



Zbornik sudske prakse

PRESUDA SUDA (peto vijeće)

7. lipnja 2018.*

„Zahtjev za prethodnu odluku – 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 proizveden u Njemačkoj koji se distribuira pod nazivom ‚Glen Buchenbach‘”

U predmetu C-44/17,

povodom zahtjeva za prethodnu odluku na temelju članka 267. UFEU-a, koji je uputio Landgericht Hamburg (Zemaljski sud u Hamburgu, Njemačka), odlukom od 19. siječnja 2017., koju je Sud zaprimio 27. siječnja 2017., u postupku

Scotch Whisky Association

protiv

Michaela Klotza,

SUD (peto vijeće),

u sastavu: J. L. da Cruz Vilaça, predsjednik vijeća, E. Levits, A. Borg Barthet, M. Berger (izvjestitelj) i F. Biltgen, suci,

nezavisni odvjetnik: H. Saugmandsgaard Øe,

tajnik: A. Calot Escobar,

uzimajući u obzir pisani postupak,

uzimajući u obzir očitovanja koja su podnijeli:

- za Scotch Whisky Association, K. H. Reuer i W. Baars, *Rechtsanwältinnen*,
- za M. Klotza, S. J. Mühlberger, *Rechtsanwalt*,
- za vladu Helenske Republike, G. Kanellopoulos, E. Leftheriotou, M. Tassopoulou i E. Chroni, u svojstvu agenata,
- za francusku vladu, D. Colas, S. Horrenberger i E. de Moustier, u svojstvu agenata,
- za talijansku vladu, G. Palmieri, u svojstvu agenta, uz asistenciju F. Varrone, *avvocato dello Stato*,

* Jezik postupka: njemački

- za nizozemsku vladu, M. K. Bulterman i C. S. Schillemans, u svojstvu agenata,
 - za Europsku komisiju, B. Eggers, D. Bianchi i I. Naglis, u svojstvu agenata,
- saslušavši mišljenje nezavisnog odvjetnika na raspravi održanoj 22. veljače 2018.,
- donosi sljedeću

Presudu

- 1 Zahtjev za prethodnu odluku odnosi se na tumačenje članka 16. točaka (a), (b) i (c) 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 (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.).
- 2 Zahtjev je upućen u okviru spora između Scotch Whisky Associationa i Michaela Klotza, distributera viskija na internetu, povodom tužbe kojom se od potonjeg traži da prestane distribuirati viski koji se proizvodi u Njemačkoj pod nazivom „Glen Buchenbach”.

Pravni okvir

- 3 Uvodna izjava 2. Uredbe br. 110/2008 predviđa:

„Sektor jakih alkoholnih pića važan je za potrošače, proizvođače i poljoprivredni sektor u [Europskoj uniji]. Mjere koje se primjenjuju na sektor jakih alkoholnih pića trebale bi doprinijeti postizanju visoke razine zaštite potrošača, sprečavanju zavaravajuće prakse te ostvarivanju transparentnosti tržišta i poštenog tržišnog natjecanja. [...]”

- 4 Sukladno uvodnoj izjavi 4. te uredbe:

„Kako bi se osigurao sustavniji pristup zakonodavstvu kojim se reguliraju jaka alkoholna pića, ovom bi se Uredbom trebali jasno odrediti kriteriji za proizvodnju, opisivanje, prezentiranje i označivanje jakih alkoholnih pića, kao i za zaštitu oznaka zemljopisnog podrijetla.”

- 5 Uvodna izjava 14. navedene uredbe glasi ovako:

„Budući da se Uredba Vijeća (EZ) br. 510/2006 od 20. ožujka 2006. o zaštiti oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda [(SL 2006., L 93, str. 12.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 3., svezak 4., str. 184.), kako je izmijenjena Uredbom Vijeća (EZ) br. 1791/2006 od 20. studenoga 2006. (SL 2006., L 363, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 1., svezak 1., str. 187.)] ne primjenjuje na jaka alkoholna pića, u ovoj bi Uredbi trebalo utvrditi pravila za zaštitu oznaka zemljopisnog podrijetla jakih alkoholnih pića. Oznake zemljopisnog podrijetla trebalo bi registrirati, uz identifikaciju jakih alkoholnih pića kao proizvoda koji su podrijetlom s državnog područja pojedine države, ili regije ili lokaliteta na tom državnom području, čija se određena kakvoća, ugled ili druga svojstva jakog alkoholnog pića uglavnom mogu pripisati njegovom zemljopisnom podrijetlu.”

- 6 Članak 16. Uredbe br. 110/2008, naslovljen „Zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla”, predviđa:
- „[...] [O]znake zemljopisnog podrijetla registrirane u Prilogu III. zaštićene su 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.”
- 7 U Prilogu III. toj uredbi, naslovljenom „Oznake zemljopisnog podrijetla”, navodi se da je „Scotch Whisky” registriran kao oznaka zemljopisnog podrijetla za kategoriju proizvoda br. 2, odnosno kategoriju „Whisky/whiskey”, te da je zemlja njegova podrijetla Ujedinjena Kraljevina (Škotska).

