Zbornik sudske prakse

MIŠLJENJE NEZAVISNOG ODVJETNIKA
GIOVANNIJA PITRUZZELLE
od 29. travnja 2021. [1]

Predmet C-783/19

Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne
protiv
GB

(zahtjev za prethodnu odluku koji je uputila Audiencia Provincial de Barcelona (Provincijski sud u Barceloni, Španjolska))

„Zahtjev za prethodnu odluku – Zaštita oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda – Usluge – Pojam aludiranja – Usporedivost između proizvoda – ZOI ‚Champagne' – Uporaba naziva ‚Champanillo' za ugostiteljske usluge”

1. Zahtjev za prethodnu odluku koji je predmet ovog mišljenja odnosi se na tumačenje članka 103. Uredbe br. 1308/2013 [2].

2. Taj zahtjev upućen je u okviru spora između Comitéa Interprofessionnel du Vin de Champagne (Međuprofesionalni odbor za vino šampanjac, u daljnjem tekstu: CIVC) i GB-a, koji se odnosi na upotrebu u trgovačkom prometu znaka CHAMPANILLO za označavanje poslovnih prostora namijenjenih ugostiteljskoj djelatnosti.

I. Pravni okvir

3. Članak 92. stavci 1. i 2. Uredbe br. 1308/2013, koji je dio odjeljka 2. te uredbe, propisuje:

„1. Pravila o oznakama izvornosti, oznakama zemljopisnog podrijetla i tradicionalnim izrazima utvrđena ovim odjeljkom primjenjuju se na proizvode iz Priloga VII. dijela II. točaka 1., od 3. do 6., 8., 9., 11., 15. i 16. [3].

2. Pravila iz stavka 1. temelje se na:

(a) zaštiti legitimnih interesa potrošača i proizvođača;

[1] Izvorni jezik: talijanski

[2] Uredba (EU) br. 1308/2013 Europskog parlamenta i Vijeća od 17. prosinca 2013. o uspostavljanju zajedničke organizacije tržišta poljoprivrednih proizvoda i stavljanju izvan snage uredbi Vijeća (EEZ) br. 922/72, (EEZ) br. 234/79, (EZ) br. 1037/2001 i (EZ) br. 1234/2007 (SL 2013., L 347, str. 671. i ispravci SL 2014., L 189, str. 261., SL 2015., L 114, str. 25., SL 2016., L 130, str. 8., SL 2020., L 1, str. 5.)

[3] Riječ je o proizvodima od vinove loze. Točka 5. iz dijela II. Priloga VII. Uredbi br. 1308/2013 definira značajke „kvalitetnog pjenušavog vina”, što je kategorija koja obuhvaća šampanjac.

(b) osiguravanju neometanog funkcioniranja unutarnjeg tržišta za dotične proizvode i

(c) promicanju proizvodnje kvalitetnih proizvoda kako je navedeno u ovom odjeljku, istovremeno dopuštajući nacionalne mjere politike za kvalitetu."

4. U skladu s člankom 93. stavkom 1. točkom (a) te uredbe:

„1. Za potrebe [odjeljka 2. Uredbe br. 1308/2013] primjenjuju se sljedeće definicije:

(a) ‚oznaka izvornosti' znači ime regije, određenog mjesta ili, u iznimnim i propisno opravdanim slučajevima, države koja se koristi za opis proizvoda iz članka 92. stavka 1. koje ispunjavaju sljedeće zahtjeve:

i. kvaliteta ili svojstva proizvoda u ključnom su dijelu ili isključivo rezultat utjecaja posebnih prirodnih i ljudskih čimbenika određene zemljopisne sredine;

ii. grožđe od kojeg se proizvod proizvodi potječe isključivo s tog zemljopisnog područja;

iii. proizvodnja se odvija na tom zemljopisnom području i

iv. proizvod je nastao od sorti vinove loze koje pripadaju vrsti *Vitis vinifera* […]".

5. Člankom 103. stavkom 2. te uredbe, naslovljenim „Zaštita", propisuje se:

„Zaštićena oznaka izvornosti [ZOI] i zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla [ZOZP] kao i vino koje nosi zaštićeni naziv u skladu sa specifikacijama proizvoda zaštićeno je u odnosu na:

(a) bilo koju izravnu ili neizravnu komercijalnu uporabu tog zaštićenog naziva:

i. usporedive proizvode koji nisu u skladu sa specifikacijama proizvoda zaštićenog naziva ili

ii. uporabu koja iskorištava ugled oznake izvornosti ili oznake zemljopisnog podrijetla;

(b) svaku zloupotrebu, oponašanje ili aludiranje, čak i ako je označeno pravo podrijetlo proizvoda ili usluge ili ako je naziv proizvoda preveden, transkribiran ili transliteriran ili ako mu je dodan izraz poput ‚stil', ‚tip', ‚metoda', ‚kako se proizvodi u', ‚imitacija', ‚aroma', ‚kao' ili slično;

[…]".

6. U skladu s člankom 104. prvom rečenicom Uredbe br. 1308/2013 „Komisija uspostavlja i održava javno dostupan elektronički registar [ZOI-ja] i [ZOZP-a]".

7. Na temelju članka 107. stavka 1. Uredbe br. 1308/2013, određen ZOI vina koji je postojao prije stupanja na snagu te uredbe automatski je zaštićen na temelju te uredbe i navodi se u registru predviđenom člankom 104. navedene uredbe. Oznaka „Champagne" jest ZOI u smislu članka 93. stavka 1. točke (a) Uredbe br. 1308/2013 koji je registriran na razini Unije[4] i zaštićen na temelju članka 107. stavka 1. te uredbe, s obzirom na to da je postojao prije stupanja na snagu same uredbe. Ta oznaka upotrebljava se isključivo za kvalitetna pjenušava (bijela ili rosé) vina kako su

[4] Rif. PDO-FR-A1359

definirana u točki 5. iz dijela II. Priloga VII. Uredbi br. 1308/2013, koja se u skladu sa specifikacijama iz relevantnih pravila proizvode u određenim područjima ili naseljima francuskih departmana Marne i Aube, kao i u regiji Grand Est.

II. Glavni postupak, prethodna pitanja i postupak pred Sudom

8. CIVC, žalitelj u glavnom postupku, polujavno je tijelo s pravnom osobnošću, priznato u francuskom pravu, sa zadaćom skrbi o interesima proizvođača šampanjca. CIVC je podnio tužbu Juzgadu mercantil de Barcelona (Trgovački sud u Barceloni, Španjolska) kako bi ishodio da GB, druga stranka u žalbenom postupku, prestane upotrebljavati znak CHAMPANILLO, uključujući i uporabu na društvenim mrežama (Instagram i Facebook), s tržišta i interneta povuče sve oznake, promidžbene ili komercijalne dokumente koji sadržavaju taj znak, kao i da izbriše naziv domene „champanillo.es". GB se uključio u postupak, pri čemu je naveo da se znak CHAMPANILLO upotrebljava kao trgovački naziv prostora namijenjenih ugostiteljskoj djelatnosti („tapas barova" koji se nalaze u autonomnoj zajednici Kataloniji), da nije bilo nikakve opasnosti od dovođenja u zabludu u odnosu na proizvode koji su obuhvaćeni oznakom „Champagne" i da nije imao nikakvu namjeru iskorištavati ugled te oznake.

9. Juzgado mercantil de Barcelona (Trgovački sud u Barceloni) odbio je CIVC-ove zahtjeve u cijelosti. Taj sud smatrao je da uporaba znaka CHAMPANILLO ne predstavlja aludiranje koje povređuje ZOI „Champagne" zato što se njime ne označava alkoholno piće, nego prostori za ugostiteljsku djelatnost u kojima se ne prodaje šampanjac i stoga proizvodi koji nisu proizvodi zaštićeni ZOI-jem i koji su namijenjeni drukčijoj javnosti. U obrazloženju te presude Juzgado mercantil de Barcelona (Trgovački sud u Barceloni) upućuje na stajalište koje je Tribunal Supremo (Vrhovni sud, Španjolska) izrazio u presudi iz 2016. u kojoj je isključeno da uporaba pojma CHAMPÌN za stavljanje na tržište bezalkoholnog gaziranog pića na bazi voća, koje je namijenjeno konzumaciji na dječjim zabavama, povređuje ZOI „Champagne", s obzirom na to da postoji razlika između relevantnih proizvoda i javnosti kojoj su namijenjeni unatoč fonetskoj sličnosti između dvaju znakova [5].

