 21. lipnja 2007., Omni Metal Service, C-259/05, EU:C:2007:363, t. 15., kao i od 9. veljače 2017., Madaus, C-441/15, EU:C:2017:103, t. 35.).

69 Vidjeti sudsku praksu navedenu u bilješki 9. ovog mišljenja.

70 Prema mišljenju TSWA-e, sporni znak, odnosno „Glen”, potječe iz *škotskog* gaelskog te se osobito upotrebljava u Škotskoj kao uobičajeni naziv za mjesto te vrlo često kao dio imena škotskih viskija, s kojima će europski i njemački potrošači na prvom mjestu povezivati tu riječ. Suprotno tome, prema mišljenju M. Klotza tim se izrazom ne obilježava škotsko podrijetlo jer je to uobičajena riječ u engleskom jeziku, koja dolazi iz *irskog* gaelskog te je dio imena mnogih gradova, rijeka i dolina koje se nalaze izvan Škotske, kao i viskija koji se proizvode u cijelom svijetu.

proizvode izvan Škotske koji sadržavaju izraz „glen” u svojem nazivu, kao što je viski „Glen Breton” iz Kanade⁷¹, „Glendalough” iz Irske i „Glen Els” iz Njemačke⁷². K tome, navodi anketu, koju je podnijela TSWA i koju osporava M. Klotz, iz koje proizlazi, među ostalim, da je 4,5 % ispitanih njemačkih potrošača viskija izjavilo da ih izraz „glen” asocira na škotski viski ili na nešto škotsko.

68. S obzirom na te elemente, slažem se sa stajalištem Komisije prema kojem nije sigurno da u okolnostima kao što su one u glavnom postupku postoji dovoljna konceptualna bliskost između zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla i osporavanog naziva kako bi se potonji naziv moglo smatrati „aluzijom” na tu oznaku u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008⁷³. U tom je pogledu samo na sudu koji je uputio zahtjev da provjeri pojavljuje li se „Scotch Whisky” u mislima prosječnog europskog potrošača⁷⁴ koji se susretne sa sličnim proizvodom koji je opisan kao „Glen”, unatoč činjenici da izbor potonjeg opisa za naziv viskija bez sumnje nije samo slučajan⁷⁵. Čak i ako se pretpostavi da taj sud smatra da potrošači sustavno povezuju izraz „Glen” s viskijem, ipak može nedostajati potrebna uska veza sa *škotskim* viskijem te stoga nužna bliskost s oznakom „Scotch Whisky”.

2. *Utjecaj eventualnih podataka koji se navode uz sporni znak s obzirom na članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 (drugi dio drugog pitanja)*

69. Drugi dio drugog prethodnog pitanja podliježe ocjeni Suda samo ako taj sud presudi da fonetska i vizualna sličnost nisu nužne i da bilo kakva jednostavna asocijacija na predmetnu registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zemljopisno područje može biti dovoljna za utvrđivanje postojanja „aluzije” na tu oznaku u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008.

70. S obzirom na odgovor koji preporučam da se pruži na prvi dio tog pitanja⁷⁶, smatram da je potrebno zauzeti stajalište o drugom dijelu tog pitanja.

71. Sud koji je uputio zahtjev pita Sud treba li u svrhu utvrđivanja konkretnog postojanja „aluzije”, zabranjene na temelju navedenog članka 16. točke (b), sporni element znaka analizirati odvojeno ili uzimajući u obzir kontekst u kojem se taj element upotrebljava, osobito kad sadržava takozvane „delokalizirajuće” oznake, kojima se pojašnjava pravo podrijetlo predmetnog proizvoda⁷⁷.

71 Komisija napominje da je TSWA bezuspješno pokušavala spriječiti da destilerija Glenora sa sjedištem u Novoj Škotskoj (Kanada) registrira žig „Glen Breton” (vidjeti presudu Cour d'appel fédérale (Savezni žalbeni sud), Kanada, od 22. siječnja 2009., Glenora Distillers International Ltd protiv The Scotch Whisky Association, 2009 FCA 16, (2010) 1 F. C. R. 195). Dodaje da se, suprotno tome, TSWA nije protivila registraciji žiga „Glen Buchenbach” u Njemačkoj 2013., o kojem je riječ u glavnom postupku. Ističem da TSWA također nije uspjela u Francuskoj zabraniti uporabu žiga „Wel Scotch” za pivo, na temelju članaka 10. i 16. Uredbe br. 110/2008 (vidjeti presudu Cour de cassation, Chambre commerciale (Žalbeni sud, Trgovačko vijeće) od 29. studenoga 2011., 10-25.703, objavljenu u glasniku).

72 M. Klotz pojašnjava da taj popis nije iscrpan, navodeći viski „Old Glen Malt Whisky” koji se proizvodi u Kentuckyju (Sjedinjene Američke Države) i viski koji proizvodi Castle Glen Distillery u Australiji. Međutim, valja podsjetiti da, kako bi ti podaci bili odlučujući, treba utvrditi da je prosječan europski potrošač toga svjestan.

73 Komisija tvrdi da izraz „Glen” ne stvara dovoljnu vezu sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla „Scotch Whisky” s obzirom na to da se svi škotski viskiji ne prodaju uz opisivanje „Glen”, da taj izraz nije naziv koji potrošači obično upotrebljavaju za škotski viski, da to nije riječ isključivo škotskog, već gaelskog podrijetla, koja se upotrebljava i u Irskoj te da se navedena anketa odnosi samo na njemačko tržište te se njome ne utvrđuje automatska asocijacija.

