

STEFAN ŠOKINJOV

POJAM EVOKACIJE OZNAKE GEOGRAFSKOG POREKLA U SUDSKOJ PRAKSI EVROPSKE UNIJE

Pojam evokacije oznake geografskog porekla u pravu Evropske unije izgrađivao se u sudskoj praksi pune 22 godine, počev od presude donete 1999. godine u slučaju Gorgonzola pa do presude donete 2021. godine u slučaju Champanillo, u kojoj je data njegova aktuelna formulacija, tako da se danas smatra da evokacija zaštićene oznake geografskog porekla nastaje kada se korišćenjem sporne oznake u svesti prosečnog evropskog potrošača koji je razumno dobro informisan, pažljiv i razborit formira dovoljno jasna i direktna veza između poredbenih oznaka. Pored pomenutih, u radu su prikazani sledeći slučajevi: Viiniverla, Scotch Whisky, Queso Manchego i Morbier.

Ključne reči: oznake geografskog porekla, evokacija, pravo industrijske svojine, Evropska unija

U V O D

U teoriji prava industrijske svojine smatra se da se oznakama geografskog porekla pruža najjača pravna zaštita.¹ To je zato što je obim prava koji se stiče po

Prof. dr Stefan Šokinjov, redovni profesor Pravnog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu, e-mail: svarga@jura.kg.ac.rs. Rad je napisan u okviru naučnog projekta Pravnog fakulteta Univerziteta u Kragujevcu: „Usklađivanje pravnog sistema Srbije sa standardima Evropske unije“, koji se finansira sredstvima Fakulteta.

¹ Pravna zaštita koja se pruža oznakama geografskog porekla jača je u odnosu na pravnu zaštitu koja se pruža žigovima (Sonja Lučić, *Pravo znakova razlikovanja*, Kragujevac, 2023, 200), sem u oblasti rešavanja sporova u vezi sa imenima internet domena, za koju svrhu ovlašćeni korisnici oznaka geografskog porekla moraju registrovati kolektivne žigove ili žigove garancije (Lionel Bently, Bred Sherman, „The Impact of European Geographical Indications on National Rights in Member

osnovu oznaka geografskog porekla izrazito širok.² Tolika širina obima prava u najvećoj meri postignuta je zaštitom oznaka geografskog porekla od evokacije.³ Tako je u čl. 26, st. 1, tač. b) Regulative br. 2024/1143 o geografskim oznakama za vino, jaka alkoholna pića i poljoprivredne proizvode... (dalje u tekstu: Regulativa),⁴ izričito zabranjeno preduzimanje radnji kojima se u svesti potrošača izaziva evokacija registrovane oznake geografskog porekla, „čak i kad je naznačeno stvarno poreklo proizvoda ili se koristi prevod, transkripcija ili transliteracija zaštićene oznake ili se uz nju koriste izrazi kao što su ‘stil’, ‘tip’, ‘metod’, ‘kao što se proizvodi u’, ‘imitacija’, ‘ukus’, ‘kao’ i slično, uključujući i situaciju kad se ti proizvodi koriste kao sastojci“ (finalnog proizvoda – prim. aut.). Ovako normirana zabrana evokacije propisana je i drugim regulativama Evropskog parlamenta i Saveta kojima se reguliše pravna zaštita oznaka geografskog porekla.⁵

Naravno, prvo i osnovno pitanje koje se postavlja jeste šta je evokacija. Prema tački 35 Preambule Regulative evokacija geografske oznake može nastati kada je veza sa proizvodom obeleženim registrovanom geografskom oznakom, s obzirom na, između ostalog, izraz, znak ili drugo sredstvo obeležavanja ili pakovanja, prisutna

States“, *Trademark Reporter*, No. 4, 2006, 901). Autori se pozivaju na spor povodom registracije internet domena pod nazivom *parma-schinken.com* od strane nemačkog proizvođača suhomesnatih proizvoda.

