Zbornik sudske prakse

PRESUDA SUDA (peto vijeće)

17. prosinca 2020.*

„Zahtjev za prethodnu odluku – Poljoprivreda – Zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti za poljoprivredne i prehrambene proizvode – Uredba (EZ) br. 510/2006 – Uredba (EU) br. 1151/2012 – Članak 13. stavak 1. točka (d) – Praksa koja može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda – Oponašanje karakterističnog oblika ili izgleda proizvoda čiji je naziv zaštićen – Zaštićena oznaka izvornosti (ZOI) ‚Morbier'"

U predmetu C-490/19,

povodom zahtjeva za prethodnu odluku na temelju članka 267. UFEU-a, koji je uputio Cour de cassation (Kasacijski sud, Francuska), odlukom od 19. lipnja 2019., koju je Sud zaprimio 26. lipnja 2019., u postupku

Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier

protiv

Société Fromagère du Livradois SAS,

SUD (peto vijeće),

u sastavu: E. Regan, predsjednik vijeća, K. Lenaerts, predsjednik Suda, u svojstvu suca petog vijeća, M. Ilešič, C. Lycourgos i I. Jarukaitis (izvjestitelj), suci,

nezavisni odvjetnik: G. Pitruzzella,

tajnik: M. Krausenböck, administratorica,

uzimajući u obzir pisani postupak i nakon rasprave održane 18. lipnja 2020.,

uzimajući u obzir očitovanja koja su podnijeli:

– za Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier, J.-J. Gatineau, *avocat*,

– za Société Fromagère du Livradois SAS, E. Piwnica, *avocat*,

– za francusku vladu, C. Mosser i A.-L. Desjonquères, u svojstvu agenata,

– za vladu Helenske Republike, G. Kanellopoulos, E. Leftheriotou i I.-E. Krompa, u svojstvu agenata,

– za Europsku komisiju, D. Bianchi i I. Naglis, u svojstvu agenata,

* Jezik postupka: francuski

saslušavši mišljenje nezavisnog odvjetnika na raspravi održanoj 17. rujna 2020.,

donosi sljedeću

Presudu

1 Zahtjev za prethodnu odluku odnosi se na tumačenje članka 13. stavka 1. Uredbe 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.) odnosno članka 13. stavka 1. 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.).

2 Zahtjev je upućen u okviru spora između Syndicata interprofessionnel de défense du fromage Morbier (Međustrukovno udruženje za sir Morbier, u daljnjem tekstu: Međustrukovno udruženje) i društva Société Fromagère du Livradois SAS u pogledu povrede zaštićene oznake izvornosti (ZOI) „Morbier” i radnji nepoštenog i parazitskog tržišnog natjecanja koje se stavljaju na teret potonjem društvu.

Pravni okvir

Pravo Unije

3 U uvodnim izjavama 4. i 6. Uredbe br. 510/2006, koja je stavljena izvan snage Uredbom br. 1151/2012, navodilo se:

„(4) S obzirom na široku raznolikost proizvoda stavljenih na tržište i na mnoštvo informacija o tim proizvodima, potrošaču bi se trebale pružiti jasne i jezgrovite informacije o podrijetlu proizvoda kako bi mu se omogućio najbolji izbor.

[…]

(6) Trebalo bi odrediti pristup Zajednice u pogledu oznaka izvornosti i oznaka zemljopisnog podrijetla. Okvir pravila Zajednice o sustavu zaštite omogućava razvoj oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti, budući da jednoobraznim pristupom osigurava pošteno tržišno natjecanje između proizvođača proizvoda koji nose takve oznake i povećava povjerenje potrošača u te proizvode.”

4 Članak 13. stavak 1. te uredbe glasio je:

„Registrirani nazivi zaštićeni su od:

(a) bilo kakvog izravnog ili neizravnog komercijalnog korištenja registriranog naziva za proizvode koji nisu obuhvaćeni registracijom, ako su ti proizvodi usporedivi s proizvodima registriranim pod tim nazivom, ili ako se korištenjem tog naziva iskorištava ugled zaštićenog naziva;

(b) bilo kakve zloupotrebe, oponašanja ili podsjećanja, čak i ako je označeno pravo podrijetlo proizvoda, ili ako je naziv proizvoda preveden, ili ako mu je dodan izraz poput ‚stil’, ‚tip’, , metoda’, ‚kako se proizvodi u’, ‚imitacija’ ili slično;

(c) bilo kakve druge lažne oznake ili oznake koja dovodi u zabludu glede izvora, podrijetla, prirode ili bitnih osobina proizvoda na unutarnjoj ili vanjskoj ambalaži, na promidžbenim materijalima ili dokumentima koji se odnose na dotični proizvod, te od pakiranja proizvoda u ambalažu koja stvara pogrešnu predodžbu o njegovom podrijetlu;

(d) bilo kakve druge prakse koja može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda.