Glavni postupak i prethodna pitanja

- 8 Scotch Whisky Association organizacija je osnovana u skladu sa škotskim pravom, među ostalim s ciljem osiguravanja zaštite trgovine škotskim viskijem kako u Škotskoj tako i u inozemstvu.
- 9 M. Klotz prodaje putem internetske stranice viski pod nazivom „Glen Buchenbach” proizveden u destileriji Waldhorn, smještenoj u Berglenu, u dolini Buchenbach, Švapska (Njemačka).
- 10 Etiketa na bocama spornog viskija sadržava stilizirani crtež lovačkog roga (*Waldhorn* na njemačkom jeziku) i sljedeće podatke: „*Waldhornbrennerei*” (destilerija Waldhorn), „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).
- 11 Scotch Whisky Association je pred Landgerichtom Hamburg (Zemaljski sud u Hamburgu, Njemačka) podnio tužbu kojom je među ostalim zahtijevao da se taj viski – koji nije *scotch whisky* – prestane prodavati pod nazivom „Glen Buchenbach”, s obrazloženjem da je korištenje tog naziva posebno u suprotnosti s člankom 16. točkama (a), (b) i (c) Uredbe br. 110/2008, kojim se štite oznake zemljopisnog podrijetla registrirane u Prilogu III. toj uredbi, među kojima je i „Scotch Whisky”.
- 12 Scotch Whisky Association tvrdi da te odredbe predviđaju da se oznaka zemljopisnog podrijetla za jako alkoholno piće ne registrira samo protiv korištenja takve oznake već i svakog podatka kojim se sugerira na zemljopisno podrijetlo te oznake. Smatra međutim da naziv „Glen”, zbog njegove vrlo široke uporabe u Škotskoj umjesto riječi „*valley*” i posebno kao elementa žiga u imenu škotskih viskija, kod ciljane javnosti pobuđuje asocijaciju na Škotsku i na Scotch Whisky, unatoč dodavanju drugih podataka na etiketi kojima se precizira njemačko podrijetlo spornog proizvoda. M. Klotz je zatražio da se ta tužba odbije.

- 13 Landgericht Hamburg (Zemaljski sud u Hamburgu) navodi da ishod navedene tužbe ovisi o tumačenju koje treba dati članku 16. točkama (a), (b) i (c) Uredbe br. 110/2008. Odlučio je stoga 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, da se registrirana oznaka zemljopisnog podrijetla upotrebljava fonetski i/ili vizualno u istom ili sličnom obliku, ili je dovoljno da sporni element znaka kod ciljane javnosti pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zemljopisno područje?

Ako se prihvati drugi dio alternative: prilikom provjere postoji li ‚neizravna komercijalna uporaba’, igra li ulogu i okruženje u kojem se sporni element znaka nalazi, ili to okruženje ne može priječiti postojanje neizravne komercijalne uporabe registrirane oznake zemljopisnog podrijetla 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 vizualne sličnosti između registrirane oznake zemljopisnog podrijetla i spornog elementa znaka, ili je dovoljno da sporni element znaka kod ciljane javnosti pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili zemljopisno područje?

Ako se prihvati drugi dio alternative: prilikom provjere postoji li ‚aluzija’ igra li ulogu i okruženje u kojem se sporni element znaka nalazi ili to okruženje ne može priječiti postojanje nezakonite aluzije kroz sporni element znaka čak ni ako je uz sporni element znaka navedeno i pravo podrijetlo proizvoda?

3. Prilikom provjere postoji li ‚oznak[a] koja je lažna ili dovodi u zabludu’, u skladu s člankom 16. točkom (c) Uredbe [...] br. 110/2008, igra li ulogu i okruženje u kojem se sporni element znaka nalazi ili to okruženje ne može priječiti postojanje podatka koji dovodi u zabludu čak ni ako je uz sporni element znaka navedeno i pravo podrijetlo proizvoda?”

O zahtjevu za ponovno otvaranje usmenog dijela postupka

- 14 Nakon iznošenja mišljenja nezavisnog odvjetnika Scotch Whisky Association je dopisom od 15. ožujka 2018. zatražio da se u skladu s člankom 83. Poslovnika Suda odredi ponovno otvaranje usmenog dijela postupka.

15 U prilog tom zahtjevu Scotch Whisky Association u bitnome tvrdi da se argumentacija koju je nezavisni odvjetnik iznio u točkama 66. do 68. te 107. i 108. svojeg mišljenja temelji na nepotpunom i netočnom prikazu činjeničnog okvira kako je utvrđen u odluci kojom se upućuje zahtjev, pa je ta argumentacija pogrešna. Scotch Whisky Association bi htio imati mogućnost odgovoriti na tu argumentaciju u okviru rasprave te tom prilikom ispraviti i dopuniti navedeni činjenični okvir.