² Barbara Klaus, Fausto Capelli, „Protection of Geographic Indications and Designations of Origin in the Queso Manchego Case“, *European Food and Feed Law Review*, No. 5, 2019, 457.

³ Vito Rubino, „From ‘Cambozola’ to ‘Toscoro’“, *European Food and Feed Law Review*, No. 4, 2017, 327.

⁴ Regulation (EU) 2024/1143 of the European Parliament and of the Council of 11 April 2024 on geographical indications for wine, spirit drinks and agricultural products, as well as traditional specialities guaranteed and optional quality terms for agricultural products, amending Regulations (EU) No 1308/2013, (EU) 2019/1753 and repealing Regulation (EU) No 1151/2012, *OJ L* series of 23. 4. 2024.

⁵ Regulation (EU) 1308/2013 of the European Parliament and of the Council of 17th December 2013 establishing a common organisation of markets in agricultural products and repealing Council Regulations (EEC) No 922/72, (EEC) No 234/79, (EC) No 1037/2001 and (EC) No 1234/2007, *OJ L* 347 of 20. 12. 2013, (Art. 92–123), Art. 103(2)b; Regulation (EU) No 251/2014 of the European Parliament and of the Council of 26th February 2014 on the definition, description, presentation, labelling and the protection of geographical indications or aromatised wine products and repealing Council Regulation (EEC) No 1601/91, *OJ L* 84 of 20. 3. 2014, Art. 20(2)b; Regulation (EU) 2019/787 of the European Parliament and of the Council of 17th April 2019 on the definition, description, presentation and labelling of spirit drinks, the use of the names of spirit drinks in the presentation and labelling of other foodstuffs, the protection of geographical indications for spirit drinks, the use of ethyl alcohol and distillates of agricultural origin in alcoholic beverages, and repealing Regulation (EC) No 110/2008, *OJ L* 130 of 17. 5. 2019, Art 21(2)b; Regulation (EU) 2023/2411 of the European Parliament and of the Council of 18 October 2023 on protection of geographical indications for craft and industrial products and amending Regulations (EU) 2017/1001 and (EU) 2019/1753, *OJ L* series of 27. 10. 2023, Art. 40(1)b.

u svesti prosečnog evropskog potrošača koji je razumno dobro informisan, pažljiv i razborit. Prema istom ovom recitalu, pojam evokacije izgrađen je u praksi Suda pravde Evropske unije (dalje u tekstu: Sud). U sudskoj praksi ovaj pravni institut se izgrađivao postepeno i to ćemo u ovom radu pokazati kroz prikaze sledećih slučajeva: *Gorgonzola*,⁶ *Viiniverla*,⁷ *Scotch Whisky*,⁸ *Queso Manchego*,⁹ *Morbier*,¹⁰ i *Champanillo*.¹¹ Bez posebnog prikazivanja, po potrebi mogu biti pomenuti i drugi slučajevi.

PRIKAZ SLUČAJEVA

Slučaj Gorgonzola

Gorgonzola je ime porekla za sir proizveden u Italiji. Tužilac je pred austrijskim sudom pokrenuo parnični postupak zbog toga što je tuženi u promet pustio plavi sir označen robnim žigom *Cambozola*. U vezi s tim *Handelsgericht Vienna* upućuje Sudu sledeća pitanja (parafrazirano od strane autora):

1. Da li je u skladu sa pozitivnim komunitarnim pravom, a naročito principima slobodnog prometa roba (čl. 30 i 36 Ugovora o osnivanju EZ), na osnovu registracije imena porekla *Gorgonzola* izreći zabranu prodaje sira koji se stavlja u promet označen robnom markom *Cambozola*?

2. Da li je od značaja za rešavanje spora što je na pakovanju sira označenog robnom markom *Cambozola* vidljivo naznačena država proizvodnje (*Deutscher Weichkäse*)?