74 Kako je definiran u sudskoj praksi Suda navedenoj u točki 56. ovog mišljenja.

75 Komisija ističe da se ne može isključiti da je cilj uporabe riječi „Glen”, koja nema samostalno značenje u njemačkom jeziku, davanje određenog prestiža predmetnom proizvodu jer se upotrebljava i za određene vrhunske viskije, ali da se čini da se ovdje ipak radi tek o vještoj trgovačkoj strategiji, uzimajući u obzir da ne postoji dovoljna veza s registriranom oznakom „Scotch Whisky”.

76 Vidjeti točku 65. ovog mišljenja.

77 Što se tiče oznaka na etiketi proizvoda o kojem je riječ u glavnom postupku u pogledu njegova njemačkog podrijetla, vidjeti bilješku 37. ovog mišljenja.

72. Taj sud napominje da se u članku 16. točki (b) Uredbe br. 110/2008 izričito navodi da se „aluzij[a]” zabranjuje „čak kada je pravo podrijetlo proizvoda naznačeno”, što je pojašnjenje kojem može biti protivno uzimanje u obzir konteksta spornog elementa. Prema mišljenju tog suda, time se ipak nužno ne isključuje takvo uzimanje u obzir „prilikom prethodnog ispitivanja kojim se provjerava samo postojanje „aluzije”.

73. Nizozemska vlada smatra da ne treba razmatrati drugi dio drugog prethodnog pitanja zbog odgovora koji predlaže na njegov prvi dio. M. Klotz tvrdi da kontekst u kojem se sporni naziv nalazi treba imati ulogu u primjeni navedenog članka 16. točke (b)⁷⁸. Prema mišljenju talijanske vlade, to ovdje može biti slučaj, ali se nezakonita „aluzija” na temelju te odredbe ne može isključiti čak i ako je točna izvornost predmetnog proizvoda izričito navedena na potonjem proizvodu. TSWA, vlada Helenske Republike i francuska vlada te Komisija u biti smatraju da, prilikom ocjene postojanja „aluzije”, dodatne oznake na etiketi i pakiranju⁷⁹ predmetnog proizvoda ne mogu imati nikakvu ulogu, uključujući kada su uz sporni element navedene oznake koje se odnose na pravo podrijetlo proizvoda. Slažem se s tim potonjim mišljenjem, iz razloga koje ću navesti u nastavku.

74. *Kao prvo*, iz *teksta* članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008, koji prema mojem mišljenju nije dvosmislen, proizlazi da činjenica da se ciljani potrošači obavještavaju o „pravom podrijetlu proizvoda” nije element koji omogućuje ispravljanje zavaravajuće naravi osporavanog naziva, a stoga i isključenje mogućnosti da bude obuhvaćen kvalifikacijom „aluzije” u smislu te odredbe.

75. Drugim pojašnjenjima iz navedene točke (b), koja se odnose na slučajeve u kojima se zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla upotrebljava u prijevodu ili zajedno s izrazima olakotne naravi⁸⁰, prema mojem se mišljenju potkrjepljuje tumačenje u skladu s kojim, s obzirom na tu kvalifikaciju, nije relevantno to što se dodatni podaci o izvornosti pružaju putem opisivanja, prezentiranja ili označivanja, odnosno pakiranja⁸¹ predmetnog proizvoda.

76. *Kao drugo*, smatram, kao i TSWA, francuska vlada te Komisija, da se u *sudskoj praksi Suda* nalaze zaključci kojima se podupire navedeno tumačenje.

77. Naime, Sud je jasno naveo da eventualna uporaba podataka koji su izričito navedeni u navedenom članku 16. točki (b), osobito u pogledu pravog podrijetla proizvoda, „ne može izmijeniti [...] kvalifikaciju” „aluzije” u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008⁸².

78. K tome, Sud je presudio da nepostojanje bilo kakve vjerojatnosti dovođenja u zabludu ciljane javnosti zbog predmetnih proizvoda, ne stvara prepreku za kvalifikaciju „aluzije”⁸³.

78 Prema mišljenju M. Klotza, nužno se u obzir mora uzimati to da je sporni element „Glen” uključen u ukupni znak „Glen Buchenbach” te da na etiketi sadržava brojne podatke koji upućuju na pravo podrijetlo proizvoda, koje će potrošač uočiti istovremeno kad i znak „Glen Buchenbach” u cjelini.

79 U pogledu te specifične formulacije predloženog odgovora, vidjeti očitovanja koja je podnijela TSWA, navedena u bilješci 38. ovog mišljenja.

80 Vidjeti pregled tih drugih pojašnjenja u bilješci 42. ovog mišljenja.

81 Moguća sredstva informiranja koja se ne navode samo u točkama 14. do 17. Priloga I. Uredbi br. 110/2008 (u kojima se definiraju ta četiri pojma), već i izričito u njezinu članku 16. točki (c), u kojem se upućuje na oznake koje su sadržane kod „opisivanja, prezentiranja ili označivanja” proizvoda (tri izraza koja se također nalaze u naslovu navedene uredbe). U pogledu zatraženog tumačenja potonje odredbe, vidjeti točku 84. i sljedeće ovog mišljenja.

82 Vidjeti presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 43. i navedena sudska praksa), kao i, po analogiji, presudu od 4. ožujka 1999., Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, t. 29. i 43.).