16 U tom smislu valja podsjetiti da Sud na temelju članka 83. svojeg poslovnika može u svakom trenutku, nakon što sasluša nezavisnog odvjetnika, odrediti otvaranje ili ponovno otvaranje usmenog dijela postupka, osobito ako smatra da stvar nije dovoljno razjašnjena ili ako stranka po zatvaranju ovog dijela postupka iznese novu činjenicu koja je takve prirode da ima odlučujući utjecaj na odluku Suda, ili pak ako je u predmetu potrebno odlučiti na temelju argumenta o kojem se nije raspravljalo među strankama ili zainteresiranim osobama iz članka 23. Statuta Suda Europske unije.

17 To u ovom predmetu nije slučaj. Sud naime, nakon što je saslušao nezavisnog odvjetnika, smatra da je stvar dovoljno razjašnjena za donošenje odluke i da u ovom predmetu nije potrebno odlučiti na temelju argumenata o kojima se među tim strankama ili zainteresiranim osobama nije raspravljalo.

- 18 Nadalje, ne postoji tvrdnja da je nakon zatvaranja usmenog dijela ovog postupka jedna od stranaka iz glavnog postupka ili jedna od navedenih zainteresiranih osoba iznijela novu činjenicu koja je takve prirode da ima odlučujući utjecaj na odluku Suda.
- 19 Stoga zahtjev Scotch Whisky Associationa za ponovno otvaranje usmenog dijela postupka valja odbiti.

O prethodnim pitanjima

Uvodne napomene

- 20 U okviru ovog predmeta obje stranke iz glavnog postupka iznijele su prigovore i protiv formulacije i protiv sadržaja odluke kojom se upućuje zahtjev.
- 21 S jedne strane, Scotch Whisky Association prigovara sudu koji je uputio zahtjev da je prethodna pitanja krivo formulisao te u svojim pisanim očitovanjima predlaže da ih preformulira.
- 22 U tom pogledu dovoljno je podsjetiti da su prema ustaljenoj sudskoj praksi samo nacionalni sudovi, koji odlučuju o sporu i moraju preuzeti odgovornost za sudsku odluku, nadležni ocjenjivati, s obzirom na okolnosti svakog pojedinog predmeta, kako postojanje potrebe za upućivanjem prethodnog pitanja radi donošenja presude tako i važnost pitanja koja postavljaju Sudu (presuda od 4. travnja 2000., Darbo, C-465/98, EU:C:2000:184, t. 19.). Konkretno, samo je na sudu koji upućuje zahtjev da utvrdi i formuliра takva pitanja. Stranke iz glavnog postupka im ne mogu mijenjati sadržaj (presude od 18. srpnja 2013., Consiglio Nazionale dei Geologi, C-136/12, EU:C:2013:489, t. 29. i 31. te navedena sudska praksa i od 6. listopada 2015., T-Mobile Czech Republic i Vodafone Czech Republic, C-508/14, EU:C:2015:657, t. 28. i navedena sudska praksa). Prema tome, ne može se prihvatiti zahtjev stranke iz glavnog postupka da se postavljena pitanja preformuliraju na način kako to ona predlaže.
- 23 S druge strane, M. Klotz smatra da je sud koji je uputio zahtjev činjenice iz glavnog postupka iznio skraćeno i nepotpuno te dostavlja informacije za upotpunjavanje tog prikaza.
- 24 Međutim, valja s jedne strane podsjetiti da u okviru postupka suradnje ustanovljenog člankom 267. UFEU-a nije na Sudu već na nacionalnom sudu da utvrdi činjenice koje su dovele do spora i donese zaključak o njihovom učinku na odluku koju treba donijeti (presude od 3. rujna 2015., Costea, C-110/14, EU:C:2015:538, t. 13. i od 10. ožujka 2016., Safe Interenvíos, C-235/14, EU:C:2016:154, t. 119.). S druge strane, Sud je u okviru podjele nadležnosti između sudova Unije i nacionalnih sudova dužan uzeti u obzir činjenični i pravni okvir unutar kojeg su postavljena prethodna pitanja, kako je određen odlukom kojom se upućuje prethodno pitanje (vidjeti u tom smislu presude od 25. listopada 2001., Ambulanz Glöckner, C-475/99, EU:C:2001:577, t. 10. i od 28. srpnja 2016., Kratzer, C-423/15, EU:C:2016:604, t. 27.).