10. CIVC je protiv presude Juzgada mercantil de Barcelona (Trgovački sud u Barceloni) podnio žalbu Audienciji provincial de Barcelona (Provincijski sud u Barceloni, Španjolska). Potonji sud navodi: (i) da je GB u dva navrata pokušao prijaviti znak CHAMPANILLO kao žig u španjolskom uredu za patente i da su ti zahtjevi odbijeni odlukama od 8. veljače 2011. i 14. travnja 2015. nakon CIVC-ova protivljenja; (ii) da GB kao grafičku podlogu za oglašavanje svojih prostora upotrebljava sliku dviju čaša s pjenušavim pićem; (iii) da je CIVC dostavio dokumente kojima dokazuje da je GB do 2015. u svojim objektima prodavao pjenušavo vino [6] pod nazivom „Champanillo" i da ga je prestao prodavati tek nakon CIVC-ove intervencije.

11. Sud koji je uputio zahtjev ističe da i članak 13. Uredbe br. 510/2006 [7] i članak 103. Uredbe br. 1308/2013 štite ZOI u odnosu na proizvode, uz jedinu iznimku članka 103. stavka 2. točke (b) u kojem se navode i usluge. Taj sud navodi da dvoji u pogledu opsega i pravilnog tumačenja odredbi prava Unije o zaštiti ZOI-ja u slučaju u kojem se znak koji je u suprotnosti s takvom oznakom u trgovačkom prometu ne upotrebljava za označavanje proizvoda, nego usluga.

[5] Presuda od 1. ožujka 2016. (ECLI:ES:TS:2016:771)

[6] U određenim ulomcima odluke kojom se upućuje zahtjev navodi se „piće", a u drugima „vino".

[7] 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.)

12. U tim je okolnostima Audiencia Provincial de Barcelona (Provincijski sud u Barceloni) prekinula postupak i Sudu uputila sljedeća prethodna pitanja:

„1. Obuhvaća li opseg zaštite oznake izvornosti, uz njezinu zaštitu u odnosu na slične proizvode, i zaštitu u odnosu na usluge koje mogu biti povezane s izravnom ili neizravnom distribucijom tih proizvoda?

2. Zahtijeva li opasnost od povrede zbog aludiranja, na koju se odnose navedeni članci uredbi Zajednice, uglavnom analizu korištenog naziva radi utvrđivanja njegova utjecaja na prosječnog potrošača ili za analiziranje te opasnosti od povrede zbog aludiranja, treba prethodno utvrditi je li riječ o istim, sličnim ili složenim proizvodima koji u svojem sastavu imaju proizvod zaštićen oznakom izvornosti?

3. Treba li opasnost od povrede zbog aludiranja utvrditi na temelju objektivnih parametara kada postoji potpuna ili vrlo velika podudarnost u nazivima ili je treba stupnjevati ovisno o aludirajućim proizvodima i uslugama ili proizvodima i uslugama na koje se aludira da bi se zaključilo da je opasnost od aludiranja neznatna ili irelevantna?

4. Je li zaštita koju predviđaju referentni propisi u slučajevima opasnosti od aludiranja ili iskorištavanja posebna zaštita, svojstvena posebnostima tih proizvoda, ili ta zaštita mora nužno biti povezana s pravnim pravilima o nepoštenom tržišnom natjecanju?”

13. U skladu s člankom 23. Statuta Suda, očitovanja su podnijeli CIVC, francuska i talijanska vlada te Komisija. Na temelju mjere upravljanja postupkom u skladu s člankom 61. stavkom 1. Poslovnika Suda, Sud je pozvao stranke u glavnom postupku i zainteresirane osobe u smislu članka 23. Statuta da pisano odgovore na određena pitanja. CIVC, GB, francuska i talijanska vlada te Komisija postupili su u skladu s tom mjerom.

III. Analiza

A. Uvodne napomene

14. Prije ispitivanja prethodnih pitanja potrebno je dati određena pojašnjenja zakonodavnog okvira koji se navodi u odluci kojom se upućuje zahtjev.

15. Kao prvo, iz te odluke proizlazi da Audiencia Provincial de Barcelona (Provincijski sud u Barceloni) smatra da se na spor u glavnom postupku primjenjuju i bilateralni Convenio entre el Estado Español y la República Francesa sobre la protección de las denominaciones de origen, indicaciones de procedencia y denominaciones de ciertos productos (Sporazum između Španjolske države i Francuske Republike o zaštiti oznaka izvornosti, oznaka podrijetla i naziva određenih proizvoda) od 27. lipnja 1973.[8] i, na temelju tog sporazuma, Décret n°2010-1441 du 22 novembre 2010 relatif à l'appellation d'origine contrôlée „Champagne” (Uredba br. 2010-1441

[8] JORF od 18. travnja 1975., str. 4011.

o kontroliranoj oznaci izvornosti „Champagne” od 22. studenoga 2010.)[9] te članak L 643-1 francuskog Codea rural (Zakonik o ruralnim područjima)[10]. Prema mišljenju suda koji je uputio zahtjev, te odredbe „nadopunjuju se” primjenjivim odredbama prava Unije.

16. Međutim, kao što je to točno istaknula Komisija u svojim pisanim očitovanjima, Sud je već u pogledu Uredbe br. 1234/2007[11] (koja je od 20. prosinca 2013. stavljena izvan snage i zamijenjena Uredbom br. 1308/2013) imao priliku pojasniti da je sustav zaštite oznaka izvornosti uveden zakonodavstvom Unije „jedinstven i isključiv” i da mu se protivi i primjena nacionalnog sustava zaštite oznaka zemljopisnog podrijetla koje su zaštićene na temelju tog zakonodavstva[12] i primjena sustava zaštite koji je predviđen ugovorima između dviju država članica[13].

17. Kao drugo, iako u tekstu prethodnih pitanja Audiencia Provincial de Barcelona (Provincijski sud u Barceloni) nije izričito uputila ni na jednu posebnu odredbu uredbi Unije u području zaštite ZOI-ja, u obrazloženju odluke kojom se upućuje zahtjev taj se sud, kao što je to prethodno navedeno, osim na članak 103. Uredbe br. 1308/2013, poziva i na članak 13. Uredbe br. 510/2006[14]. Međutim, članak 1. stavak 1. drugi podstavak te uredbe[15] iz njezina područja primjene izričito isključuje proizvode vinskog sektora. Stoga se ni Uredba br. 510/2006 ni Uredba br. 1151/2012 koja ju je zamijenila ne primjenjuju na spor u glavnom postupku.

18. Unatoč tomu, s obzirom na to da se odredbe u području zaštite oznaka zemljopisnog podrijetla, koje su sadržane u različitim sektorskim uredbama, sastoje od pojmova koji se u velikom dijelu podudaraju, Sud prema ustaljenoj sudskoj praksi načelima koja su utvrđena u okviru tumačenja pojedinačnih sustava zaštite priznaje horizontalnu primjenu[16].

19. Naposljetku, što se tiče primjene *ratione temporis* zakonodavstva Unije, unatoč tomu što u odluci kojom se upućuje zahtjev ne postoji izravno upućivanje u tom smislu, očito je da su postupanja protiv kojih je usmjerena CIVC-ova tužba barem djelomično počinjena nakon stupanja na snagu Uredbe br. 1308/2013. Iz toga slijedi da prethodna pitanja treba tumačiti na način da se njima traži tumačenje članka 103. stavka 2. Uredbe br. 1308/2013. Osim toga, iako ni taj element izričito ne proizlazi iz odluke kojom se upućuje zahtjev, moguće je da su određene povrede ZOI-ja „Champagne” koje je navodno počinio GB započele u razdoblju kada je na snazi bila Uredba br. 1234/2007. Stoga, iako ću se u ispitivanju prethodnih pitanja pozivati samo na

9 JORF br. 0273 od 25. studenoga 2010., tekst br. 8

10 Pojašnjavam da je sud koji je uputio zahtjev prihvatio upućivanja na zakonodavstvo na kojem se temeljila CIVC-ova tužba u prvostupanjskom postupku.