83 Vidjeti presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 45., 51. i 52. kao i navedena sudska praksa). U pogledu zaštićene oznake izvornosti „Porto/Port” i žiga „Port Charlotte”, vidjeti također mišljenje nezavisnog odvjetnika M. Camposa Sánchez-Bordone u predmetu EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:394, t. 95. i sljedeće), kao i presudu od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 123.).

79. Prema tome, uporaba naziva koji je u smislu te odredbe kvalificiran kao „aluzija” na oznaku zemljopisnog podrijetla registriranu u Prilogu III. navedenoj uredbi ipak se ne može dopustiti s obzirom na posebne okolnosti proizvoda koji nosi taj nezakoniti naziv ili ako ne postoji vjerojatnost dovođenja u zabludu u pogledu proizvoda koji valjano nosi navedenu oznaku zemljopisnog podrijetla⁸⁴. Nacionalni sud koji je pokrenuo postupak stoga ne raspolaže kontekstualnom marginom prosudbe u tom pogledu⁸⁵.

80. Konkretnije, iz te sudske prakse proizlazi da je nevažno, s obzirom na navedeni članak 16. točku (b), to što sporni naziv odgovara imenu poduzetnika i/ili mjesta u kojem se proizvod proizvodi⁸⁶, kao što navodi M. Klotz, koji tvrdi da je oznaka „Glen Buchenbach” igra riječi sastavljena od imena mjesta podrijetla pića o kojemu je riječ u glavnom postupku (*Berglen*) i imena tamošnje rijeke (*Buchenbach*)⁸⁷.

81. Sud je također pojasnio da okolnost da sporni naziv upućuje na mjesto proizvodnje koje poznaju potrošači države članice u kojoj se taj proizvod proizvodi, nije relevantan čimbenik u okviru ocjene pojma „aluzija” u smislu navedene točke (b), s obzirom na to da ta odredba štiti registrirane oznake zemljopisnog podrijetla od svake aluzije na cijelom području Unije i da se, imajući u vidu potrebu jamčenja učinkovite i ujednačene zaštite navedenih oznaka na tom području, odnosi na sve potrošače s tog područja⁸⁸.

82. Ta je irelevantnost, prema mojem mišljenju, također valjana kada se radi o slučaju u kojem upućivanje na mjesto proizvodnje predmetnog proizvoda, kao što se čini da je slučaj u ovom glavnom postupku, nije sadržano samo u spornom nazivu kao takvom, već i u podacima kojima je potonji naziv nadopunjen⁸⁹.

83. Stoga predlažem da se na drugi dio drugog prethodnog pitanja *odgovori* da članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da u svrhu utvrđivanja postojanja „aluzije” koja je zabranjena tom odredbom ne treba uzimati u obzir dodatne podatke koji se navode uz sporni znak kod u opisivanja, prezentiranja ili označivanja predmetnog proizvoda, osobito u pogledu pravog podrijetla potonjeg proizvoda.

D. Utjecaj eventualnih podataka koji se navode uz sporni znak s obzirom na članak 16. točku (c) Uredbe br. 110/2008 (treće pitanje)

84. U okviru trećeg prethodnog pitanja Sud se poziva da, u svrhu utvrđivanja postojanja „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu, [...] a kojom se može stvoriti pogrešan dojam u vezi s njegovim podrijetlom” u smislu članka 16. točke (c) Uredbe br. 110/2008, presudi treba li uzimati u obzir kontekst u kojem je upotrijebljen sporni podatak, osobito kada potonji podatak sadržava naznaku o pravom podrijetlu predmetnog proizvoda.

84 Presuda od 21. siječnja 2016., *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 11., 12., 29., 49. i sljedeće), koja se odnosi na piće pod nazivom „Verlados”, u pogledu kojeg se navelo da to ime upućuje na ime poduzetnika (*Viiniverla*), kao i na selo (*Verla*, Finska) u kojem se proizvodilo to piće, a ne na francusku oznaku zemljopisnog podrijetla „Calvados”.

85 Točno je da je u presudi od 4. ožujka 1999., *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (C-87/97, EU:C:1999:115, t. 27. i 28.), Sud ocijenio relevantnim to da nacionalni sud uzme u obzir promidžbeni dokument za koji se čini da upućuje na to da fonetska sličnost između naziva „Cambozola” i „Gorgonzola” nije plod slučajnih okolnosti, ali samo kako bi se utvrdila ta analogija te stoga i utemeljila kvalifikacija „aluzije”.

86 Presuda od 21. siječnja 2016., *Viiniverla* (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 42. i sljedeće)

87 Isto tako nije relevantna činjenica da se proizvod po potrebi stavlja na tržište samo na lokalnoj razini i/ili u malim količinama (presuda od 21. siječnja 2016., *Viiniverla*, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 46. i 47.).

88 Vidjeti presudu od 21. siječnja 2016., *Viiniverla*, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 27.).

89 U ovom slučaju, podacima „Swabian [švapski]”, „Deutsches Erzeugnis [njemački proizvod]” i „Hergestellt in den Berglen [proizvedeno u Berglenu], koji se nalaze na etiketi proizvoda.

85. Sud koji je uputio zahtjev pojašnjava da se, u svrhu utvrđivanja postojanja oznake koja dovodi u zabludu u pogledu izvornosti u okviru glavnog postupka, pita treba li uzeti u obzir samo sporni element znaka, odnosno „Glen”, ili također i kontekst u kojem se taj element nalazi. Taj kontekst u ovom slučaju uključuje, među ostalim, izraz „Buchenbach” koji se nalazi iza izraza „Glen” u osporavanom nazivu, kao i druge podatke koji se nalaze na etiketi kojima se delokalizira⁹⁰.