Prvo pitanje

- 25 Prvim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u bitnome pita treba li članak 16. točku (a) Uredbe br. 110/2008 tumačiti na način da je za dokazivanje postojanja „neizravne komercijalne uporabe” registrirane oznake zemljopisnog podrijetla potrebno da se sporni element upotrebljava bilo u istom obliku kao ta oznaka bilo u fonetski i/ili vizualno sličnom obliku, ili je dovoljno da taj element kod ciljane javnosti pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na navedenu oznaku ili s njome povezano zemljopisno područje.
- 26 U slučaju da se utvrdi da je bilo kakva asocijacija na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili s njome povezano zemljopisno područje dovoljna da bi postojala „neizravna komercijalna uporaba” te oznake u smislu članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008, sud koji je uputio zahtjev u bitnome pita

treba li tu odredbu tumačiti na način da pri utvrđivanju tog postojanja treba voditi računa o okruženju u kojem se sporni element nalazi i posebno o činjenici je li uz njega navedena naznaka o pravom podrijetlu proizvoda, tako da se iz informacija koje to okruženje daje na kraju može odbaciti tvrdnja da se radi o neizravnoj komercijalnoj uporabi.

- 27 U skladu s ustaljenom sudskom praksom, pri tumačenju odredbe prava Unije u obzir treba uzeti ne samo njezin tekst nego i kontekst u kojem se nalazi te ciljeve propisa kojeg je ona dio (vidjeti među ostalim presude od 23. siječnja 2018., *Piotrowski*, C-367/16, EU:C:2018:27, t. 40. i od 7. veljače 2018., *American Express*, C-304/16, EU:C:2018:66, t. 54.).
- 28 Kada je riječ, kao prvo, o tekstu članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008, iz njega je razvidno da se tom odredbom registrirane oznake zemljopisnog podrijetla štite od „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”.
- 29 Korištenje izraza „uporaba” u toj odredbi zahtijeva po samoj definiciji, kao što je to nezavisni odvjetnik naveo u točki 28. svojeg mišljenja, da sporni znak koristi samu zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla u obliku u kojem je ta oznaka registrirana ili barem u obliku koji je s njome fonetski i/ili vizualno toliko usko povezan da je sporni znak od nje očito neodvojiv.
- 30 U tom je smislu već utvrđeno da uporaba žiga koji sadržava oznaku zemljopisnog podrijetla ili izraz koji odgovara toj oznaci i njezin prijevod za jaka alkoholna pića koja ne ispunjavaju odgovarajuće specifikacije u načelu predstavlja izravnu komercijalnu uporabu te oznake zemljopisnog podrijetla u smislu članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008 (presude od 14. srpnja 2011., *Bureau national interprofessionnel du Cognac*, C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 55. i od 20. prosinca 2017., *Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne*, C-393/16, EU:C:2017:991, t. 34.).
- 31 Dakle, slučajevi koji mogu biti obuhvaćeni člankom 16. točkom (a) Uredbe br. 110/2008 moraju ispunjavati zahtjev da se sporni znak mora koristiti registriranom oznakom zemljopisnog podrijetla na jednak ili barem na fonetski i/ili vizualno vrlo sličan način.
- 32 U skladu s tom odredbom, međutim, treba razlikovati slučajeve u kojima uporaba ima „izravan” značaj od slučajeva u kojima je on „neizravan”. U tom smislu, kao što je to nezavisni odvjetnik naveo u točki 30. svojeg mišljenja, za razliku od „izravne” uporabe koja podrazumijeva da je zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla postavljena izravno na predmetni proizvod ili na njegovo pakiranje, „neizravna” uporaba pretpostavlja da se ta oznaka navodi u dodatnim marketinškim ili informativnim sredstvima, primjerice u oglasu za taj proizvod ili u dokumentima koji se na njega odnose.
- 33 Kao drugo, što se tiče konteksta u koji ulazi članak 16. točka (a) Uredbe br. 110/2008, treba reći da se područje primjene te odredbe nužno mora razlikovati od područja primjene drugih pravila o zaštiti registriranih oznaka zemljopisnog podrijetla navedenih u tom članku u točkama (b) do (d). Tu odredbu posebno treba razlikovati od slučaja obuhvaćenog točkom (b) navedenog članka, koja se odnosi na „zlouporabe, imitacije ili aluzije”, odnosno na slučajeve u kojima se sporni znak ne koristi samom oznakom zemljopisnog podrijetla, nego je sugerira na način da se potrošač navodi na zaključak da između tog znaka i registrirane oznake zemljopisnog podrijetla postoji dovoljno bliska veza.
- 34 Stoga, kao što je nezavisni odvjetnik naveo u točki 32. svojeg mišljenja, članak 16. točka (b) Uredbe br. 110/2008 izgubila bi svoj koristan učinak ako bi se točka (a) tog članka tumačila široko, kako to sud koji je uputio zahtjev predviđa u prvom prethodnom pitanju, na način da se primjenjuje ako sporni znak kod ciljanje javnosti pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili s njime povezano zemljopisno područje.