11 Uredba Vijeća (EZ) br. 1234/2007 od 22. listopada 2007. o uspostavljanju zajedničke organizacije poljoprivrednih tržišta i o posebnim odredbama za određene poljoprivredne proizvode (SL 2007., L 299, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 3., svezak 9., str. 61., Uredba o jedinstvenom ZOT-u

12 Vidjeti presudu od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 96., 101. i 103.).

13 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. 99. do 102.). U toj presudi Sud upućuje na presudu od 8. rujna 2009., Budějovický Budvar (C-478/07, EU:C:2009:521, t. 107. i sljedeće) u kojoj se od Suda tražilo da odluči o primjeni ugovora sklopljenog između dviju država članica na temelju kojeg se oznaka zemljopisnog podrijetla koja je registrirana u jednoj od tih država, ali ne na razini Unije, u svakom slučaju priznaje i štiti u drugoj od tih država. U presudi od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 99. do 102.) Sud je isto rasuđivanje primijenio u okolnostima u kojima je oznaka izvornosti bila registrirana na razini Unije.

14 Koji je postao članak 13. Uredbe (EU) br. 1151/2012 Europskog parlamenta i Vijeća od 21. studenoga 2012. o sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode. Tom uredbom stavljena je izvan snage i od 3. siječnja 2013. zamijenjena Uredba br. 510/2006.

15 Koji je postao članak 2. stavak 2. Uredbe br. 1151/2012.

16 Što se tiče potrebe tumačenja odredbi prava Unije o zaštiti registriranih naziva i oznaka zemljopisnog podrijetla koje su dio horizontalne politike Unije na način koji omogućuje njihovu ujednačenu primjenu, vidjeti točku 32. presude od 20. prosinca 2017., Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (C-393/16, EU:C:2017:991, t. 32., u daljnjem tekstu:presuda CIVC)

članak 103. stavak 2. točku (b) Uredbe br. 1308/2013, odgovori na ta pitanja koje ću predložiti vrijede i za potrebe tumačenja članka 118.m Uredbe br. 1234/2007, kako je izmijenjena Uredbom br. 491/2009 [17], koji se sastoji od pojmova koji su u biti istovjetni.

B. Prvo prethodno pitanje

20. Svojim prvim prethodnim pitanjem sud koji je uputio zahtjev u biti pita je li ZOI zaštićen samo u odnosu na prakse koje se odnose na proizvode koji su identični ili usporedivi s proizvodima koji se označavaju oznakom o kojoj je riječ ili i u odnosu na prakse koje se odnose na usluge povezane s izravnom ili neizravnom distribucijom tih proizvoda.

21. To pitanje sastoji se od širokih pojmova koji mogu obuhvaćati sve radnje koje su zabranjene na temelju članka 103. stavka 2. Uredbe br. 1308/2013.

22. Međutim, i iz spisa glavnog postupka [18] i iz teksta drugog i trećeg prethodnog pitanja te obrazloženja odluke kojom se upućuje zahtjev proizlazi da se dvojbe Audiencije Provincial de Barcelona (Provincijski sud u Barceloni) i spor o kojem taj sud treba donijeti odluku konkretno odnose na zaštitu od aludiranja koja se predviđa tim člankom 103. stavkom 2. točkom (b).

23. Unatoč tomu, i CIVC i Komisija u svojim pisanim očitovanjima izričito upućuju i na točku (a) tog stavka, dok je francuska vlada ispitala prvo prethodno pitanje s obzirom na sve radnje koje se zabranjuju člankom 103. stavkom 2. Uredbe br. 1308/2013, uključujući i prakse iz točki (c) i (d) te odredbe [19].

24. Na temelju mjere upravljanja postupkom Sud je pozvao stranke i zainteresirane osobe u smislu članka 23. Statuta da se izjasne o mogućnosti da se na spor u glavnom postupku primijeni članak 103. stavak 2. točka (a) podtočka (ii) Uredbe br. 1308/2013, što je odredba kojom se zabranjuje izravna ili neizravna komercijalna uporaba zaštićene oznake koja iskorištava njezin ugled. Pitanje koje je postavio Sud izričito je upućivalo na točku 31. presude od 7. lipnja 2018. Scotch Whisky Association [20] (u daljnjem tekstu: presuda Scotch Whisky Association), u kojoj je Sud prilikom odlučivanja o tumačenju članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008 [21] pojasnio da „slučajevi koji mogu biti obuhvaćeni [tom odredbom] 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”.

[17] Uredba Vijeća (EZ) br. 491/2009 od 25. svibnja 2009. o izmjeni Uredbe (EZ) br. 1234/2007 o uspostavljanju zajedničke organizacije poljoprivrednih tržišta i o posebnim odredbama za određene poljoprivredne proizvode (SL 2009., L 154, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 3., svezak 68., str. 121.)

[18] Iz CIVC-ovih pisanih očitovanja proizlazi da tužba koja je podnesena protiv GB-a potonjoj stranci osporava navodno nezakonito aludiranje na ZOI Champagne.

[19] U svakom slučaju, ističem da su CIVC, francuska i talijanska vlada, kao i Komisija svoje odgovore na prvo prethodno pitanje formulirali na način da su općenitim pojmovima upućivali na zaštitu ZOI-ja ili na članak 103. Uredbe br. 1308/2013.

[20] C-44/17, EU:C:2018:415

[21] Uredba (EZ) br. 110/2008 Europskog parlamenta i Vijeća od 15. siječnja 2008. o definiciji, opisivanju, prezentiranju, označavanju i zaštiti zemljopisnih oznaka 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.) Članak 16. točka (a) Uredbe br. 110/2008 ima sličan sadržaj kao članak 103. stavak 2. točka (a) Uredbe br. 1308/2013, od kojeg se ipak razlikuje, s obzirom na to da upućuje na izravnu ili neizravnu komercijalnu uporabu „u odnosu na proizvode koji nisu obuhvaćeni registracijom”, što je pak pojašnjenje koje ne sadržava prvonavedena odredba. Unatoč toj razlici, tumačenje pojma „uporaba” koje je Sud dao u točkama 29. do 31. presude Scotch Whisky Association može se primijeniti na pojam „uporaba” koji se upotrebljava u članku 103. stavku 2. točki (a) Uredbe br. 1308/2013.

25. Nedvojbeno je da ZOI „Champagne” i sporni znak CHAMPANILLO imaju određeni stupanj fonetske i vizualne sličnosti, osobito ako se uspoređuju uzimajući u obzir to da prijevod prvonavedenog naziva na španjolski glasi „Champán” [22]. Naime, osim naglaska, potonji naziv navodi se u cijelosti i odmah se može i vizualno i fonetski uočiti u spornoj oznaci. Stoga je opravdano pitati se, također kako bi se odredio opseg prvog prethodnog pitanja, može li se u svakom slučaju članak 103. stavak 2. točka (a) podtočka (ii) Uredbe br. 1308/2013 primijeniti na slučaj poput onog u sporu u glavnom postupku, odnosno može li uporaba spornog znaka predstavljati „uporabu” ZOI-ja „Champagne” u smislu te odredbe [23].

26. Međutim, kao i Komisija, sklon sam tomu da se na takvo pitanje odgovori niječno i da se smatra da radnje koje CIVC osporava treba ispitati samo s obzirom na članak 103. stavak 2. točku (b) Uredbe br. 1308/2013.

27. Naime, iako je točno da pojam „uporaba” zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla u smislu članka 103. stavka 2. točke (a) te uredbe može obuhvaćati i uporabu takve oznake u spornom znaku „na fonetski i/ili vizualno vrlo sličan način” [24], pojašnjenja koja je Sud iznio u presudi Scotch Whisky Association navode na zaključak da razina sličnosti između suprotstavljenih znakova, koja se zahtijeva kako bi bila riječ o takvoj uporabi, treba biti posebno izražena i vrlo blizu istovjetnosti. Naime, Sud je u točki 29. te presude pojasnio da je područjem primjene navedene odredbe obuhvaćena uporaba zaštićene oznake zemljopisnog podrijetla „u obliku koji je s njome fonetski i/ili vizualno toliko usko povezan da je sporni znak od nje očito neodvojiv”.

28. Međutim, smatram da usporedba suprotstavljenih znakova u sporu u glavnom postupku nije u skladu s takvim ispitivanjem. Konkretno, situacija o kojoj je riječ u glavnom postupku razlikuje se od situacije na koju se odnosio predmet u kojem je donesena presuda CIVC, u kojem je također bilo riječ o preuzimanju prijevoda ZOI-ja „Champagne” kao dijela naziva proizvoda. Naime, u tom je slučaju znak „Champagner” (prijevod oznake „Champagne” na njemački) bio zasebno upotrijebljen u osporavanom nazivu iako je iza tog znaka slijedio izraz „Sorbet”. Međutim, znak koji se osporava u glavnom postupku i vizualno i fonetski znatno se razlikuje od naziva na španjolskom „Champàn” zbog toga što se tom nazivu dodao nastavak „illo”.