86. U tom pogledu, M. Klotz i Komisija te nizozemska vlada u biti⁹¹ smatraju da u svrhu ocjene postojanja „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu” u smislu navedenog članka 16. točke (c), valja uzeti u obzir kontekst spornog znaka te osobito analizirati cjelokupnu etiketu. Prema mišljenju talijanske vlade, ispitivanjem navedenog konteksta ne može se isključiti mogućnost postojanja oznake koja dovodi u zabludu, čak i ako postoji podatak koji upućuje na pravo podrijetlo proizvoda. TSWA te vlada Helenske Republike i francuska vlada tvrde da je navedeni kontekst irelevantan za primjenu te odredbe, čak i ako su uz predmetni element navedeni podaci o pravom podrijetlu proizvoda. Slažem se s potonjim mišljenjem iz sljedećih razloga.

87. *Kao prvo*, što se tiče *teksta* članka 16. točke (c) Uredbe br. 110/2008, najprije naglašavam da se u toj odredbi ničime ne upućuje na elemente koji bi mogli okruživati sporno opisivanje ili bi se ono njima moglo dopuniti, odnosno čak ispraviti.

88. Potom, Komisija tvrdi, prema mojem mišljenju pogrešno, da „pridjev ‚svake’ kao i skupni navod ‚opisivanje, prezentiranje ili označivanje proizvoda’ nedvosmisleno upućuju na to da zajedno treba uzeti u obzir sve oznake o podrijetlu i, skupno, opisivanje, prezentiranje i označivanje” na način da se u glavnom postupku ocjena treba odnositi na ukupne podatke navedene na etiketi.

89. U tom pogledu ističem da je točno da su točke (a) i (b) u verziji na njemačkom jeziku⁹² tog članka 16., koje započinju izrazom „jede [svake]” iza kojeg slijedi jednina, formulirane drukčije u odnosu na točke (c) i (d) istog članka, u kojima je upotrijebljen izraz „alle [svih]” iza kojeg slijedi množina, što je konstrukcija koja možda može upućivati na ideju ukupnosti u pogledu dviju potonjih točaka.

90. Međutim, ta razlika u formulaciji različitih slučajeva iz navedenog članka 16. ne postoji u drugim jezičnim verzijama, u kojima izraz koji u biti znači „svaki” i koji je upotrijebljen na početku točke (c) kao i točaka (a) (b) i (d) navedenog članka, prema mojem mišljenju, ničime ne dovodi do toga da treba ispitati sve podatke koji se u ovom slučaju navode na etiketi kako bi se ocijenilo je li situacija kao što je ona iz glavnog postupka posebno obuhvaćena zabranom predviđenom u toj točki (c)⁹³.

90 Taj sud pojašnjava da, prema njegovu mišljenju, on treba odlučiti dovodi li izraz „Glen” ciljanu javnost u zabludu samo ako kontekst nema nikakvu ulogu. Suprotno tome, ako kontekst treba uzeti u obzir, TSWA ne može temeljiti svoju tužbu na članku 16. točki (c) Uredbe br. 110/2008 s obzirom na to da se ta tužba odnosi na jednostavnu zabranu uporabe tog izraza, neovisno o eventualnom postojanju takozvanih „delokalizirajućih” oznaka.

91 Konkretnije, prema mišljenju nizozemske vlade, „[n]e može biti riječ o oznaci koja je lažna ili dovodi u zabludu u smislu članka 16. točke (c) Uredbe br. 110/2008 ako se *ničime ne upućuje* na oznaku zemljopisnog podrijetla ili na izraz koji odgovara toj oznaci ili njezinu prijevodu *i ako isto etiketa proizvoda jasno upućuje na podrijetlo jakog alkoholnog pića*” (moje isticanje). Što se tiče prvog dijela tako predloženog odgovora, ta se vlada poziva na točku 60. presude od 14. srpnja 2011., Bureau national interprofessionnel du Cognac (C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484), u kojoj se navodi „uporaba žiga koji sadržava oznaku zemljopisnog podrijetla ili izraz koji odgovara toj oznaci i njezinu prijevodu”, što je navod za koji mi se ipak čini da se odnosi na činjenične okolnosti navedenog predmeta (vidjeti osobito točke 16. i 38. presude).

92 Jezik ovog postupka

93 Razlika postoji također u verziji na španjolskom jeziku („todo” iza čega u točkama (a) i (b) slijedi jednina; „cualquier” u točkama (c) i (d), ali bez uporabe množine koja postoji u njemačkoj verziji). Suprotno tome, istovjetna je riječ, čiji smisao upućuje na element koji se unutar cjeline razmatra zasebno, time što iza nje slijedi jednina, upotrijebljena u točki (c), kao i u točkama (a), (b) i (d), osobito u verzijama na danskom („enhver”), engleskom („any”), francuskom („toute”), talijanskom („qualsiasi”), portugalskom („qualquer”) i švedskom („varje”) jeziku.

91. Međutim, iz ustaljene sudske prakse proizlazi da odredbe prava Unije treba tumačiti i primjenjivati na ujednačen način, s obzirom na verzije sastavljene na svim jezicima Europske unije i da se u slučaju neslaganja između različitih jezičnih verzija dotična odredba mora tumačiti s obzirom na opću strukturu i cilj propisa kojeg je ona dio⁹⁴, a to su kriteriji zbog kojih sam sklon dati prednost tumačenju suprotnom onome koje predlaže Komisija⁹⁵.