Sud konstatuje da predmetne oznake imaju isti broj slogova te da sporni izraz završava sa dva ista sloga kao i zaštićena oznaka porekla, što predmetne oznake čini vizuelno i fonetski sličnim i odlučuje da na predmetno činjenično stanje primeni odredbu o zabrani evokacije. Pošto tada važeća regulativa nije sadržala definiciju evokacije, Sud precizira da evokacija nastaje kada sporni izraz koji se koristi za označavanje predmetnog proizvoda sadrži deo zaštićene oznake, usled čega se, kada potrošač uoči spornu oznaku, u njegovoj svesti pojavljuje slika proizvoda koji se obeležava zaštićenom oznakom geografskog porekla. Pri tome, da bi evokacija nastala uopšte nije potrebno da je potrošač doveden u zabludu.

⁶ C- 87/97 *Gorgonzola*, [1999] ECR I-1321 of 4th March 1999.

⁷ C-75/15 *Viiniverla*, ECLI:EU:C:2016:35 of 21st January 2016.

⁸ C-44/17 *Scotch Whisky*, ECLI:EU:C:2018:415 of 7th June 2018.

⁹ C-614/17 *Queso Manchego*, ECLI:EU:C:2019:344 of 2nd May 2019.

¹⁰ C-490/19 *Morbier* ECLI:EU:C:2020:1043 of 17th December 2020.

¹¹ C-783/19 *Champanillo*, ECLI:EU:C:2021:713 of 9th September 2021.

Sud je dalje pristupio poređenju proizvoda koji se obeležavaju predmetnim oznakama (meki plavi sir) i zaključio da se oni po izgledu ne razlikuju. A u vezi sa vizuelnom i fonetskom sličnošću predmetnih oznaka naložio je nadležnom nacionalnom sudu da ispita reklamni materijal tuženog. Ovo stoga što se po stanovištu Suda o evokaciji može govoriti samo ako vizuelna i fonetska sličnost oznaka nije slučajna.

Imajući sve to u vidu, Sud je odgovorio da se robnom oznakom *Cambozola* može izazvati evokacija zaštićenog imena porekla *Gorgonzola*, bez obzira što je na pakovanju proizvoda obeleženog spornom oznakom naznačeno njegovo pravo geografsko poreklo.

Slučaj *Viiniverla*

U ovom slučaju sporna oznaka glasi: *Verlados*. To je verbalna oznaka koja služi za obeležavanje alkoholnog pića napravljenog od jabuke. Piće proizvodi preduzeće *Viiniverla Oy* u svom pogonu u finskom selu *Verla*. Kao što možemo videti i sporna oznaka i poslovno ime preduzeća sadrže ime sela u kojem se proizvodi predmetni proizvod. Na intervenciju Evropske komisije, nadležni organ vlasti u Finskoj donosi odluku kojom se *Viiniverla Oy* obavezuje da se uzdrži od proizvodnje i stavljanja u promet predmetnog proizvoda pod robnom markom *Verlados* i time prekine sa povredom zaštićene geografske oznake za obeležavanje alkoholnog pića od jabuke koja glasi: *Calvados*. Protiv ove odluke *Viiniverla Oy* nadležnom trgovinskom sudu podnosi tužbu. *Markkinaoikeus* zastaje sa postupkom i Sudu upućuje zahtev za prethodno odlučivanje koji sadrži tri pitanja (parafrazirano):

1. Ko se smatra prosečnim potrošačem?
2. Od kakvog je značaja prilikom utvrđivanja da li je u konkretnom slučaju izazvana evokacija:
 - (a) to što je u robnoj oznaci *Verlados* sadržano ime sela gde se predmetno piće proizvodi,
 - (b) to što se prvim delom oznake upućuje na poslovno ime proizvođača,
 - (v) to što se svega nekoliko stotina litara *Verladosa*, koliko se godišnje proizvode, uglavnom proda u lokalnom restoranu i
 - (g) to što se reči *Verlados* i *Calvados* sastoje od tri sloga od kojih je samo jedan isti (*dos*)?
3. ukoliko je evokacija ipak izazvana, da li finsko preduzeće i pored toga može nastaviti korišćenje spornog znaka imajući u vidu da finski potrošači znaju da piće obeleženo oznakom *Verlados* nije proizvedeno u Francuskoj?