29. Osim toga, ističem da se ipak čini da se na temelju tog nastavka može utvrditi da postoji velika koncepcijska sličnost, pa čak i stvarna i prava koncepcijska istovjetnost, između oznake „Champagne” i spornog znaka ako, kao što se čini da to proizlazi iz spisa, taj sporni znak doslovno znači „mali šampanjac”, koji u talijanskom jeziku uvelike odgovara žargonskom izrazu „champagnino” (na francuskom „petit champagne”). Prema mojem mišljenju, taj čimbenik još više ide u prilog tomu da sporne prakse treba obuhvatiti područjem primjene članka 103.

[22] U tom pogledu podsjećam da je u presudi CIVC, t. 34. i 35., Sud smatrao da se članak 118.m stavak 2. točka (a) podtočka (ii) Uredbe br. 1234/2007 i članak 103. stavak 2. točka (a) podtočka (ii) Uredbe br. 1308/2013 mogu primijeniti na slučaj u kojem sporni naziv nije sadržavao ZOI kao takav (u tom predmetu ZOI „Champagne”), nego njegov prijevod na njemački („Champagner”).

[23] Ako članak 103. stavak 2. točka (a) podtočka (ii) Uredbe br. 1308/2013 treba smatrati primjenjivim na činjenice spora u glavnom postupku, radnje GB-a vjerojatno treba djelomično kvalificirati kao „izravnu komercijalnu uporabu” u smislu te odredbe (primjerice uporaba znaka „Champanillo” za označavanje pića ili pjenušavog vina u vlastitim prostorima ili kao razlikovnog znaka vlastitih ugostiteljskih usluga), a djelomično kao „neizravnu komercijalnu uporabu” (primjerice uporaba tog znaka na oglašivačkim medijima i društvenim mrežama). U tom pogledu podsjećam da je Sud u točki 32. presude Scotch Whisky Association, u pogledu članka 16. točke (a) Uredbe br. 110/2008 pojasnio da „izravna” uporaba podrazumijeva da je zaštićena oznaka zemljopisnog podrijetla postavljena izravno na predmetni proizvod ili na njegovo pakiranje (odnosno, kada bi se priznala uporaba za usluge, da se ta oznaka upotrebljava za njihovo označavanje), dok „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. Takvo tumačenje može se primijeniti na pojmove „izravna uporaba” i „neizravna uporaba” u smislu članka 103. stavka 2. točke (a) podtočke (ii) Uredbe br. 1308/2013.

[24] Vidjeti po analogiji točku 31. presude Scotch Whisky Association.

stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013 koji, kao što se to detaljnije objašnjava u nastavku, obuhvaća slučajeve u kojima u mislima ciljanog potrošača dolazi do asocijacije između spornog znaka i proizvoda sa ZOI-jem [25].

30. Naposljetku, ističem da je Sud prilikom donošenja odluke o tumačenju članka 13. stavka 1. Uredbe br. 1151/2012, čiji se tekst sastoji od pojmova koji se u velikom dijelu podudaraju s pojmovima članka 103. stavka 2. Uredbe br. 1308/2013, priznao da ta odredba sadržava postupno nabrajanje zabranjenih radnji i da se područje primjene članka 13. stavka 1. točke (a) Uredbe br. 1151/2012 nužno mora razlikovati od područja primjene drugih pravila o zaštiti registriranih naziva i osobito pravila sadržanog u točki (b) [26]. Međutim, pretjerano široko tumačenje pojma „uporaba" u smislu članka 103. stavka 2. točke (a) podtočke (ii) Uredbe br. 1308/2013, koje obuhvaća slučajeve u kojima se navodno nezakonita praksa sastoji od uporabe zaštićene oznake u obliku koji se u biti ne podudara s registriranom oznakom, dovodi do opasnosti da se pretjerano smanji crta razgraničenja između slučajeva koji se uređuju u toj odredbi i slučajeva koji su obuhvaćeni područjem primjene članka 103. stavka 2. točke (b) te uredbe, čime bi se otežalo održavanje stvarne neovisnosti tih slučajeva.

31. Kao što je to prethodno pojašnjeno, smatram da odgovor na prvo prethodno pitanje na već opisani način ne stvara posebne poteškoće.

32. Naime, u tekstu članka 103. stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013 izričito se navodi da je ZOI zaštićen u odnosu na svaku „zloupotrebu, oponašanje ili aludiranje, čak i ako je označeno pravo podrijetlo proizvoda ili *usluge*" [27]. Nedvojbeno je da se i u sintaktičkom smislu i u smislu unutarnje logične dosljednosti navedenog pravnog pravila ta odredba odnosi na podrijetlo proizvoda ili usluge koja se označava spornim znakom. Kao što to pravilno ističe talijanska vlada, drukčije ne može ni biti, s obzirom na to da se, u skladu s definicijom iz članka 93. stavka 1. točke (a) Uredbe br. 1308/2013, ZOI koristi za opis proizvoda iz članka 92. stavka 1. te uredbe i stoga se ne može registrirati za usluge.

33. Slijedom toga, doslovno tumačenje članka 103. stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013 ide u prilog zaštiti ZOI-ja od praksi koje su obuhvaćene njegovim područjem primjene čak i u slučajevima u kojima se te prakse odnose na usluge.

34. U istom smislu ide i teleološko tumačenje te odredbe.

35. Sud je priznao da je Uredba br. 1308/2013 instrument zajedničke poljoprivredne politike čiji je cilj, među ostalim, sprečavanje trećih osoba da iskorištavaju ugled koji proizlazi iz kvalitete proizvoda koji nose oznake zemljopisnog podrijetla registrirane na temelju odredbi te uredbe [28].

36. Stoga članak 103. stavak 2. te uredbe predviđa široku zaštitu čiji je cilj, u skladu s onim što se navodi u prvoj rečenici uvodne izjave 97. te uredbe, proširenje na sve „upotreb[e] koje iskorištavaju ugled koji uživaju proizvodi" obuhvaćeni jednom od tih oznaka.

[25] Vidjeti po analogiji točku 33. presude Scotch Whisky Association.

[26] Vidjeti presudu od 17. prosinca 2020., Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier (C-490/19, EU:C:2020:1043, t. 24. i 25.).

[27] Moje isticanje

[28] Što se tiče Uredbe br. 1234/2007, vidjeti presudu od 14. rujna 2017., EUIPO/Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (C-56/16 P, EU:C:2017:693, t. 82.), kao i točku 38. presude CIVC.

37. Konkretnije, točkom (b) stavka 2. tog članka zabranjuje se svaka praksa kojom se neopravdano iskorištava ugled određenog ZOI-ja (ili ZOZP-a) asocijacijom na taj ZOI.

38. U tim okolnostima tumačenje članka 103. stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013 kojim se ne omogućuje zaštita ZOI-ja u slučaju u kojem sporni znak označava uslugu, a ne proizvod, ne samo da nije usklađeno sa širokim opsegom koji Sud priznaje zaštiti registriranih oznaka zemljopisnog podrijetla, nego ni ne omogućuje, kao što to pravilno ističe talijanska vlada, da se u potpunosti ostvari cilj zaštite naveden u prvoj rečenici uvodne izjave 97. navedene uredbe. Naime, do neopravdanog iskorištavanja ugleda proizvoda koji je obuhvaćen ZOI-jem ne može doći samo u slučaju u kojem se praksa koja se zabranjuje člankom 103. stavkom 2. točkom (b) Uredbe br. 1308/2013 odnosi na proizvod, nego i u slučaju u kojem se ta praksa odnosi na uslugu.

39. Kako bi se ostvarili ciljevi utvrđeni Uredbom br. 1308/2013, tu odredbu stoga treba primijeniti i u slučajevima u kojima do aludiranja na ZOI dolazi u okviru stavljanja na tržište određene usluge. Osim toga, taj zaključak jasno proizlazi iz druge rečenice uvodne izjave 97. te uredbe na koju upućuju i CIVC i njemačka i talijanska vlada te Komisija, u kojoj se navodi da „[k]ako bi se promicalo pošteno tržišno natjecanje […], ta bi se zaštita [ZOI-ja i ZOZP-a] također trebala proširiti na proizvode i usluge koje nisu obuhvaćene [tom] [u]redbom, uključujući one koji se ne nalaze u Prilogu I. Ugovorima”[29]. Također treba navesti, osobito u vezi sa zaštićenim oznakama izvornosti i zaštićenim oznakama zemljopisnog podrijetla vina, da uvodna izjava 92. te uredbe potiče usklađivanje s Uredbom br. 1151/2012, koja se odnosi na horizontalnu politiku Unije za kvalitetu. Uvodna izjava 32. te uredbe pak prilikom određivanja da „[z]aštit[u] oznaka izvornosti ili oznaka zemljopisnog podrijetla treba […] proširiti na zlouporabu, imitaciju i aludiranje na registrirane nazive na robi i uslugama” izravno upućuje na potrebu osiguranja razine zaštite kako bi se ta zaštita „uskladila s onom koja se primjenjuje na vinski sektor”.