92. Što se tiče izraza „oznak[a] koja je lažna ili dovodi u zabludu [...] kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja proizvoda”, ne vidim što je u potonjem nabranjanju, u kojem se uostalom navodi veznik „ili”⁹⁶, kojim se obično upućuje na alternativu, navelo Komisiju da zaključi da treba provesti ocjenu koja se kvalificira kao „skupna”, a u skladu s kojom treba uzimati u obzir ukupnost podataka koji se odnose na predmetni proizvod i koji se nalaze uz sporni znak, radi utvrđivanja čini li potonji znak „oznak[u] koja je lažna ili dovodi u zabludu” u smislu članka 16. točke (c) Uredbe br. 110/2008⁹⁷.

93. Nadalje, M. Klotz poziva se na izraze „kojom se može stvoriti pogrešan dojam u vezi s njegovim podrijetlom” koji su upotrijebljeni na kraju navedenog članka 16. točke (c). Tvrdi da, u slučaju da Sud presudi da za utvrđivanje postojanja „aluzije” u smislu točke (b) tog članka valja uputiti na konkretnu *percepciju cjeline* prosječnog potrošača, uobičajeno obaviještenog, razumno pažljivog i opreznog⁹⁸, *tim više* to vrijedi za ocjenu postojanja „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu” u smislu navedene točke (c). Međutim, taj je argument prema mojem mišljenju bespredmetan, uzimajući u obzir odgovor koji predlažem da se pruži na drugi dio drugog prethodnog pitanja⁹⁹.

94. Osobno smatram da bi, da je zakonodavac Unije stvarno namjeravao dopustiti da se oznaka, koja je *sama po sebi* lažna ili dovodi u zabludu u smislu članka 16. točke (c) te uredbe, ipak može odobriti zbog dodatnih informacija koje se nalaze uz navedenu oznaku, takvo ograničenje područja primjene te odredbe bilo izričito predviđeno, osobito s obzirom na ciljeve zaštite koji se nastoje ostvariti¹⁰⁰.

95. *Kao drugo*, što se tiče *konteksta* točke (c) navedenog članka 16., slažem se sa stajalištem koje je iznijela Komisija u dijelu u kojem napominje da slučaj predviđen tom odredbom treba razlikovati od onih predviđenih u točkama (a) i (b) istog članka¹⁰¹, ali ja smatram da iz opće strukture te točke (c) ne proizlazi da se ispitivanje cjelokupne etikete nameće u slučaju predviđenom tom točkom.

96. Kao što je već naglasio nezavisni odvjetnik M. Campos Sánchez-Bordona u pogledu odredbe prava Unije koja je slična članku 16. Uredbe br. 110/2008¹⁰², smatram da taj članak sadržava stupnjevitost nabranjanje zabranjenih radnji među kojima se točka (c) razlikuje od dvije prethodne odredbe. Naime, dok se točka (a) navedenog članka 16. ograničava na radnje koje se odnose na uporabu zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla, a njegova točka (b) na radnje zlouporabe, imitacije ili aluzije, točka (c)

94 Vidjeti osobito presude od 26. srpnja 2017., Mengesteab (C-670/16, EU:C:2017:587, t. 82.), kao i od 12. listopada 2017., Lombard Ingtalan Lízing (C-404/16, EU:C:2017:759, t. 21.).

95 U pogledu normativnog sustava kojem pripada članak 16. točka (c) Uredbe br. 110/2008 i ciljeva potonje uredbe, vidjeti točku 95. i sljedeće ovog mišljenja.

96 Uključujući u verziji navedenog članka 16. točke (c) na njemačkom jeziku.

97 Čini mi se da se tim izrazom samo pojašnjava da oznaka za koju se sumnja da je lažna ili da dovodi u zabludu može biti dio jednog ili drugog od te tri navedene radnje, a da se ne odlučuje o pitanju treba li navedenu oznaku ispitati pojedinačno ili zajedno s drugim podacima koji su eventualno također navedeni u opisivanju, prezentiranju ili označivanju.

98 Francuska vlada također smatra da, u svrhu utvrđivanja može li se spornom oznakom „stvoriti pogrešan dojam u vezi s njegovim podrijetlom” u smislu točke (c) navedenog članka 16., treba biti relevantna percepcija „prosječnog potrošača, uobičajeno obaviještenog, razumno pažljivog i opreznog”, kao što je Sud presudio u pogledu točke (b) tog istog članka (vidjeti presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 28.). Napominjem, međutim, da se Sudu u ovom slučaju ne postavlja pitanje u tom pogledu.

99 Odgovor u skladu s kojim ne treba uzimati u obzir elemente konteksta spornog znaka radi utvrđivanja postojanja „aluzije” u smislu navedene točke (b) (vidjeti točku 69. i sljedeće ovog mišljenja).

100 U pogledu ciljeva predmetnih pravila, vidjeti točku 98. i sljedeće ovog mišljenja.

101 Prema mišljenju Komisije, „[t]reći slučaj zaštite predviđen točkom (c) razlikuje se od prva dva s obzirom na to da sporni izraz kod potrošača automatski ne pobuđuje asocijaciju na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla”.

102 Odnosno članak 118.m stavak 2. Uredbe br. 1234/2007 (vidjeti također bilješke 32. i 33. ovog mišljenja).

širi opseg zaštite uključivanjem „oznaka” (odnosno informacija koje se pružaju potrošaču) navedenih kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja predmetnog proizvoda, koje su, iako ne podsjećaju na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla u punom smislu, kvalificirane kao da „lažu ili obmanjuju” u pogledu povezanosti proizvoda s tom oznakom¹⁰³.