- 35 Kao treće, treba reći da tumačenje prema kojem je za dokazivanje postojanja neizravne komercijalne uporabe registrirane oznake zemljopisnog podrijetla potrebno da se sporni element koristi u obliku koji je bilo jednak toj oznaci bilo fonetski/ili vizualno sličan, može bolje zajamčiti sve ciljeve predviđene Uredbom br. 110/2008, posebno njezinim člankom 16. točkom (a).
- 36 U tom smislu valja podsjetiti da sustav registracije oznaka zemljopisnog podrijetla jakih alkoholnih pića predviđen Uredbom br. 110/2008 ima za cilj doprinijeti, kao što je navedeno u uvodnoj izjavi 2. te uredbe, postizanju visoke razine zaštite potrošača, sprečavanju zavaravajuće prakse te ostvarivanju transparentnosti tržišta i poštenog tržišnog natjecanja (presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 24.).
- 37 Nadalje, Sud je već naveo da zaštitu oznaka zemljopisnog podrijetla koja se priznaje člankom 16. te uredbe treba tumačiti s obzirom na cilj njihove registracije, odnosno, kao što proizlazi iz uvodne izjave 14. te uredbe, omogućavanje identifikacije jakih alkoholnih pića kao proizvoda koji su podrijetlom s određenog područja, pri čemu se određena kakvoća, ugled ili druga svojstva tih pića uglavnom mogu pripisati tom zemljopisnom podrijetlu (presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 23. i navedena sudska praksa).
- 38 Stoga, kao što je to nezavisni odvjetnik zaključio u točki 38. svojeg mišljenja, odredbe Uredbe br. 110/2008 i posebno odredbe njezina članka 16. imaju za cilj onemogućiti zlouporabu zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla, ne samo u interesu kupaca nego i proizvođača koji su uložili trud u osiguravanje očekivane kvalitete proizvoda koji zakonito nose takve oznake (vidjeti slično presude od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 82. i od 20. prosinca 2017., Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne, C-393/16, EU:C:2017:991, t. 38.). U tom kontekstu, točka (a) navedenog članka poslovnim subjektima konkretno zabranjuje da za proizvode koji nisu obuhvaćeni registracijom u komercijalne svrhe koriste registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla, posebno s ciljem nezakonitog iskorištavanja te oznake.
- 39 Slijedom svih navedenih razmatranja, na prvo pitanje valja odgovoriti da članak 16. točku (a) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da je za dokazivanje postojanja „neizravne komercijalne uporabe” registrirane oznake zemljopisnog podrijetla potrebno da se sporni element upotrebljava bilo u istom obliku kao ta oznaka bilo u fonetski i/ili vizualno sličnom obliku. Stoga nije dovoljno da taj element kod ciljane javnosti može pobuditi bilo kakvu asocijaciju na tu oznaku ili s njome povezano zemljopisno područje.
- 40 Imajući u vidu odgovor na prvi dio prvog pitanja, na njegov drugi dio nije potrebno odgovarati.

Drugo pitanje

- 41 Drugim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u bitnome pita treba li članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 tumačiti na način da je za dokazivanje postojanja „aluzije” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla potrebno da je sporni element fonetski i/ili vizualno sličan toj oznaci ili je dovoljno da taj element kod ciljane javnosti pobuđuje bilo kakvu asocijaciju na navedenu oznaku ili s njome povezano zemljopisno područje.
- 42 U slučaju da se utvrdi da je bilo kakva asocijacija na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ili s njome povezano zemljopisno područje dovoljna da bi postojala „aluzija” na tu oznaku u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008, sud koji je uputio zahtjev u bitnome pita treba li tu odredbu tumačiti na način da pri utvrđivanju tog postojanja treba voditi računa o okruženju u kojem se sporni element nalazi i posebno o činjenici je li uz njega navedena naznaka o pravom podrijetlu proizvoda, tako da se iz informacija koje to okruženje daje na kraju može odbaciti tvrdnja da se radi o „aluziji”.