40. Stoga na temelju svih prethodnih razmatranja predlažem Sudu da na prvo prethodno pitanje odgovori tako da članak 103. stavak 2. točku (b) Uredbe br. 1308/2013 treba tumačiti na način da područje primjene te odredbe može obuhvaćati i radnje zloupotrebe ili oponašanja određenog ZOI-ja odnosno radnje aludiranja na određeni ZOI koje se odnose na usluge.

41. Prije nego što nastavim svoju analizu, želim pojasniti da u slučaju da Sud odluči da svoj odgovor na prvo prethodno pitanje neće ograničiti samo na tumačenje članka 103. stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013, isti opseg za koji predlažem Sudu da dodijeli toj odredbi, prema mojem mišljenju, treba priznati i u odnosu na članak 103. stavak 2. točku (a) podtočku (ii) te uredbe.

42. Naime, s jedne strane, tekst te odredbe prilikom upućivanja na „*bilo koju* izravnu ili neizravnu komercijalnu *uporabu*”[30] ne omogućuje da se njegovo područje primjene ograniči na uporabe koje se odnose samo na proizvode, pri čemu se isključuju uporabe koje se odnose na usluge. Osim toga, prilikom određivanja da se zabrana primjenjuje na „uporabu koja iskorištava ugled oznake izvornosti ili oznake zemljopisnog podrijetla” ta odredba izričito naglašava učinke uporabe, a ne neku njezinu posebnu vrstu. S druge strane, ista razmatranja koja se odnose na ciljeve Uredbe br. 1308/2013 i opseg zaštite koja se tom uredbom pruža oznakama zemljopisnog podrijetla koje

[29] Riječ je o proizvodima na koje se primjenjuju članci 39. do 44. UFEU-a o zajedničkoj poljoprivrednoj politici.

[30] Moje isticanje

su registrirane na temelju odredbi te uredbe, koje se navode u točkama 35. i 36. ovog mišljenja, vrijede i za potrebe teleološkog tumačenja članka 103. stavka 2. točke (a) podtočke (ii) navedene uredbe [31].

C. Drugo i treće prethodno pitanje

43. Drugim i trećim prethodnim pitanjem, koje je svrsishodno razmotriti zajedno, sud koji je uputio zahtjev u biti pita koje kriterije treba primijeniti prilikom ocjene postojanja aludiranja u smislu članka 103. stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013. Konkretno, Audiencia Provincial de Barcelona (Provincijski sud u Barceloni) postavlja pitanje o ulozi koju u toj ocjeni treba pripisati usporedbi između proizvoda koji je obuhvaćen ZOI-jem i proizvoda (ili usluge) u pogledu kojih je upotrijebljen sporni znak i o potrebi da se prethodno utvrdi je li riječ o istim ili sličnim proizvodima, odnosno da se prethodno utvrdi postoji li između njih (ili između proizvoda koji je obuhvaćen ZOI-jem i usluge o kojoj je riječ) neka druga poveznica.

44. U tom pogledu prije svega ističem da, iako se člankom 103. stavkom 2. točkom (a) Uredbe br. 1308/2013 pojašnjava da je izravna ili neizravna uporaba ZOI-ja zabranjena i u slučajevima u kojima se odnosi na „usporedive proizvode" koji nisu u skladu s pravilima iz tog članka (točka (a) podtočka (i)) i u slučajevima u kojima se odnosi na uporabu koja iskorištava ugled ZOI-ja (točka (a) podtočka (ii)), točka (b) stavka 2. tog članka ne sadržava nikakvo upućivanje ni u smislu ograničenja zaštite od aludiranja samo na slučajeve u kojima su proizvodi označeni ZOI-jem i proizvodi ili usluge u pogledu kojih je upotrijebljen sporni znak „usporedivi" ili „slični" ni u smislu proširenja te zaštite na slučajeve u kojima se taj znak odnosi na proizvode i/ili usluge koji nisu slični proizvodima i/ili uslugama sa ZOI-jem [32]. Suprotno tomu, čini se da pojam „sličnosti između proizvoda", kako se primjenjuje u okviru prava o žigovima [33], na koji izgleda upućuje sud koji je uputio zahtjev, nije povezan sa zaštitom oznaka zemljopisnog podrijetla u pogledu koje se pak, kao što je to prethodno navedeno, ističe pojam „usporedivost između proizvoda" [34], što je pojam za koji se usto čini da treba uže tumačiti [35].

45. U tim okolnostima, suprotno onomu što se čini da tvrde CIVC i francuska vlada, smatram da pojašnjenje Suda u skladu s kojim zaštita registriranih oznaka od aludiranja ovisi o utvrđenju postojanja opasnosti od dovođenja u zabludu [36] nije od odlučujuće važnosti kako bi se utvrdilo treba li područje primjene te zaštite smatrati ograničenim samo na proizvode i/ili usluge koji su usporedivi s proizvodom sa ZOI-jem. Naime, opasnost od dovođenja u zabludu može se isključiti

[31] Vidjeti točku 31. presude CIVC. U tom smislu, ta zaštita obuhvaća i proizvode koji nisu slični, vidjeti po analogiji presudu od 12. lipnja 2007., Budějovický Budvar/UAMI – Anheuser-Busch (BUDWEISER) (T-53/04 – T-56/04, T-58/04 i T-59/04, neobjavljena, EU:T:2007:167, t. 175.).

[32] Međutim, u suprotnom smislu vidjeti presudu od 12. lipnja 2007., Budějovický Budvar/UAMI – Anheuser-Busch (BUD), T-60/04 – T-64/04, neobjavljena, EU:T:2007:169, t. 164. do 169., osobito t. 166.

[33] Vidjeti u tom pogledu presudu od 29. rujna 1998., Canon (C-39/97, EU:C:1998:442, t. 23.).

[34] Članak 103. stavak 2. točka (a) podtočka (i) Uredbe br. 1308/2013 Podredno ističem da se slični pojmovi, poput primjerice pojma „proizvod iste vrste" također nalaze u odredbama uredbi Unije u području oznaka zemljopisnog podrijetla koje se odnose na apsolutne zabrane registracije žigova u slučaju sukoba s određenim ZOI-jem ili ZOZP-om (vidjeti primjerice članak 14. stavak 1. Uredbe br. 1151/2012). Ured Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO) tumači te pojmove na ujednačen način, vidjeti Smjernice za ispitivanje žigova Europske unije, dio B: Ispitivanje, odjeljak 4., Apsolutni razlozi za odbijanje registracije, poglavlje 10., Žigovi u sukobu s oznakama zemljopisnog podrijetla, str. 618.

[35] Vidjeti presudu od 14. srpnja 2011., Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 55.). U pogledu šireg tumačenja, s obzirom na pojam „proizvod iste vrste" iz članka 14. stavka 1. Uredbe br. 2081/92, vidjeti presudu od 2. veljače 2017., Mengozzi/EUIPO – Consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva toscano (TOSCORO) (T-510/15, EU:T:2017:54, t. 44.) u skladu s kojom je dovoljno da predmetni proizvod s proizvodom na koji se odnosi oznaka zemljopisnog podrijetla dijeli određene zajedničke karakteristike.

[36] Vidjeti po analogiji presude od 4. ožujka 1999., Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, t. 26.) i od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 45.).

primjerice u slučajevima koji se izričito propisuju člankom 103. stavkom 2. točkom (b) Uredbe br. 1308/2013, u kojima je označeno podrijetlo proizvoda ili usluge ili u slučajevima u kojima su upotrijebljeni termini kao što su „metoda" ili „imitacija", čak i u slučajevima u kojima su proizvodi koji su obuhvaćeni ZOI-jem i proizvodi i usluge na koje se primjenjuje sporni znak identični ili usporedivi.