97. Međutim, prema mojem mišljenju, ne može se na temelju razlike u formulaciji i doseg, koja je utvrđena između točaka (a), (b) i (c) navedenog članka 16., zaključiti da potonju točku nužno treba tumačiti na način da treba uzimati u obzir sve druge informacije koje se osobito nalaze na etiketi predmetnog proizvoda kako bi se ocijenilo čini li sporni naziv „oznak[u] koja je lažna ili dovodi u zabludu” u smislu te odredbe. Čini mi se da, naprotiv, tu ocjenu treba usmjeriti na samu spornu oznaku, razmatranu zasebno, a da se informacijama koje se navode uz tu oznaku ne može dovesti u pitanje takva kvalifikacija, uz opasnost da se u suprotnom izgubi njezin koristan učinak iz navedene točke (c), koji prema mojem mišljenju treba široko primijeniti, kao što ću sada izložiti.

98. *Kao treće*, uzimanjem u obzir *ciljeva* Uredbe br. 110/2008 općenito, a osobito analiziranih odredbi, omogućuje se, prema mojem mišljenju, potkrjepljivanje tumačenja koje zagovaram.

99. Kao što sam već naveo¹⁰⁴, čini mi se da je cilj odredbi Uredbe br. 110/2008 te osobito onih iz njezina članka 16., zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla registriranih u Prilogu III. toj uredbi, koja je istodobno u interesu potrošača koji neprikladnim oznakama ne smiju biti dovedeni u zabludu te u interesu gospodarskih subjekata koji snose povišene troškove kako bi zajamčili kvalitetu proizvoda koji zaslužuju te oznake, subjekata koji moraju biti zaštićeni od nepoštenog tržišnog natjecanja.

100. Što se tiče, konkretnije, točke (c) navedenog članka 16., čini mi se da mu je zakonodavac Unije namjeravao dodijeliti dosta široko područje primjene kako bi osigurao da se prethodno navedeni ciljevi mogu ostvariti. Naime, kao i francuska vlada, smatram da izraz „svake oznake” koji je upotrijebljen u toj odredbi može uključivati bilo koju vrstu naznaka ili znaka, osobito teksta, slike ili sadržaja koji mogu pružiti informacije o osobinama proizvoda. K tome je, prema mojem mišljenju, na temelju fleksibilne formulacije položaja iz navedene točke (c)¹⁰⁵ moguće smatrati da se bilo kojim elementom jedne od tri radnje navedene u toj točki, u ovom slučaju podatkom na etiketi predmetnog pića, samim po sebi „može stvoriti pogrešan dojam u vezi s njegovim podrijetlom” u smislu te odredbe. Stoga, sadržaj ostatka označivanja predmetnog proizvoda ne može, prema mojem mišljenju, biti protuteža naravi osporavane oznake koja je eventualno lažna ili dovodi u zabludu, čak i ako su uz potonju oznaku navedeni podaci o pravom podrijetlu proizvoda.

101. Drugim riječima, kao što ističe francuska vlada, postizanje navedenih ciljeva bilo bi ugroženo ako bi se zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla mogla ograničiti okolnošću da se uz oznaku, koja je sama po sebi lažna ili dovodi u zabludu u smislu članka 16. točke (c) Uredbe br. 110/2008, navode dodatni podaci, zato što bi prihvaćanje takvog tumačenja dovelo do dopuštanja uporabe takve oznake ako se uz nju navode točni podaci kojima se na neki način nadoknađuje zavaravajuća narav potonje oznake.

103 Vidjeti u tom smislu mišljenje nezavisnog odvjetnika M. Camposa Sánchez-Bordone u predmetu Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (C-393/16, EU:C:2017:581, t. 46. i 104.).

104 Vidjeti točku 36. i sljedeće ovog mišljenja.

105 Odnosno „svake oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu [...] kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja proizvoda”.

102. *Napokon*, što se tiče *prenošenja sudske prakse koja se odnosi na Direktivu 2000/13/EZ*¹⁰⁶, koja je stavljena izvan snage Uredbom (EU) br. 1169/2011¹⁰⁷, za koje mi se čini da ga je predložila Komisija¹⁰⁸, sumnjam da je to prenošenje zaista relevantno za odgovor na treće prethodno pitanje.

103. Naime, cilj je Uredbe br. 110/2008, čije se tumačenje ovdje traži, različit od cilja Direktive 2000/13 jer se potonjom direktivom općenito i horizontalno¹⁰⁹ uređuju „označivanje hrane [...] kao i [...] određen[i] aspekt[i] prezentiranja i oglašavanja”¹¹⁰, dok se Uredbom br. 110/2008, donesenom kasnije, posebno i vertikalno uređuju „definiranj[e], opisivanj[e], prezentiranj[e], označivanj[e] i zaštit[a] oznaka zemljopisnog podrijetla jakih alkoholnih pića”¹¹¹. Iz toga proizlaze razlike u pogledu ciljeva, kao i opsega zaštite koja se dodjeljuje s pomoću tih dvaju pravnih instrumenata, razlike koje se prema mojem mišljenju moraju uzimati u obzir, unatoč činjenici da oznaka zemljopisnog naziva na etiketi takvih pića katkad istodobno može biti obuhvaćena njihovim područjima primjene¹¹².