[…]”

5 Uvodne izjave 18. i 29. Uredbe br. 1151/2012 glase:

„(18) Posebni ciljevi zaštite oznaka izvornosti i oznaka zemljopisnog podrijetla su osiguranje pravedne dobiti za poljoprivrednike i proizvođače za kvalitete i značajke pojedinog proizvoda, ili za njegov način proizvodnje, pružajući jasne informacije o proizvodima koji su posebnim značajkama povezani sa zemljopisnim podrijetlom, čime se omogućuje bolja obaviještenost potrošača prilikom donošenja odluka o kupnji.

[…]

(29) Nazive u registru bi trebalo zaštititi, kako bi se osigurala njihova pravedna uporaba i spriječile prakse, koje bi mogle dovesti potrošače u zabludu. […]”

6 U skladu s člankom 4. te uredbe, pod naslovom „Cilj”:

„Sustav zaštićenih oznaka izvornosti i zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla uspostavlja se za pružanje pomoći proizvođačima proizvoda vezanih sa zemljopisnim područjem tako da:

(a) osigurava ostvarivanje pravednog povrata za kvalitetu njihovih proizvoda,

(b) osigurava ujednačenu zaštitu naziva kao prava intelektualnog vlasništva na području Unije,

(c) osigurava potrošačima jasne informacije o svojstvima proizvoda s dodanom vrijednosti.”

7 Člankom 5. stavkom 1. točkama (a) i (b) navedene uredbe, u kojima se u bitnome ponavlja tekst članka 2. stavka 1. točaka (a) i (b) Uredbe br. 510/2006, određuje se:

„Za potrebe ove Uredbe ‚oznaka izvornosti’ znači naziv kojim se označava proizvod:

(a) koji potječe iz određenog mjesta, regije, ili u posebnim slučajevima države;

(b) čija kvaliteta ili karakteristike u bitnom ili isključivo, nastaju pod utjecajem posebnih prirodnih i ljudskih čimbenika određene zemljopisne sredine […].”

8 Tekst članka 13. stavka 1. iste uredbe u bitnome ponavlja tekst članka 13. stavka 1. Uredbe br. 510/2006. Samo mu je na kraju točaka (a) i (b) dodan izraz „uključujući kad se ti proizvodi koriste kao sastojak”.

9 Na temelju Uredbe Komisije (EZ) br. 2400/96 od 17. prosinca 1996. o upisu određenih naziva u „Registar zaštićenih oznaka izvornosti i zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla”, kako je predviđeno u Uredbi Vijeća (EEZ) br. 2081/92 o zaštiti oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti za poljoprivredne i prehrambene proizvode (SL 1996., L 327, str. 11.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 3., svezak 2., str. 50.), kako je izmijenjena Uredbom Komisije (EZ) br. 1241/2002 od

10. srpnja 2002. (SL 2002., L 181, str. 4.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 3., svezak 3., str. 150.), naziv „Morbier” upisan je u registar zaštićenih oznaka izvornosti i zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla, koji se nalazi u Prilogu toj uredbi, kao ZOI.

10 Opis proizvoda koji je sadržan u specifikaciji Provedbene uredbe Komisije (EU) br. 1128/2013 od 7. studenoga 2013. o odobrenju manje izmjene u specifikaciji za naziv upisan u registar zaštićenih oznaka izvornosti i zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla [Morbier (ZOI)] (SL 2013., L 302, str. 7.) jest sljedeći:

„‚Morbier’ je sir proizveden od sirovog kravljeg mlijeka, tlačen, nekuhan, plosnatog cilindričnog oblika, promjera 30 do 40 centimetara, visine 5 do 8 centimetara, težine od 5 do 8 kg, ima ravnu gornju i donju plohu i blago zaobljene rubove.

Sir ima središnju vodoravnu crnu brazdu, koja je stopljena i neprekinuta po cijelom presjeku.