46. S obzirom na navedeno, ako je nedvojbeno da takoreći „uobičajeno" područje primjene zaštite ZOI-ja od aludiranja obuhvaća slučajeve u kojima uporaba spornog znaka omogućuje njegovu nositelju da prisvoji posebna svojstva koja se priznaju zaštićenoj oznaci zbog toga što su proizvodi sa zaštićenom oznakom identični ili usporedivi s proizvodima ili uslugama koje su označene spornim znakom, kao što je to prethodno navedeno, iz same preambule Uredbe br. 1308/2013 proizlazi[37], te je jasno utvrđeno sudskom praksom Suda, da je ZOI općenitije zaštićen od svake zlouporabe ugleda koji je povezan s proizvodima koji nose ZOI.

47. Kao što sam već imao priliku istaknuti u svojem mišljenju u predmetu Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (C-614/17, EU:C:2019:11, točka 17.) zaštita od aludiranja jest oblik zaštite *sui generis* koji nije povezan s kriterijem dovođenja u zabludu, koji pretpostavlja da znak koji je u sukobu s registriranom oznakom može stvoriti pogrešnu predodžbu u javnosti u pogledu zemljopisnog podrijetla ili kvalitete proizvoda te da se ta zaštita ne može jednostavno svesti na zaštitu od dovođenja u zabludu. Glavni cilj te zaštite treba potražiti u zaštiti kvalitete i ugleda registriranih oznaka od parazitiranja.

48. Stoga postojanje aludiranja valja ocijeniti na temelju posebnih kriterija zaštite koju pruža ZOI i kojima se pridonosi ostvarivanju ciljeva svojstvenih zakonodavstvu Unije u području kvalitete.

49. Sud je postupno pojasnio kriterije koji su relevantni za tu analizu. Sud je tako odlučio da pojam „aludiranja" podrazumijeva prije svega situaciju u kojoj pojam koji se koristi za označavanje proizvoda uključuje dio registriranog naziva, tako da se u mislima potrošača „koji se susretne s imenom proizvoda kao referentna slika pojavi proizvod s tom oznakom"[38].

50. Međutim, Sud je u presudi Scotch Whisky Association s obzirom na članak 16. točku (b) Uredbe br. 110/2008 pojasnio da ni djelomično ugrađivanje registrirane oznake u sporni znak ni fonetska i vizualna sličnost spornog znaka s registriranom oznakom nisu nužan uvjet za utvrđivanje postojanja aludiranja[39]. Naime, potonje aludiranje može proizlaziti iz same „koncepcijske bliskosti" između registrirane oznake i spornog znaka[40]. U tom smislu nije dostatno samo da sporni element predmetnog znaka mora kod ciljane javnosti pobuđivati bilo kakvu asocijaciju na registriranu oznaku ili s njom povezano zemljopisno područje. Umjesto toga, potrebno je utvrditi „dovoljno izravnu i nedvojbenu vezu" između tog elementa i registrirane oznake[41].

51. Prema mišljenju Suda, odlučujući kriterij za utvrđivanje postoji li „aludiranje" na ZOI u smislu članka 103. stavka 2. Uredbe br. 1308/2013, kao i u smislu odgovarajućih odredbi uredbi kojima se uređuju razni sustavi kvalitete Unije, jest stoga „pitanje javlja li se izravno u mislima potrošača koji

[37] Vidjeti točke 35. do 37. ovog mišljenja.

[38] Vidjeti po analogiji 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.) i od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 21.).

[39] Vidjeti točke 46. i 49. presude Scotch Whisky Association.

[40] Vidjeti točku 50. presude Scotch Whisky Association.

[41] Vidjeti točku 53. presude Scotch Whisky Association.

se susreće sa spornim nazivom kao referentna slika proizvod sa ZOI-jem”[42]. Osim toga, Sud je pojasnio da se ne može isključiti postojanje aludiranja i u slučajevima u kojima sporni element ne sadržava naziv, nego figurativne znakove koji, zbog njihove koncepcijske sličnosti s registriranom oznakom, mogu izravno i nedvojbeno podsjećati potrošača na proizvode s tom oznakom[43].

52. Točno je da je Sud prethodno navedena načela razvio s obzirom na slučajeve u kojima su proizvodi koji su obuhvaćeni registriranom oznakom i proizvodi koji se označavaju spornim znakom bili uvelike usporedivi.

53. Međutim, prilikom postupnog utvrđivanja kriterija ocjene postojanja aludiranja Sud je sve očitije naglašavao postupak mentalne asocijacije između spornog znaka i proizvoda sa ZOI-jem ili ZOZP-om. U tim okolnostima sličnost proizvoda o kojima je riječ, ne samo u pogledu profila proizvoda nego i u pogledu njihova stvarnog izgleda, smatrala se elementom ocjene pitanja mogu li fonetske, vizualne i koncepcijske sličnosti koje su utvrđene između suprotstavljenih znakova dovesti do potrebne mentalne asocijacije, a ne preduvjetom za utvrđenje postojanja aludiranja[44].

54. Općenitije, kao što sam već imao priliku istaknuti u svojem mišljenju u predmetu Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego[45], iz sudske prakse Suda[46] proizlazi da se analizom u pogledu postojanja aludiranja moraju uzeti u obzir sva implicitna ili eksplicitna upućivanja na registriranu oznaku, bilo da je riječ o verbalnim ili figurativnim elementima koji su uključeni u etiketu konvencionalnog proizvoda[47] ili se nalaze na njegovu pakiranju, ili o elementima koji se odnose na oblik ili na predstavljanje tog proizvoda javnosti[48]. Osim toga, pri takvoj analizi treba uzeti u obzir i istovjetnost ili stupanj sličnosti između predmetnih proizvoda i načina na koji se stavljaju na tržište, uključujući i s obzirom na njihove prodajne kanale, kao i elemente na temelju kojih se utvrđuje namjera upućivanja na proizvod koji je obuhvaćen zaštićenom oznakom ili, suprotno tomu, slučajnost takvog upućivanja. Stoga utvrđivanje postojanja aludiranja počinje od ocjene skupa pokazatelja, pri čemu prisutnost ili odsutnost jednoga od tih pokazatelja samo po sebi ne omogućuje utvrditi ili isključiti postojanje aludiranja.

55. Na temelju prethodno navedenog, smatram da istovjetnost ili usporedivost između proizvoda sa ZOI-jem ili ZOZP-om i proizvoda (ili usluge) koji se označava spornim znakom ili između prvonavedenog proizvoda i karakteristične sastavnice drugonavedenog proizvoda ili usluge[49] ne predstavlja element koji valja prethodno utvrditi kako bi se eventualno *a priori* isključilo aludiranje u smislu članka 103. stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013.

42 Vidjeti po analogiji točku 51. presude Scotch Whisky Association, kao i presude od 2. svibnja 2019., Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (C-614/17, EU:C:2019:344, t. 20.) i od 17. prosinca 2020., Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier (C-490/19, EU:C:2020:1043, t. 26.).

43 Vidjeti presudu od 2. svibnja 2019., Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (C-614/17, EU:C:2019:344, t. 21.). Vidjeti također presudu od 17. prosinca 2020., Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier (C-490/19, EU:C:2020:1043, t. 27.).

44 Vidjeti primjerice presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 33. i 35.).

45 C-614/17, EU:C:2019:11, t. 29.

46 Vidjeti osobito presude od 4. ožujka 1999., Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, t. 27. i 28.), od 26. veljače 2008., Komisija/Njemačka (C-132/05, EU:C:2008:117, t. 46. i 47.), od 14. srpnja 2011., Bureau National Interprofessionnel du Cognac (C-4/10 i C-27/10, EU:C:2011:484, t. 57.) i od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 33., 35. i 37.).

47 Riječ je o proizvodima koji nisu obuhvaćeni zaštićenom oznakom ili zaštićenom oznakom zemljopisnog podrijetla.

48 U tom pogledu podsjećam da je Sud u presudi od 2. svibnja 2019., Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (C-614/17, EU:C:2019:344, t. 27.), s obzirom na članak 13. stavak 1. točke (a) do (d) Uredbe br. 510/2006 pojasnio da se postupno nabrajanje nezakonitih radnji iz te odredbe odnosi na prirodu zabranjenog djelovanja a ne na elemente koje treba uzeti u obzir kako bi se utvrdilo postojanje zabranjenog djelovanja u jednom od tih slučajeva.

49 Riječ je o slučaju koji je Sud ispitivao u predmetu u kojem je donesena presuda CIVC, na koju sud koji je uputio zahtjev implicitno upućuje u tekstu drugog prethodnog pitanja.