104. Konkretnije, s obzirom na tekst članka 2. stavka 1. točke (a) podtočke i. Direktive 2000/13 na koji se odnosi sudska praksa navedena u očitovanjima Komisije, smatram da sadržaj te odredbe koji se odnosi na „[p]rakse poštenog informiranja”¹¹³, nije uistinu istovjetan, barem ne u bitnome, sadržaju članka 16. točke (c) Uredbe br. 110/2008, članka koji se odnosi na „[z]aštit[u] oznaka zemljopisnog podrijetla”¹¹⁴, na koji se odnosi treće ovdje postavljeno pitanje.

105. Nadalje, ističem da je točno da je Sud u toj sudskoj praksi odlučio u korist ispitivanja sporne situacije koje uključuje sve informacije na etiketi predmetnog proizvoda¹¹⁵, odnosno čak određenih vanjskih činjeničnih elemenata¹¹⁶, kako bi se utvrdilo može li naziv dovesti potrošače u zabludu¹¹⁷, ali taj je sud to ipak učinio samo u pogledu *neregistriranih* podataka u pogledu oznake izvornosti ili oznake zemljopisnog podrijetla koja je zaštićena na razini Unije¹¹⁸, što je pretpostavka koja ne odgovara okolnostima ovog slučaja, u kojem je riječ o zaštiti te naravi. Stoga mi se ne čini primjerenim rasuđivanje po analogiji s navedenom sudskom praksom u takvom kontekstu.

106 Direktiva Europskog parlamenta i Vijeća od 20. ožujka 2000. o usklađivanju zakonodavstava država članica o označivanju, prezentiranju i oglašavanju hrane (SL 2000., L 109, str. 29.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 7., str. 77.)

107 Uredba Europskog parlamenta i Vijeća od 25. listopada 2011. o informiranju potrošača o hrani, izmjeni uredbi (EZ) br. 1924/2006 i (EZ) br. 1925/2006 Europskog parlamenta i Vijeća te o stavljanju izvan snage Direktive Komisije 87/250/EEZ, Direktive Vijeća 90/496/EEZ, Direktive Komisije 1999/10/EZ, Direktive 2000/13/EZ Europskog parlamenta i Vijeća, direktiva Komisije 2002/67/EZ i 2008/5/EZ i Uredbe Komisije (EZ) br. 608/2004 (SL 2011., L 304, str. 18.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 15., svezak 20., str. 168.)

108 Komisija tvrdi da je njezino mišljenje, u kojem se zalaže za ispitivanje cjelokupne etikete, „u skladu sa sudskom praksom koja se odnosi na tumačenje članka 7. stavka 1. [točke] (a) Uredbe br. 1169/2011, u kojoj se ukupni dojam također uzima u obzir”, navodeći presude od 10. rujna 2009., Severi (C-446/07, EU:C:2009:530, t. 58. i sljedeće), kao i od 4. lipnja 2015., Teekanne (C-195/14, EU:C:2015:361, t. 36. do 42.). Navedeni se odlomci zapravo odnose na tumačenje članka 2. točke (a) podtočke i. Direktive 2000/13 kojim se predviđa da označivanje i korištene metode ne smiju biti takve da dovode kupca u zabludu, a naročito u pogledu karakteristika hrane te pogotovo njene prirode, identiteta, osobina, sastava, količine, trajnosti, podrijetla, metode izrade ili proizvodnje, što je odredba koja je u biti istovjetna prethodno navedenoj odredbi članka 7. Uredbe br. 1169/2011.

109 U skladu s uvodnim izjavama 4. i 5. Direktive 2000/13, njezina je svrha „donošenje općih pravila Zajednice koja se horizontalno primjenjuju na svu hranu stavljenju na tržište”, dok bi se „posebna pravila koja se vertikalno primjenjuju samo na određenu hranu trebala [...] utvrditi u odredbama koje se odnose na te proizvode”.

110 U skladu s člankom 1. stavkom 1. Direktive 2000/13

111 U uvodnoj izjavi 9. Uredbe br. 110/2008 naglašava se ta neujednačenost s Direktivom 2000/13, iako se određenim odredbama navedene uredbe (osobito člankom 8., člankom 9. stavkom 9. i člankom 11. stavkom 4.) upućuje na tu direktivu.

112 U pogledu razlika između Direktive 2000/13 i Uredbe Vijeća (EEZ) br. 2081/92 od 14. srpnja 1992. o zaštiti oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda (SL 1992., L 208, str. 1.) također vidjeti presudu od 10. rujna 2009., Severi (C-446/07, EU:C:2009:530, t. 58.) i mišljenje nezavisne odvjetnice E. Sharpston u predmetu Severi (C-446/07, EU:C:2009:289, t. 47. do 49.).

113 Kao što proizlazi iz naslova članka 7. Uredbe br. 1169/2011, koji odgovara članku 2. Direktive 2000/13 (vidjeti bilješku 108. ovog mišljenja).

114 Kao što proizlazi iz naslova navedenog članka 16.

115 U presudi od 4. lipnja 2015., Teekanne (C-195/14, EU:C:2015:361, t. 37. do 44.), Sud je presudio da nacionalni sudovi moraju zajedno ispitati različite elemente od kojih se označivanje sastoji, osobito popis sastojaka naveden na pakiranju.

116 U presudi od 10. rujna 2009., Severi (C-446/07, EU:C:2009:530, t. 62. i 63.), Sud je presudio da nacionalni sudovi mogu uzimati u obzir trajanje uporabe naziva, ali ne eventualnu dobru vjeru proizvođača ili trgovca na malo.