- 43 U cilju davanja odgovarajućeg odgovora sudu koji je uputio zahtjev, valja podsjetiti da članak 16. točka (b) Uredbe br. 110/2008 oznake zemljopisnog podrijetla štiti od svake „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”.
- 44 Prema sudskoj praksi Suda, pojam „aluzija” podrazumijeva situaciju u kojoj pojam koji se koristi za označavanje proizvoda uključuje dio zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla, tako da se u mislima potrošača koji se susretne s imenom dotičnog proizvoda kao referentna slika pojavi proizvod s tom oznakom (presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 21. i navedena sudska praksa).
- 45 U svrhu utvrđivanja postojanja „aluzije” u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008, Sud je tako smatrao da je na nacionalnom sudu da provjeri, osim ugrađivanja dijela zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla u izraz koji se koristi za označavanje predmetnog proizvoda, da li se u mislima potrošača koji se susretne s imenom tog proizvoda kao referentna slika pojavi proizvod s tim nazivom. Nacionalni sud stoga 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 zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla (presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 22.).
- 46 Iz navedenog slijedi, kao što to nezavisni odvjetnik navodi u točki 55. svojeg mišljenja, da djelomično ugrađivanje zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla u sporni znak nije nužan uvjet za primjenu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008. Pri ocjenjivanju postojanja „aluzije” u smislu te odredbe na nacionalnom je sudu dakle da provjeri javlja li se u mislima potrošača koji se susreće s imenom dotičnog proizvoda kao referentna slika proizvod sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla.
- 47 U tom smislu treba naglasiti da nacionalni sud prilikom te ocjene mora polaziti od percepcije prosječnog europskog potrošača koji je uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan (presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 25. i 28.).
- 48 Nadalje, Sud je već utvrdio da je bilo legitimno smatrati da postoji aluzija na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla kada, u odnosu na proizvode sa sličnim izgledom, trgovački nazivi imaju fonetsku i vizualnu sličnost (presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 33. i navedena sudska praksa).
- 49 Međutim, kao što je to nezavisni odvjetnik naveo u točki 58. svojeg mišljenja, utvrđivanje fonetske i vizualne sličnosti spornog naziva sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla nije nužan uvjet za dokazivanje postojanja „aluzije” u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008. On je naime samo jedan od kriterija koje nacionalni sud mora uzeti u obzir kad ocjenjuje javlja li se u mislima potrošača koji se susreće s imenom dotičnog proizvoda kao referentna slika proizvod sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla. Iz toga slijedi da nije isključeno da „aluzija” može biti značajna čak i kad ne postoji takva sličnost.
- 50 Osim kriterijâ o djelomičnom ugrađivanju zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla u sporni naziv i fonetske i vizualne sličnosti tog naziva s navedenom oznakom, Sud je naveo da je, u slučaju potrebe, trebalo uzeti u obzir „konceptijsku bliskost” koja postoji između pojmova iz različitih jezika jer ta bliskost, kao i drugi gore spomenuti kriteriji, može također dovesti do toga da se u mislima potrošača koji se susretne s usporedivim proizvodom sa spornim nazivom kao referentna slika javlja proizvod sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla (presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 35. i navedena sudska praksa).
- 51 Iz navedenih elemenata proizlazi da u svrhu određivanja pojma „aluzija” u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008 odlučujući kriterij jest pitanje javlja li se izravno u mislima potrošača koji se susreće sa spornim imenom kao referentna slika proizvod sa zaštićenom oznakom zemljopisnog

podrijetla, a nacionalni sud to mora provjeriti, po potrebi vodeći računa o djelomičnom ugrađivanju zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla u sporni naziv, o fonetskoj i/ili vizualnoj sličnosti tog naziva s navedenom oznakom ili o koncepcijskoj bliskosti između tog naziva i navedene oznake.