Njegova je kora prirodna, uglačana, jednolika, obložena vlažnim slojem kroz koji se nazire rešetka kalupa. Narančasto-bež boje je s narančasto-smeđim, narančasto-crvenim i narančasto-ružičastim nijansama. Tijesto sira je homogeno, boje bjelokosti do blijedožute i često ima nekoliko raspršenih rupica veličine ribiza ili spljoštenih mjehurića. Mekano je na dodir, kremasto i topivo, pomalo se lijepi u ustima te je fine i glatke teksture. Okus mu je čist, s nijansama mlijeka, karamela, vanilije, voća. Kako sir stari, tako paletu aroma obogaćuju prepržene, začinjene i biljne nijanse. Okusi su uravnoteženi. Sadržaj masti je najmanje 45 % u suhoj tvari. Sadržaj vlage u siru iz kojeg su odstranjene masnoće je između 58 % i 67 %. Sir zrije najmanje 45 dana od dana proizvodnje, bez prekidanja ciklusa.”

Francusko pravo

11 Člankom L. 722-1. code de la propriété intellectuelle (Zakonik o intelektualnom vlasništvu), u verziji koja se primjenjuje u glavnom postupku, propisano je:

„Svaka povreda oznake zemljopisnog podrijetla podrazumijeva građanskopravnu odgovornost počinitelja.

Za potrebe ovog poglavlja ‚oznaka zemljopisnog podrijetla’ znači:

[…]

(b) zaštićene oznake izvornosti i zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla kako su predviđene propisima Zajednice o zaštiti oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti za poljoprivredne i prehrambene proizvode;

[…]”

12 Sir Morbier nositelj je kontrolirane oznake izvornosti (KOI) na temelju décreta du 22 décembre 2000 relatif à l’appellation d’origine contrôlée „Morbier” (Uredba od 22. prosinca 2000. o kontroliranoj oznaci izvornosti „Morbier”) (JORF br. 302 od 30. prosinca 2000., str. 20944.), koji je u međuvremenu stavljen izvan snage, a kojim se definira referentno zemljopisno područje i uvjeti potrebni da bi se dobila ta oznaka izvornosti i kojim se, u njegovu članku 8., predviđa prijelazno razdoblje za poduzetnike koji se nalaze izvan tog zemljopisnog područja, a koji kontinuirano proizvode i stavljaju na tržište sireve pod nazivom „Morbier”, kako bi im se omogućilo da nastave koristiti taj naziv bez navođenja oznake „KOI” do isteka roka od pet godina nakon objave registracije oznake izvornosti „Morbier” kao ZOI-ja.

Glavni postupak i prethodno pitanje

13 U skladu s Uredbom od 22. prosinca 2000., društvu Société Fromagère du Livradois, koje proizvodi sir morbier od 1979., dopušteno je koristiti naziv „Morbier” bez navođenja oznake KOI do 11. srpnja 2007., kada je taj naziv zamijenilo nazivom „Montboissié du Haut Livradois”. Usto, društvo Société Fromagère du Livradois je 5. listopada 2001. u Sjedinjenim Američkim Državama registriralo američki žig „Morbier du Haut Livradois”, koji je produljilo 2008. na deset godina, te je 5. studenoga 2004. registriralo francuski žig „Montboissier”.

14 Budući da je društvu Société Fromagère du Livradois prigovaralo da je nanijelo štetu zaštićenoj oznaci i počinilo radnje koje čine nepošteno i parazitsko tržišno natjecanje time što je proizvodilo i stavljalo na tržište sir koji izgledom nalikuje na proizvod zaštićen ZOI-jem „Morbier” kako bi stvorilo zabludu i okoristilo se prepoznatljivošću slike koja se povezuje s tim proizvodom, a da pritom nije poštovalo specifikaciju oznake izvornosti, Međustrukovno udruženje je 22. kolovoza 2013. Tribunalu de grande instance de Paris (Okružni sud u Parizu, Francuska) podnijelo tužbu kako bi se tom društvu naložio prestanak bilo kakvog izravnog ili neizravnog komercijalnog korištenja oznake ZOI „Morbier” za proizvode koji njome nisu zaštićeni, bilo kakve zlouporabe, imitacije i podsjećanja na ZOI „Morbier”, bilo kakve druge lažne oznake ili oznake koja dovodi u zabludu glede izvora, podrijetla, prirode ili bitnih osobina proizvoda bilo kojim sredstvima koja bi stvorila pogrešnu predodžbu o podrijetlu proizvoda, bilo kakve druge prakse koja može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda i osobito bilo kakvog korištenja crne brazde koja sir dijeli na dva dijela te je zahtijevalo naknadu pretrpljene štete.

15 Ti su zahtjevi odbijeni presudom od 14. travnja 2016., koju je cour d’appel de Paris (Žalbeni sud u Parizu, Francuska) potvrdio presudom od 16. lipnja 2017. Potonji je utvrdio da stavljanje na tržište sira koji ima jednu ili više značajki iz specifikacije sira Morbier i koji mu je stoga sličan ne čini povredu.