56. Unatoč tomu, takva istovjetnost ili usporedivost, ili njezino nepostojanje, predstavlja element koji treba uzeti u obzir kako bi se u okviru ispitivanja svih relevantnih okolnosti utvrdilo postoje li konkretno obilježja takvog aludiranja. Stoga je okolnost da ti proizvodi imaju zajedničke objektivne karakteristike i da se konzumiraju u jednakim okolnostima ili da su sličnog izgleda, čak i ako su konkurentni ili komplementarni [50], relevantan element ocjene, kao što je to, u slučaju u kojem se sporni znak odnosi na uslugu, činjenica da je sporni znak povezan s distribucijom proizvoda koji je obuhvaćen registriranom oznakom odnosno identičnog ili s njime usporedivog proizvoda.

57. S obzirom na pitanja koja je postavio sud koji je uputio zahtjev potrebno je još navesti određena pojašnjenja u pogledu pojma ciljanog potrošača u postupcima koji se odnose na aludiranje i u pogledu „stupnjevitosti" aludiranja. U nastavku se navode određene smjernice za primjenu prethodno navedenih načela na spor u glavnom postupku.

1. Ciljana javnost

58. Budući da, kao što je prethodno navedeno, utvrđenje postojanja aludiranja koje se zabranjuje člankom 103. stavkom 2. Uredbe br. 1308/2013 ne zahtijeva dokazivanje postojanja opasnosti od dovođenja u zabludu, ciljana javnost čija je predodžba relevantna kako bi se ocijenilo može li sporni znak stvoriti nezakonitu asocijaciju na registriranu oznaku ne sastoji se, suprotno onomu što se čini da je smatrao Juzgado mercantil de Barcelona (Trgovački sud u Barceloni) u presudi koja se pobija žalbom pred sudom koji je uputio zahtjev, samo od kruga subjekata kojima su namijenjeni proizvodi koji su označeni tom oznakom.

59. Konkretno, s obzirom na ciljeve zaštite poštenog tržišnog natjecanja i zaštite potrošača koji se nastoje postići sustavima zaštite ZOI-ja i ZOZP-a, Sud je pojasnio da je u postupcima koji se odnose na postojanje aludiranja na te oznake na nacionalnom sudu da u obzir uzme „prosječnog potrošača koji je uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan" [51] i da se, imajući u vidu potrebu jamčenja učinkovite i ujednačene zaštite na cijelom području Unije, taj pojam odnosi na europskog potrošača [52], a ne samo na potrošača iz države članice u kojoj je proizveden proizvod (ili u kojoj se pruža usluga) koji aludira na zaštićenu oznaku [53], kao što se čini da to pogrešno smatra GB.

2. „Stupnjevitost" aludiranja

60. U svojem trećem prethodnom pitanju sud koji je uputio zahtjev upućuje na to da se „opasnost od aludiranja" može stupnjevati osobito s obzirom na usporedbu između proizvoda na koje se aludira i aludirajućih proizvoda ili usluga i da se iz područja primjene članka 103. stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013 mogu isključiti slučajevi u kojima je ta opasnost neznatna ili irelevantna.

[50] Vidjeti u tom smislu presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 37.).

[51] Vidjeti po analogiji presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 22. do 26.).

[52] Vidjeti presude od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 27.) i od 2. svibnja 2019., Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (C-614/17, EU:C:2019:344, t. 47. do 50.); vidjeti također točku 59. presude Scotch Whisky Association.

[53] Vidjeti presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 27.).

61. U tom sam pogledu već prethodno naveo da ocjenu koju treba izvršiti primjenom te odredbe treba provesti s obzirom na sve relevantne čimbenike, među kojima je i usporedivost između proizvoda o kojima je riječ (ili između proizvoda s registriranom oznakom i usluge koja se označava spornim znakom) a da pritom nepostojanje ili smanjeni stupanj te usporedivosti ne može automatski isključiti postojanje aludiranja.

62. S obzirom na navedeno, ako nacionalni sud, koji treba provesti tu ocjenu [54] na temelju predmnijevane reakcije potrošača [55], zaključi da se „izravno u mislima" tog potrošača koji se susreće sa spornim nazivom „kao referentna slika" javlja proizvod koji je zaštićen registriranom oznakom, uporaba tog znaka obuhvaćena je zabranom iz članka 103. stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013. Suprotno tomu, ako prema mišljenju navedenog suda ne može doći do takve asocijacije, treba smatrati da je isključeno aludiranje u smislu te odredbe.

63. Stoga se pojam „aludiranja" ne može stupnjevati. Sud je već utvrdio opseg tog pojma u presudi Scotch Whisky Association u kojoj je, kao što sam na to već podsjetio u točki 50. ovog mišljenja, pojasnio da samo u slučaju da postoji „dovoljno izravna i nedvojbena veza" [56] između spornog znaka i registrirane oznake treba smatrati da postoje obilježja tog pojma [57]. U slučaju da ne postoji takva „kvalificirana" veza, čak i ako postoji upućivanje na registriranu oznaku i ako su proizvodi o kojima je riječ usporedivi, treba smatrati da je aludiranje isključeno.

3. Primjena u okolnostima iz glavnog postupka

64. Kao što se to prethodno navodi, iako je na sudu koji je uputio zahtjev da donese odluku o sporu koji se pred njim vodi s obzirom na sve elemente koji su prethodno navedeni, Sud može, odlučujući o zahtjevu za prethodnu odluku, u slučaju potrebe, ipak dati pojašnjenja s ciljem pružanja nacionalnom sudu smjernica za donošenje odluke [58].

65. U slučaju u kojem je, kao u sporu u glavnom postupku, riječ o utvrđivanju postojanja aludiranja u pogledu uporabe oznake, nacionalni sud na temelju prethodno navedene sudske prakse treba uzeti u obzir eventualno djelomično ugrađivanje registrirane oznake u sporni znak, fonetsku i/ili vizualnu sličnost spornog znaka s registriranom oznakom [59], ili pak koncepcijsku sličnost između suprotstavljenih pojmova iako su na različitim jezicima [60].

66. U okolnostima glavnog postupka ZOI „Champagne", u obliku u kojem je registriran, djelomično je ugrađen u sporni naziv. Međutim, prijevod tog ZOI-ja na španjolski („Champàn") bio je u potpunosti ugrađen (osim naglaska). Iz toga proizlazi i znatna vizualna i fonetska sličnost između ta dva naziva i ako se u obzir uzme oblik u kojem je ZOI „Champagne" registriran i

[54] Vidjeti po analogiji presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 31.).

[55] Vidjeti po analogiji presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 22.).

[56] Kao što sam naveo u svojem mišljenju u predmetu Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (C-614/17, EU:C:2019:11, t. 19.) smatram da ovo pojašnjenje treba shvaćati kako u smislu izravnosti (asocijativno-kognitivni proces ne smije zahtijevati složenu ponovnu obradu informacija), tako i u smislu intenziteta (asocijacija sa slikom proizvoda koji je obuhvaćen oznakom mora biti dovoljno čvrsta) reakcije potrošača na podražaj.

[57] Vidjeti točku 53. presude Scotch Whisky Association.

[58] Vidjeti po analogiji presudu od 21. siječnja 2016., Viiniverla (C-75/15, EU:C:2016:35, t. 31. i navedena sudska praska).

[59] Vidjeti po analogiji presude od 4. ožujka 1999., Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1999:115, t. 25. i 27.), od 26. veljače 2008., Komisija/Njemačka (C-132/05, EU:C:2008:117, t. 46. do 48.) i od 17. prosinca 2020. Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier (C-490/19, EU:C:2020:1043, t. 26.).

[60] Vidjeti po analogiji presude od 26. veljače 2008., Komisija/Njemačka (C-132/05, EU:C:2008:117, t. 47.) i od 17. prosinca 2020., Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier (C-490/19, EU:C:2020:1043, t. 26.); vidjeti također točku 50. presude Scotch Whisky Association.

prijevod te oznake na španjolski. Kao što je to već istaknuto, u koncepcijskom smislu može postojati izravna veza s proizvodom koji je obuhvaćen ZOI-jem „Champagne" ako, kao što se čini, ali što sud koji je uputio zahtjev treba potvrditi, pojam „Champanillo" na španjolskom doslovno znači „mali šampanjac".

67. Što se tiče elementa koji se ne odnose na usporedbu između suprotstavljenih naziva, sud koji je uputio zahtjev treba prije svega uzeti u obzir vezu koja postoji između proizvoda koji je obuhvaćen ZOI-jem Champagne i usluge koja se označava spornim znakom, što je veza za koju se čini da ju je teško osporiti, s obzirom na to da je riječ o ugostiteljskim uslugama, odnosno uslugama koje mogu biti izravno povezane sa stavljanjem na tržište šampanjca ili „usporedivih" proizvoda. Intenzitet takve veze valja ocijeniti na način da se utvrdi je li prodaja šampanjca ili pića iste vrste uobičajena i u ugostiteljskom sektoru u kojem posluje GB, što se čini da je slučaj u ovom predmetu [61].