- 52 U predmetu iz glavnog postupka na sudu koji je uputio zahtjev jest dakle da provjeri javlja li se izravno u mislima prosječnog europskog potrošača, koji je uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan, zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla, tj. „Scotch Whisky”, kad se susretne sa sličnim proizvodom koji nosi sporni naziv, u konkretnom slučaju „Glen”, uzimajući u obzir – kad ne postoji fonetska i/ili vizualna sličnost tog naziva sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla ni djelomična ugrađenost te oznake u navedeni naziv – koncepcijsku bliskost između te oznake i tog istog naziva.
- 53 Naprotiv, kriterij koji sud koji je uputio zahtjev razmatra u okviru drugog pitanja za potrebe definiranja „aluzije” u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008 – dakle da sporni element predmetnog znaka mora kod ciljane javnosti pobuđivati bilo kakvu asocijaciju na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla ili s njom povezano zemljopisno područje – ne može se prihvatiti jer ne utvrđuje dovoljno izravnu i nedvojbenu vezu između tog elementa i navedene oznake.
- 54 Nadalje, kao što nezavisni odvjetnik navodi u točkama 61. do 63. svojeg mišljenja, ako bi za definiranje takve aluzije bilo dovoljno da se kod potrošača pobuđuje bilo kakva vrsta asocijacije na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla, to bi dovelo do toga da bi, prvo, točka (b) članka 16. Uredbe br. 110/2008 uzurpirala područje primjene sljedećih odredbi tog članka, dakle točaka (c) i (d) tog članka koje uređuju slučajeve kad je upućivanje na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla još suptilnije od „aluzije” na nju.
- 55 Drugo, korištenje takvog kriterija dovelo bi do nepredvidivog širenja područja primjene te uredbe te do značajnih rizika, posebno u pogledu pravne sigurnosti zainteresiranih gospodarskih subjekata. Naime, sukladno uvodnoj izjavi 4. Uredbe br. 110/2008, zakonodavac Unije želi „osigur[ti] sustavniji pristup zakonodavstvu kojim se reguliraju jaka alkoholna pića” utvrđivanjem „jasn[ih] [...] kriterij[a]”, među ostalim, „za zaštitu oznaka zemljopisnog podrijetla”. No, prihvatiti neprecizan i širok kriterij kakav je onaj koji sud koji je uputio zahtjev razmatra u okviru svojeg drugog pitanja ne bi bilo u skladu s tim ciljem.
- 56 Slijedom svih navedenih razmatranja, na prvi dio drugog pitanja valja odgovoriti da članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da pri dokazivanju postojanja „aluzije” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla sud koji je uputio zahtjev treba ocijeniti dovodi li se prosječni europski potrošač – uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan – koji se susreće sa spornim nazivom, do toga da se u njegovim mislima kao referentna slika izravno javlja proizvod sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla. Prilikom te ocjene navedeni sud po potrebi treba – ako ne postoji, prvo, fonetska i/ili vizualna sličnost spornog naziva sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla i, drugo, djelomična ugrađenost te oznake u navedeni naziv – uzeti u obzir koncepcijsku bliskost između tog naziva i navedene oznake.
- 57 Kada je riječ o drugom dijelu drugog pitanja, vezano uz ulogu konteksta u koji ulazi sporni naziv prilikom ocjene koju nacionalni sud daje o postojanju „aluzije” u smislu članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008, treba reći da iz teksta te odredbe proizlazi da „aluzija” može postojati iako je navedeno stvarno podrijetlo proizvoda (presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 43. i navedena sudska praksa).
- 58 Iz odluke kojom se upućuje zahtjev razvidno je da M. Klotz, tuženik iz glavnog postupka, tvrdi da je naziv „Glen Buchenbach” igra riječi sastavljena od imena mjesta podrijetla pića o kojem je riječ u glavnom postupku, odnosno „Berglen”, i imena lokalne rijeke, „Buchenbach”. Sud je međutim već zaključio da je s gledišta članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008 nevažno to što sporni naziv odgovara imenu poduzetnika i/ili mjestu gdje se proizvod proizvodi (vidjeti u tom smislu presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 42. do 45.).

- 59 Osim toga, kao što je nezavisni odvjetnik naveo u točki 81. svojeg mišljenja, 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 članka 16. točke (b) Uredbe br. 110/2008, 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 područja (presuda od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 27.).
- 60 Slijedom navedenih razmatranja, na drugi dio drugog pitanja valja odgovoriti da članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da pri dokazivanju postojanja „aluzije” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ne treba voditi računa o okruženju u kojem se sporni element nalazi, a ni posebno o činjenici je li uz njega navedena naznaka o pravom podrijetlu dotičnog proizvoda.

Treće pitanje

- 61 Trećim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u bitnome pita treba li članak 16. točku (c) Uredbe br. 110/2008 tumačiti na način da pri dokazivanju postojanja „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu”, zabranjene tom odredbom, treba voditi računa o okruženju u kojem se sporni element koristi, posebno kad se uz njega navodi naznaka o pravom podrijetlu dotičnog proizvoda.
- 62 Valja podsjetiti da se sukladno članku 16. točki (c) Uredbe br. 110/2008 registrirana oznaka zemljopisnog podrijetla štiti od „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”.
- 63 Prije svega treba reći da, suprotno navodima Europske komisije, ništa u tekstu te odredbe ne upućuje na to da je namjera zakonodavca Unije bila da se kontekst u kojem se sporni element koristi uzima u obzir za potrebe definiranja „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu, vezano za izvornost, podrijetlo, svojstva ili bitne značajke [...] proizvoda”.
- 64 Naime, kao što je to nezavisni odvjetnik naveo u točki 92. svojeg mišljenja, izraz „oznak[a] koja je lažna ili dovodi u zabludu [...] kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja proizvoda” predstavlja nabranje različitih medija na kojima se može naći oznaka za koju postoji sumnja da je lažna ili da dovodi u zabludu. Iz navedenoga se ne može zaključiti da tu oznaku treba ispitati u kombinaciji s drugim informacijama koje se eventualno pojavljuju kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja konkretnog proizvoda.
- 65 Nadalje, kao što je to naveo i nezavisni odvjetnik u točki 96. svojeg mišljenja, treba pojasniti da članak 16. Uredbe br. 110/2008 sadržava stupnjevito nabranje zabranjenih radnji sukladno kojem točku (c) tog članka treba razlikovati od prethodno navedenih točaka (a) i (b). Dok se točka (a) navedenog članka ograničava na čin uporabe zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla, a njegova točka (b) na čin zlouporabe, imitacije ili aluzije, točka (c) istog članka širi opseg zaštite uključivanjem „svake oznake”, odnosno informacije koja se potrošaču daje kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja predmetnog proizvoda, koja se, iako ne podsjeća na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla, kvalificira kao „lažna ili [koja] dovodi u zabludu” glede povezanosti proizvoda s tom oznakom.
- 66 U tom smislu treba istaknuti da, prvo, izraz „svak[a] oznak[a]” korišten u članku 16. točki (c) Uredbe br. 110/2008 uključuje informacije koje se u bilo kojem obliku mogu navoditi kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja konkretnog proizvoda, uključujući u obliku teksta, slike ili ambalaže koja može pružati informacije o izvornosti, podrijetlu, svojstvima ili bitnim značajkama tog proizvoda.