16 U toj presudi, nakon što je naveo da se propisima o ZOI-ju ne nastoji zaštititi izgled proizvoda ili njegove značajke opisane u njegovoj specifikaciji, nego njegov naziv, na način da se tim propisima ne zabranjuje proizvodnja proizvoda primjenom istih tehnika kao što su one utvrđene u pravilima primjenjivima na oznaku zemljopisnog podrijetla i nakon što je podsjetio na to da, ako ne postoji pravo kojim bi se to zabranilo, oponašanje izgleda nekog proizvoda proizlazi iz slobode trgovine i industrije, cour d’appel de Paris (Žalbeni sud u Parizu) presudio je da su značajke na koje se Međustrukovno udruženje poziva, među ostalim vodoravna plava brazda, dio povijesne tradicije, drevne tehnike koja se pojavljuje i na drugim sirevima, kojima se društvo Société Fromagère du Livradois koristilo čak i prije dobivanja ZOI-ja i koje se ne temelje na ulaganjima Međustrukovnog udruženja ili njegovih članova. Smatrao je da, kad bi se biljni ugljen mogao koristiti samo u proizvodnji sira s tim ZOI-jem, društvo Société Fromagère du Livradois moralo bi ga, kako bi postupalo u skladu s američkim zakonodavstvom, zamijeniti polifenolom iz grožđa, tako da dva sira ne bi mogla biti slična na temelju te značajke. Istaknuo je da je društvo Société Fromagère du Livradois navelo druge razlike između sira Montboissié i sira Morbier, među ostalim, to da se u proizvodnji prvonavedenog sira koristi pasterizirano mlijeko, a u proizvodnji drugonavedenog sira sirovo mlijeko, te je stoga zaključio da su ta dva sira različita i da je Međustrukovno udruženje pokušalo proširiti zaštitu ZOI-ja „Morbier” kako bi ostvarilo nezakoniti poslovni interes, postupajući protivno načelu slobodnog tržišnog natjecanja.

17 Međustrukovno udruženje podnijelo je žalbu u kasacijskom postupku protiv te presude coura d’appel de Paris (Žalbeni sud u Parizu) pred sudom koji je uputio zahtjev, Courom de cassation (Kasacijski sud). U prilog svojoj žalbi najprije ističe da je oznaka izvornosti zaštićena od bilo kakve prakse koja može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda i da je cour d’appel de Paris (Žalbeni sud u Parizu) povrijedio članak 13. Uredbe br. 510/2006 i članak 13. Uredbe br. 1151/2012 time što je utvrdio, međutim, da je zabranjeno samo korištenje naziva ZOI-ja. Međustrukovno udruženje nadalje tvrdi da je cour d’appel (Žalbeni sud) lišio svoju odluku pravne osnove s obzirom

na te odredbe time što je samo istaknuo, s jedne strane, da su značajke na koje se poziva dio povijesne tradicije i da se ne temelje na ulaganjima njega i njegovih članova i da je, s druge strane, sir „Montboissié”, koji društvo Société Fromagère du Livradois stavlja na tržište od 2007., različit od sira „Morbier” a da pritom nije ispitao, kao što je to od njega zatraženo, mogu li prakse društva Société Fromagère du Livradois, osobito oponašanje „sive brazde” karakteristične za sir Morbier potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda.

18 Društvo Société Fromagère du Livradois pak tvrdi da se ZOI-jem štite proizvodi proizvedeni na određenom području, koji se jedini mogu pozivati na zaštićeni naziv, ali ne zabranjuje drugim proizvođačima da proizvode i na tržište stavljaju slične proizvode ako ne stvaraju dojam da su nositelji predmetne oznake. Iz nacionalnog prava, prema njegovu mišljenju, proizlazi da je zabranjeno svako korištenje znakom koji čini ZOI radi označavanja sličnih proizvoda za koji ne postoji pravo na to, bilo da ne potječu iz određenog područja bilo da potječu iz njega, a nemaju tražena svojstva, ali da nije zabranjeno stavljati na tržište slične proizvode, pod uvjetom da to stavljanje na tržište nije popraćeno nikakvom praksom koja je takve prirode da potrošača može dovesti u zabludu, osobito zloupotrebom ZOI-ja ili podsjećanjem na njega. Također navodi da se „praksa koja može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda”, u smislu članka 13. stavka 1. točke (d) Uredbe br. 510/2006 odnosno članka 13. stavka 1. točke (d) Uredbe br. 1151/2012, nužno mora odnositi na „podrijetlo” proizvoda i da stoga treba biti riječ o praksi kojom se kod potrošača stvara dojam da je riječ o proizvodu s predmetnim ZOI-jem. Smatra da ta „praksa” ne može proizlaziti iz samog izgleda proizvoda kao takvog, ako na njegovu pakiranju nema nikakve oznake koja upućuje na zaštićeno podrijetlo.