68. Dodatan element koji sud koji je uputio zahtjev treba uzeti u obzir u svojoj ocjeni jest okolnost da je sporni naziv u oznakama i promidžbenim porukama koje upotrebljava GB popraćen slikom dviju čaša sa stalkom (koje se uobičajeno upotrebljavaju za konzumaciju šampanjca) koje sadržavaju pjenušavo piće i koje se isprepliću, pri čemu predstavljaju radnju nazdravljanja. Unatoč tomu što je boja tog pića crvena, taj prikaz nedvojbeno istodobno može dovesti do aludiranja na proizvod obuhvaćen ZOI-jem i na okolnosti u kojima se taj proizvod obično konzumira.

69. Naposljetku, iako se za utvrđenje postojanja aludiranja u smislu članka 103. stavka 2. Uredbe br. 1308/2013 [62] ne zahtijeva namjera postupanja, ona predstavlja element koji treba uzeti u obzir u okviru tog utvrđivanja [63]. Međutim, čini se da svi prethodno navedeni čimbenici koji se zajedno razmatraju, uključujući stavljanje na tržište pjenušavog vina pod istim nazivom CHAMPANILLO u prošlosti i to u prostorima koji se označavaju spornim znakom, više idu u prilog tomu da upućivanje na ZOI „Champagne" nije bilo slučajno.

70. Zaključno, pod uvjetom provjera koje treba provesti sud koji je uputio zahtjev, s obzirom na činjenice koje proizlaze iz spisa sklon sam smatrati da se izravno u mislima prosječnog europskog potrošača koji je uobičajeno obaviješten, razumno pažljiv i oprezan i koji se susreće sa znakom „Champanillo" kako ga upotrebljava GB za označavanje i oglašavanje svojih ugostiteljskih usluga kao referentna slika javlja proizvod koji je zaštićen ZOI-jem „Champagne" i da stoga postoje obilježja aludiranja koje je zabranjeno na temelju članka 103. stavka 2. točke (b) Uredbe br. 1308/2013.

4. Zaključak o drugom i trećem prethodnom pitanju

71. Na temelju svih prethodnih razmatranja predlažem Sudu da na drugo i treće prethodno pitanje odgovori na način da u svrhu utvrđivanja postoji li aludiranje na ZOI u smislu članka 103. stavka 2. Uredbe br. 1308/2013 nije potrebno prethodno utvrditi jesu li proizvod obuhvaćen

[61] Ističem da GB u odgovorima na pitanja Suda svoju ugostiteljsku djelatnost opisuje kao djelatnost koja se temelji na jelima koja su prikladna za brzu konzumaciju i koja su daleko od „aure luksuza i prestiža" koju CIVC povezuje sa ZOI-jem koji štiti.

[62] Vidjeti u tom smislu mišljenje nezavisnog odvjetnika F. G. Jacobsa u predmetu Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1998:614, t. 33.).

[63] Vidjeti mišljenje nezavisnog odvjetnika F. G. Jacobsa u predmetu Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, EU:C:1998:614, t. 35.) kao i moje mišljenje u predmetu Fundación Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Queso Manchego (C-614/17, EU:C:2019:11, t. 29.) i u predmetu Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier (C-490/19, EU:C:2020:730, t. 45.).

ZOI-jem i proizvod ili usluga koja se označava spornim znakom isti ili usporedivi odnosno, ima li potonji proizvod u svojem sastavu proizvod zaštićen ZOI-jem. Međutim, postojanje ili izostanak takve istovjetnosti ili usporedivosti predstavlja element koji nacionalni sud treba uzeti u obzir zajedno s bilo kojim drugim relevantnim elementom, kako bi ocijenio postoji li aludiranje u smislu navedene odredbe.

D. Četvrto prethodno pitanje

72. Svojim četvrtim prethodnim pitanjem Audiencia Provincial de Barcelona (Provincijski sud u Barceloni) u biti pita Sud zahtijeva li zaštita od aludiranja koja se predviđa člankom 103. stavkom 2. Uredbe br. 1308/2013 utvrđenje postojanja nepoštenog tržišnog natjecanja.

73. Kao što je prethodno navedeno, zaštita registriranih oznaka koja se predviđa zakonodavstvom Unije u području kvalitete treba ispuniti uvjete te zaštite koji služe ostvarivanju ciljeva koji se nastoje postići tim zakonodavstvom [64]. Ti uvjeti iscrpno se navode u odredbama kojima se uređuju različiti slučajevi povreda registriranih oznaka koje su uključene u sektorske i horizontalne propise koji se odnose na to zakonodavstvo [65]. Osim toga, te odredbe treba primjenjivati na ujednačen način na cijelom području Unije.

74. Budući da je konkretno riječ o zaštiti registriranih oznaka od aludiranja, iz odgovora na prva tri prethodna pitanja proizlazi da ta zaštita ne pretpostavlja utvrđenje ni postojanja odnosa konkurentnosti između proizvoda koji su obuhvaćeni registriranom oznakom i proizvoda ili usluga za koje se upotrebljava sporni znak, ni opasnosti od dovođenja u zabludu potrošača u odnosu na te proizvode i/ili usluge, ni namjere postupanja koja mogu dovesti do aludiranja.

75. Kao što to ističe Komisija, ako stoga nije isključeno da isto postupanje istodobno može ispunjavati obilježja prakse koja se zabranjuje člankom 103. stavkom 2. točkom (b) Uredbe br. 1308/2013 i čina nepoštenog tržišnog natjecanja u skladu s primjenjivim nacionalnim pravom, područje primjene te odredbe šire je i nije ograničeno na slučajeve u kojima su ta postupanja počinili konkurenti na tržištu.

76. Stoga predlažem da se na četvrto prethodno pitanje odgovori na način da zaštita od aludiranja koja se predviđa člankom 103. stavkom 2. točkom (b) Uredbe br. 1308/2013 nije ograničena samo na slučajeve u kojima praksa koja dovodi do aludiranja ima obilježja čina nepoštenog tržišnog natjecanja u skladu s relevantnim odredbama primjenjivog nacionalnog prava.

[64] Što se tiče, konkretno, neovisnosti pravila o oznakama zemljopisnog podrijetla u odnosu na pravila o žigovima, vidjeti moje mišljenje u predmetu Syndicat interprofessionnel de défense du fromage Morbier (C-490/19, EU:C:2020:730, t. 29.).

[65] Vidjeti u tom smislu točku 16. ovog mišljenja i navedenu sudsku praksu.

IV. Zaključak

77. Na temelju svih prethodnih razmatranja, predlažem Sudu da na prethodna pitanja koja je postavila Audiencia Provincial de Barcelona (Provincijski sud u Barceloni) odgovori kako slijedi:

Članak 103. stavak 2. točku (b) Uredbe br. 1308/2013 Europskog parlamenta i Vijeća od 17. prosinca 2013. o uspostavljanju zajedničke organizacije tržišta poljoprivrednih proizvoda treba tumačiti na način da područje primjene te odredbe može obuhvaćati i radnje zloupotrebe ili oponašanja određenog ZOI-ja odnosno radnje aludiranja na određeni ZOI koje se odnose na usluge.

U svrhu utvrđivanja postoji li aludiranje na zaštićenu oznaku izvornosti u smislu članka 103. stavka 2. Uredbe br. 1308/2013 nije potrebno prethodno utvrditi jesu li proizvod s tom oznakom i proizvod ili usluga koja se označava spornim znakom isti ili usporedivi, odnosno ima li potonji proizvod u svojem sastavu proizvod zaštićen zaštićenom oznakom izvornosti. Međutim, postojanje ili izostanak takve istovjetnosti ili usporedivosti predstavlja element koji nacionalni sud treba uzeti u obzir zajedno s bilo kojim drugim relevantnim elementom, kako bi ocijenio postoji li aludiranje u smislu navedene odredbe.

Zaštita od aludiranja koja se predviđa člankom 103. stavkom 2. točkom (b) Uredbe br. 1308/2013 nije ograničena samo na slučajeve u kojima praksa koja dovodi do aludiranja ima obilježja čina nepoštenog tržišnog natjecanja u skladu s relevantnim odredbama primjenjivog nacionalnog prava.