- 67 Drugo, dovoljno je da se lažna informacija ili informacija koja dovodi u zabludu navodi u jednom od tri medija citiranih u toj odredbi, tj. „kod opisivanja, prezentiranja ili označivanja” dotičnog proizvoda, da bi se zaključilo da ona „može stvoriti pogrešan dojam u vezi s njegovim podrijetlom” u smislu navedene odredbe.
- 68 Iz navedenih elemenata slijedi da članak 16. točka (c) Uredbe br. 110/2008 predviđa široku zaštitu registriranih oznaka zemljopisnog podrijetla. Međutim, kad bi oznaka koja je lažna ili dovodi u zabludu ipak mogla biti dopuštena zbog dodatnih informacija koje se uz nju navode i tiču se među ostalim pravog podrijetla dotičnog proizvoda, ta bi odredba izgubila svoj korisni učinak.
- 69 Konačno, kao što je već spomenuto u točki 38. ove presude, Uredba br. 110/2008 i posebno njezin članak 16. imaju za cilj zaštitu registriranih oznaka zemljopisnog podrijetla, kako u interesu potrošača koji se ne smiju dovesti u zabludu neodgovarajućim oznakama tako i u interesu gospodarskih subjekata koji ulažu povećane troškove da bi osigurali kvalitetu proizvoda koji sukladno propisima nose zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla. Ti gospodarski subjekti moraju naime biti zaštićeni od radnji nepoštenog tržišnog natjecanja.
- 70 Međutim, kao što je to nezavisni odvjetnik naveo u točki 101. svojeg mišljenja, postizanje tih ciljeva bilo bi ugroženo kad bi se zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla mogla ograničiti na temelju činjenice da se uz oznaku koja je 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 dopuštenosti uporabe takve oznake ako se uz nju navode točni podaci.
- 71 Slijedom svih navedenih razmatranja, na treće pitanje valja odgovoriti da članak 16. točku (c) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da pri dokazivanju postojanja „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu”, zabranjene tom odredbom, ne treba voditi računa o okruženju u kojem se sporni element koristi.

Troškovi

- 72 Budući da ovaj postupak ima značaj prethodnog pitanja za stranke glavnog postupka pred sudom koji je uputio zahtjev, na tom je sudu da odluči o troškovima postupka. Troškovi podnošenja očitovanja Sudu, koji nisu troškovi spomenutih stranaka, ne nadoknađuju se.

Slijedom navedenog, Sud (peto vijeće) odlučuje:

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 je za dokazivanje postojanja „neizravne komercijalne uporabe” registrirane oznake zemljopisnog podrijetla potrebno da se sporni element upotrebljava bilo u istom obliku kao ta oznaka bilo u fonetski i/ili vizualno sličnom obliku. Stoga nije dovoljno da taj element kod ciljane javnosti može pobuditi bilo kakvu asocijaciju na tu oznaku ili s njome povezano zemljopisno područje.
2. Članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da pri dokazivanju postojanja „aluzije” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla sud koji je uputio zahtjev treba ocijeniti dovodi li se prosječni europski potrošač – uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan – koji se susreće sa spornim nazivom, do toga da se u njegovim mislima kao referentna slika izravno javlja proizvod sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla. Prilikom te ocjene navedeni sud po potrebi treba – ako ne postoji, prvo, fonetska i/ili

vizualna sličnost spornog naziva sa zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla i, drugo, djelomična ugrađenost te oznake u navedeni naziv – uzeti u obzir konceptijsku bliskost između tog naziva i navedene oznake.

Članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da pri dokazivanju postojanja „aluzije” na registriranu oznaku zemljopisnog podrijetla ne treba voditi računa o okruženju u kojem se sporni element nalazi, a ni posebno o činjenici je li uz njega navedena naznaka o pravom podrijetlu dotičnog proizvoda.

- 3. Članak 16. točku (c) Uredbe br. 110/2008 treba tumačiti na način da pri dokazivanju postojanja „oznake koja je lažna ili dovodi u zabludu”, zabranjene tom odredbom, ne treba voditi računa o okruženju u kojem se sporni element koristi.**

Potpisi