19 Sud koji je uputio zahtjev navodi da se žalbom koja mu je podnesena postavlja pitanje, koje pred njim do sada nije bilo postavljano, trebaju li se članak 13. stavak 1. Uredbe br. 510/2006 i članak 13. stavak 1. Uredbe br. 1151/2012 tumačiti na način da se njima zabranjuje jedino to da se treća strana koristi registriranim nazivom ili ih treba tumačiti na način da se njima također zabranjuje svako prezentiranje proizvoda koje potrošača može dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda, čak i ako se treća strana ne koristi registriranim nazivom. Osobito navodeći da Sud nikada nije odlučivao o tom pitanju, on smatra da postoji dvojba o tumačenju izraza „druga praksa”, koji se nalazi u tim člancima, a koji podrazumijeva poseban oblik povrede zaštićene oznake ako ona može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda.

20 Tako se, prema mišljenju spomenutog suda, postavlja pitanje može li oponašanje fizičkih značajki proizvoda zaštićenog ZOI-jem činiti praksu koja može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda, koja je zabranjena člankom 13. stavkom 1. tih uredbi. Tim se pitanjem želi utvrditi može li prezentiranje proizvoda zaštićenog oznakom izvornosti, konkretno, oponašanje njegova karakterističnog oblika ili izgleda, činiti povredu te oznake, neovisno o tome što nije preuzet i njegov naziv.

21 U tim je okolnostima Cour de cassation (Kasacijski sud) odlučio prekinuti postupak i postaviti Sudu sljedeće prethodno pitanje:

„Treba li članak 13. stavak 1. [Uredbe br. 510/2006] i članak 13. stavak 1. [Uredbe br. 1151/2012] tumačiti na način da se njima zabranjuje jedino to da se treća strana koristi registriranim nazivom ili ih treba tumačiti na način da se njima zabranjuje prezentiranje proizvoda zaštićenog oznakom izvornosti, konkretno, oponašanje njegova karakterističnog oblika ili izgleda, koje potrošača može dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda, čak i ako se ne koristi registrirani naziv?”

O prethodnom pitanju

Prvi dio pitanja

22 Prvim dijelom svojeg pitanja sud koji je uputio zahtjev pita treba li članak 13. stavak 1. Uredbe br. 510/2006 odnosno članak 13. stavak 1. Uredbe br. 1151/2012 tumačiti na način da se njima zabranjuje jedino to da se treća strana koristi registriranim nazivom.

23 Iz teksta tih odredaba proizlazi da su registrirani nazivi zaštićeni od raznih radnji, odnosno, kao prvo, izravnog ili neizravnog komercijalnog korištenja registriranog naziva, kao drugo, zloupotrebe, oponašanja ili podsjećanja, kao treće, lažne oznake ili oznake koja dovodi u zabludu glede izvora, podrijetla, prirode ili bitnih osobina proizvoda na unutarnjoj ili vanjskoj ambalaži, na promidžbenim materijalima ili dokumentima koji se odnose na dotični proizvod te od pakiranja proizvoda u ambalažu koja stvara pogrešnu predodžbu o podrijetlu proizvoda i, kao četvrto, bilo kakve druge prakse koja može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda.

24 Navedene odredbe stoga sadržavaju postupno nabrajanje zabranjenih radnji (vidjeti u tom smislu presudu od 2. svibnja 2019., Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego, C-614/17, EU:C:2019:344, t. 27.). Dok se člankom 13. stavkom 1. točkom (a) Uredbe br. 510/2006 odnosno člankom 13. stavkom 1. točkom (a) Uredbe 1151/2012 zabranjuje izravna ili neizravna uporaba registriranog naziva za proizvode koji nisu obuhvaćeni registracijom, u obliku koji je isti kao ta oznaka ili izrazito sličan u fonetskom i/ili vizualnom smislu (vidjeti po analogiji presudu od 7. lipnja 2018., Scotch Whisky Association, C-44/17, EU:C:2018:415, t. 29., 31. i 39.), člankom 13. stavkom 1. točkama (b) do (d) tih uredbi zabranjuju se druge vrste radnji od kojih su zaštićeni registrirani nazivi, a prilikom kojih se ni izravno ni neizravno ne upotrebljavaju sami nazivi.