117 Pritom valja podsjetiti da se članak 16. točka (c) Uredbe br. 110/2008 pak odnosi na slučaj „oznake [...] kojom se može stvoriti pogrešan dojam u vezi s njegovim podrijetlom”.

118 Vidjeti presude od 10. rujna 2009., Severi (C-446/07, EU:C:2009:530, t. 59. i 63.), kao i od 4. lipnja 2015., Teekanne (C-195/14, EU:C:2015:361, t. 27. do 29.).

106. Stoga predlažem da se na treće prethodno pitanje *odgovori* da članak 16. točku (c) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da u svrhu utvrđivanja postojanja „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu”, koja je zabranjena tom odredbom, ne treba uzimati u obzir dodatne podatke koji se navode uz sporni znak kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja predmetnog proizvoda, osobito u pogledu pravog podrijetla potonjeg proizvoda.

107. Što se tiče *ovog slučaja*, s obzirom na prethodno navedena načela podjele nadležnosti između nacionalnih sudova i Suda¹¹⁹, samo ću istaknuti da, ako taj sud prihvati prethodno predloženo tumačenje, sumnjam da treba primijeniti navedenu zabranu u okolnostima poput onih u glavnom postupku, s obzirom na to da sporni izraz „Glen” nije dovoljno izravno i usko povezan s predmetnom zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla „Scotch Whisky”, a čak ni sa zemljom s kojom se povezuje, odnosno „Ujedinjen[om] Kraljevin[om] (Škotska)”, kako bi se smatralo da je taj izraz „znak[a] koja je lažna ili dovodi u zabludu, [...] a kojom se može stvoriti pogrešan dojam u vezi s njegovim podrijetlom”¹²⁰.

108. Podredno, u slučaju da Sud navedenu točku (c) tumači na način da ispitivanje mora uključivati sve podatke koji se nalaze uz sporni znak, smatram da to ispitivanje logično treba *a fortiori* dovesti do istog konkretnog rezultata. Naime, ako u ovom slučaju treba uzeti u obzir sve elemente koji se nalaze na etiketi, a u kojima se izričito navodi točno podrijetlo predmetnog proizvoda, kao što ističe Komisija, čini se teško zamislivim uporabu izraza „Glen” smatrati obuhvaćenom zabranom navedenom u toj odredbi¹²¹.

V. Zaključak

109. S obzirom na prethodna razmatranja, predlažem Sudu da na prethodna pitanja koja je uputio Landgericht Hamburg (Zemaljski sud u Hamburgu, Njemačka) odgovori na sljedeći način:

1. Članak 16. točku (a) Uredbe (EZ) br. 110/2008 Europskog parlamenta i Vijeća od 15. siječnja 2008. o definiranju, opisivanju, prezentiranju, označivanju i zaštiti oznaka zemljopisnog podrijetla jakih alkoholnih pića i stavljanju izvan snage Uredbe Vijeća (EEZ) br. 1576/89 treba tumačiti na način da „neizravn[a] [...] uporab[a]” registrirane oznake zemljopisnog podrijetla koja je zabranjena tom odredbom zahtijeva da sporni naziv bude istovjetan ili fonetski i/ili vizualno sličan predmetnoj oznaci. Stoga nije dovoljno da taj naziv može kod ciljanog potrošača pobuditi bilo kakvu asocijaciju na oznaku ili povezano zemljopisno područje.
2. Članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da „aluzija” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla koja je zabranjena tom odredbom ne zahtijeva da sporni naziv nužno bude fonetski i vizualno sličan predmetnoj oznaci, ali da ipak nije dovoljno da taj naziv može kod ciljanog potrošača pobuditi bilo kakvu asocijaciju na zaštićenu oznaku ili povezano zemljopisno područje. Kada takva sličnost ne postoji, treba uzeti u obzir konceptualnu bliskost koja, ovisno o slučaju, postoji između predmetne oznake i osporavanog naziva, pod uvjetom da ta bliskost dovodi do toga da se u mislima potrošača kao referentna slika pojavi proizvod s navedenom oznakom.

¹¹⁹ Vidjeti osobito točku 66. ovog mišljenja.

¹²⁰ Vidjeti i bilješku 75. ovog mišljenja.

¹²¹ Komisija pravilno naglašava da etiketa, kojom se nipošto ne pojačava blagi učinak oznake „Glen”, naprotiv sadržava niz podataka navedenih dovoljno velikim slovima tako da je nemoguće da potrošač može vjerovati da je riječ o škotskom proizvodu. Naime, ne samo da se riječ „Glen” upotrebljava zajedno s imenom mjesta „Buchenbach” koje očito ima njemački prizvuk, nego je k tome pojašnjeno da se radi o „švapskom” viskiju, „njemačkom proizvodu” koji proizvodi destilerija Waldhorn koja se nalazi u Berglenu, te se iznad tih podataka nalazi stilizirani crtež lovačkog roga („Waldhorn” na njemačkom), koji za razliku od gajdi nije tipičan za Škotsku.

U svrhu utvrđivanja postojanja „aluzije” koja je zabranjena na temelju navedenog članka 16. točke (b), ne treba uzimati u obzir dodatne informacije koje se navode uz sporni znak kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja predmetnog proizvoda, osobito u pogledu pravog podrijetla potonjeg proizvoda.

3. Članak 16. točku (c) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da u svrhu utvrđivanja postojanja „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu”, koja je zabranjena tom odredbom, ne treba uzimati u obzir dodatne podatke koji se navode uz sporni znak kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja predmetnog proizvoda, osobito u pogledu pravog podrijetla potonjeg proizvoda.