25 Stoga se područje primjene članka 13. stavka 1. točke (a) Uredbe br. 510/2006 odnosno članka 13. stavka 1. točke (a) Uredbe 1151/2012 nužno mora razlikovati od područja primjene drugih pravila o zaštiti registriranih naziva navedenih u članku 13. stavku 1. točkama (b) do (d) tih uredaba. Konkretno, člankom 13. stavkom 1. točkom (b) Uredbe br. 510/2006 odnosno člankom 13. stavkom 1. točkom (b) Uredbe 1151/2012 zabranjuju se radnje prilikom kojih se, za razliku od onih iz članka 13. stavka 1. točke (a) tih uredbi, ni izravno ni neizravno ne koristi sam registrirani naziv, nego se na njega sugerira na način da se potrošač navodi na zaključak da s tim nazivom postoji dovoljno bliska veza (vidjeti po analogiji, kada je riječ o članku 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. 1576/89 (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.), presudu od 7. lipnja 2018., Scotch Whisky Association, C-44/17, EU:C:2018:415, t. 33.).

26 Konkretno, kad je riječ o pojmu „podsjećanje”, odlučujući kriterij jest pitanje javlja li se izravno u mislima potrošača koji se susreće sa spornim nazivom kao referentna slika proizvod sa ZOI-jem, a nacionalni sud to mora provjeriti, po potrebi vodeći računa o djelomičnom ugrađivanju ZOI-ja u sporni naziv, o fonetskoj i/ili vizualnoj sličnosti tog naziva s navedenim ZOI-jem ili o koncepcijskoj bliskosti između navedenog naziva i navedenog ZOI-ja (vidjeti po analogiji presudu od 7. lipnja 2018., Scotch Whisky Association, C-44/17, EU:C:2018:415, t. 51.).

27 Usto, Sud je u svojoj presudi od 2. svibnja 2019., Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (C-614/17, EU:C:2019:344), utvrdio da članak 13. stavak 1. točku (b) Uredbe br. 510/2006 treba tumačiti na način da može doći do podsjećanja na registrirani naziv korištenjem figurativnih znakova. Prilikom donošenja takve odluke Sud je među ostalim u točki 18. te presude smatrao da se takva formulacija može shvatiti na način da ne upućuje samo na izraze kojima se može podsjetiti na registrirani naziv nego i na svaki figurativni znak kojim se

potrošača može podsjetiti na proizvode koji nose takav naziv. U točki 22. navedene presude ističe se da se ne može u načelu isključiti da figurativni znakovi mogu izravno podsjećati potrošača, kao referentna slika, na proizvode koji nose registrirani naziv zbog njihove koncepcijske sličnosti s takvim nazivom.

28 Što se tiče radnji iz članka 13. stavka 1. točke (c) Uredbe br. 510/2006 odnosno članka 13. stavka 1. točke (c) Uredbe 1151/2012, valja istaknuti da te odredbe šire, u odnosu na točke (a) i (b) tih članaka, opseg zaštite uključivanjem među ostalim „svake oznake" odnosno informacije koje se potrošaču daju na pakiranju ili ambalaži predmetnog proizvoda, u oglasu ili u dokumentima koji se odnose na taj proizvod, koje su, iako ne podsjećaju na zaštićenu oznaku zemljopisnog podrijetla, kvalificirane kao lažne ili one koje dovode u zabludu glede povezanosti proizvoda s potonjom. Izraz „svak[a] oznak[a]" uključuje informacije koje se u bilo kojem obliku mogu navoditi na pakiranju ili ambalaži predmetnog proizvoda, u oglasu ili u dokumentima koji se odnose na taj proizvod, uključujući u obliku teksta, slike ili ambalaže koja može pružati informacije o izvornosti, podrijetlu, svojstvima ili bitnim značajkama tog proizvoda (vidjeti po analogiji presudu od 7. lipnja 2018., Scotch Whisky Association, C-44/17, EU:C:2018:415, t. 65. i 66.).

29 Kada je riječ o radnjama iz članka 13. stavka 1. točke (d) Uredbe br. 510/2006 odnosno članka 13. stavka 1. točke (d) Uredbe 1151/2012, kao što je to istaknuo nezavisni odvjetnik u točki 49. svojeg mišljenja, iz izraza „bilo kakva druga praksa" upotrijebljenih u tim odredbama proizlazi da se njima nastoji obuhvatiti svaka radnja koja već nije obuhvaćena drugom odredbama istih članaka i tako upotpuniti sustav zaštite registriranih naziva.

30 Stoga, iz prethodnih razmatranja proizlazi da se člankom 13. stavkom 1. Uredbe br. 510/2006 odnosno člankom 13. stavkom 1. Uredbe br. 1151/2012 ne zabranjuje isključivo korištenje samog registriranog naziva, nego je njihovo područje primjene šire.

31 Stoga na prvi dio prethodnog pitanja valja odgovoriti tako da se članak 13. stavak 1. Uredbe br. 510/2006 i članak 13. stavak 1. Uredbe br. 1151/2012 trebaju tumačiti na način da se njima ne zabranjuje jedino to da se treća strana koristi registriranim nazivom.

Drugi dio pitanja

32 Drugim dijelom svojeg pitanja sud koji je uputio zahtjev u biti pita treba li članak 13. stavak 1. točku (d) Uredbe br. 510/2006 i članak 13. stavak 1. točku (d) Uredbe br. 1151/2012 tumačiti na način da se njima zabranjuje oponašanje karakterističnog oblika ili izgleda proizvoda obuhvaćenog registriranim nazivom ako to oponašanje može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda.

33 Time što predviđaju da su registrirani nazivi zaštićeni od „svakog drugog postupka kojim se potrošača može dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda", članak 13. stavak 1. točka (d) Uredbe br. 510/2006 i članak 13. stavak 1. točka (d) Uredbe br. 1151/2012 pobliže ne označavaju radnje zabranjene tim odredbama, nego se uopćeno odnose na sve radnje, osim onih koje su zabranjene člankom 13. stavkom 1. točkama (a) do (c) tih uredaba, koje potrošača mogu dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda o kojem je riječ.

34 Članak 13. stavak 1. točka (d) Uredbe br. 510/2006 i članak 13. stavak 1. točka (d) Uredbe br. 1151/2012 ispunjavaju ciljeve navedene u uvodnim izjavama 4. i 6. Uredbe br. 510/2006 te u uvodnim izjavama 18. i 29. i u članku 4. Uredbe br. 1151/2012, iz kojih proizlazi da se zaštitnim sustavom ZOI-ja i zaštićenih oznaka zemljopisnog podrijetla (ZOZP) među ostalim potrošačima nastoje pružiti jasne informacije o svojstvima proizvoda, čime se omogućuje bolja obaviještenost potrošača prilikom donošenja odluka o kupnji i sprječavaju prakse koje potrošače mogu dovesti u zabludu.

35 Općenitije, iz sudske prakse Suda proizlazi da je cilj zaštitnog sustava ZOI-ja i ZOZP-a u biti potrošačima jamčiti da poljoprivredni proizvodi koji nose registrirani naziv imaju određene posebne značajke zato što potječu iz određenog zemljopisnog područja i stoga jamče kvalitetu zbog njihova zemljopisnog podrijetla kako bi poljoprivrednici koji su uložili mnogo truda u poboljšanje kvalitete ostvarili veće prihode i kako bi se treće osobe spriječile da iskorištavaju ugled koji proizlazi iz kvalitete tih proizvoda (vidjeti po analogiji presude od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto, C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 82.; od 20. prosinca 2017., Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne, C-393/16, EU:C:2017:991, t. 38. i od 7. lipnja 2018., Scotch Whisky Association, C-44/17, EU:C:2018:415, t. 38. i 69.).

36 Kada je riječ o tome može li oponašanje oblika ili izgleda proizvoda obuhvaćenog registriranim nazivom činiti praksu zabranjenu člankom 13. stavkom 1. točkom (d) Uredbe br. 510/2006 odnosno člankom 13. stavkom 1. točkom (d) Uredbe br. 1151/2012, valja primijetiti da je, doduše, kao što su to istaknuli društvo Société Fromagère du Livradois i Europska komisija, cilj zaštite predviđene tim odredbama, u skladu sa samim njihovim tekstom, registrirani naziv, a ne proizvod koji je njime obuhvaćen. Iz toga proizlazi da cilj te zaštite nije da zabrani, među ostalim, korištenje tehnika proizvodnje ili oponašanje jedne ili više značajki navedenih u specifikaciji proizvoda obuhvaćenog registriranim nazivom, zbog toga što se nalaze u toj specifikaciji, a kako bi se napravio drugi proizvod koji nije obuhvaćen registracijom.

37 Međutim, kao što je to u točki 27. svojeg mišljenja istaknuo nezavisni odvjetnik, u skladu s člankom 5. stavkom 1. točkama (a) i (b) Uredbe br. 1151/2012, koji u biti preuzima tekst članka 2. stavka 1. točaka (a) i (b) Uredbe br. 510/2006, ZOI je naziv kojim se označava proizvod koji potječe iz određenog mjesta, regije ili, u iznimnim slučajevima, države, čija kvaliteta ili karakteristike u bitnome ili isključivo nastaju pod utjecajem posebnih prirodnih i ljudskih čimbenika određene zemljopisne sredine. ZOI-ji su, dakle, zaštićeni u mjeri u kojoj označavaju proizvod koji ima određene kvalitete ili određene karakteristike. Stoga su ZOI i njime obuhvaćeni proizvod međusobno blisko povezani.

38 Stoga, s obzirom na neograničavajuću prirodu izraza „bilo kakva druga praksa” koji se nalazi u članku 13. stavku 1. točki (d) Uredbe br. 510/2006 i članku 13. stavku 1. točki (d) Uredbe br. 1151/2012, ne može se isključiti da oponašanje oblika ili izgleda proizvoda obuhvaćenog registriranim nazivom, a da se pritom taj naziv ne nalazi ni na proizvodu o kojem je riječ ni na njegovoj vanjskoj ambalaži, može ulaziti u područje primjene tih odredaba. To će biti slučaj ako to oponašanje može potrošača dovesti u zabludu glede pravog podrijetla proizvoda o kojem je riječ.

39 Kako bi se ocijenilo je li to slučaj, valja, kao što je to u biti naveo nezavisni odvjetnik u točkama 55. i 57. do 59. svojeg mišljenja, s jedne strane, poći od percepcije prosječnog europskog potrošača koji je uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan (vidjeti po analogiji presude od 21. siječnja 2016., Viiniverla, C-75/15, EU:C:2016:35, t. 25. i 28. i od 7. lipnja 2018., Scotch Whisky Association, C-44/17, EU:C:2018:415, t. 47.) i, s druge strane, uzeti u obzir sve čimbenike relevantne u predmetnom slučaju, uključujući načine prezentiranja javnosti i stavljanja na tržište proizvoda o kojima je riječ, kao i činjenični kontekst (vidjeti u tom smislu presudu od 4. prosinca 2019., Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena, C-432/18, EU:C:2019:1045, t. 25.).

40 Konkretno, kada je riječ, kao što je to u glavnom postupku, o elementu izgleda proizvoda koji je obuhvaćen registriranim nazivom, valja među ostalim ocijeniti čini li taj element referentnu i posebno razlikovnu značajku tog proizvoda tako da bi njezino oponašanje, zajedno sa svim čimbenicima relevantnim u predmetnom slučaju, potrošača moglo dovesti do toga da povjeruje da je proizvod koji sadržava to oponašanje obuhvaćen tim registriranim nazivom.

41 Uzimajući u obzir prethodna razmatranja, na drugi dio prethodnog pitanja valja odgovoriti tako da članak 13. stavak 1. točku (d) Uredbe br. 510/2006 i članak 13. stavak 1. točku (d) Uredbe br. 1151/2012 treba tumačiti na način da se njima zabranjuje oponašanje karakterističnog oblika ili izgleda proizvoda obuhvaćenog registriranim nazivom ako to oponašanje može potrošača dovesti do

toga da povjeruje da je proizvod o kojem je riječ obuhvaćen tim registriranim nazivom. Valja ocijeniti može li europskog potrošača, koji je uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan, navedeno oponašanje dovesti u zabludu, uzimajući u obzir sve čimbenike relevantne u predmetnom slučaju.

Troškovi

42 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:

Članak 13. stavak 1. Uredbe Vijeća (EZ) br. 510/2006 od 20. ožujka 2006. o zaštiti oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda te članak 13. stavak 1. Uredbe (EU) br. 1151/2012 Europskog parlamenta i Vijeća od 21. studenoga 2012. o sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode treba tumačiti na način da se njima ne zabranjuje jedino to da se treća strana koristi registriranim nazivom.

Članak 13. stavak 1. točku (d) Uredbe br. 510/2006 i članak 13. stavak 1. točku (d) Uredbe br. 1151/2012 treba tumačiti na način da se njima zabranjuje oponašanje karakterističnog oblika ili izgleda proizvoda obuhvaćenog registriranim nazivom ako to oponašanje može potrošača dovesti do toga da povjeruje da je proizvod o kojem je riječ obuhvaćen tim registriranim nazivom. Valja ocijeniti može li europskog potrošača, koji je uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan, navedeno oponašanje dovesti u zabludu, uzimajući u obzir sve čimbenike relevantne u predmetnom slučaju.

Potpisi