Sud je odgovorio (parafrazirano):

1. Za utvrđivanje evokacije primenjuje se pravni standard pažnje prosečnog potrošača koji je razumno dobro informisan, pažljiv i razborit i pri tome je to evropski potrošač, a ne samo potrošač iz države u kojoj se proizvodi roba obeležena spornom oznakom.

2. Prilikom utvrđivanja postojanja evokacije, a imajući u vidu da se radi o sličnim proizvodima, nadležni nacionalni sud mora uzeti u obzir fonetsku i vizuelnu sličnost predmetnih oznaka, kao i sve dokaze da ova sličnost nije slučajna,¹² da bi ocenio da li se, kad je suočen sa spornom oznakom, u svesti prosečnog potrošača (iz prvog odgovora) stvara slika proizvoda obeleženog zaštićenom geografskom oznakom.

3. Korišćenje oznake kojom se izaziva evokacija ne može biti dopušteno, bez obzira na odsustvo bilo kakve verovatnoće da bi prosečni potrošači mogli biti dovedeni u zabludu.¹³

Slučaj Scotch Whisky

Tuženi je viski proizveden u *Waldhorn* destileriji u Berglenu (*Berglen*), prodavao preko svog veb-sajta pod robnom oznakom *Glen Buchenbach*. *Waldhorn* je nemačka reč za lovački rog, *Buchenbach* je naziv švapske doline u kojoj se nalazi Berglen, a *Glen* je keltska reč za dolinu. Na etiketi se nalazila stilizovana slika lovačkog roga i vidno istaknuti podaci da je to nemački (*Deutsches Erzeugnis*) viski (*Swabian Single Malt Whisky*) proizveden u Berglenu (*Hergestellt in den Berglen*). Naizgled ništa sporno. Međutim, u Škotskoj se umesto engleske reči *valley* za dolinu uobičajeno koristi keltska reč *Glen*, koja reč je ujedno sadržana i u žigovima za škotski viski. Tužilac zato tvrdi da tuženi upravo ovom rečju u svesti potrošača izaziva evokaciju na škotski viski. S obzirom da oznake *Glen Buchenbach* i *Scotch Whisky* ni vizuelno ni fonetski nemaju baš ništa zajedničko *Landgericht Hamburg* zastaje sa postupkom i Sudu upućuje tri pitanja od kojih se drugo po redu odnosi na evokaciju. Regionalni sud u Hamburgu pita (parafrazirano): Da li je za postojanje evokacije neophodno da su predmetni znakovi fonetski i/ili vizuelno slični ili je dovoljno da jedan od elemenata sporne oznake evocira relevantnu javnost na registrovanu geografsku oznaku ili geografsko područje sa koga potiče proizvod za čije obeležavanje je geografska oznaka registrovana?

¹² Francuska vlada je tvrdila da je sporna oznaka u početku glasila *Verla*, a da je nastavak *dos* naknadno dodat (tač. 40).

¹³ I u ovoj odluci se navodi da evokacija može nastati i kad je navedeno istinito geografsko poreklo robe obeležene spornom oznakom (tač. 43).

Sud je naveo da se evokacija smatra izazvanom kad se u svesti potrošača, neposredno po suočavanju sa spornom oznakom, pojavi slika proizvoda koji se obeležava zaštićenom geografskom oznakom. Da bi se to desilo nije neophodno da predmetne oznake budu vizuelno i fonetski slične. Dovoljno je da su konceptualno bliske.¹⁴

Slučaj Queso Manchego

Queso Manchego je registrovana oznaka geografskog porekla za obeležavanje ovčijeg sira proizvedenog u španskom regionu *La Mancha*. Sporna oznaka služila je za obeležavanje iste vrste proizvoda istog geografskog porekla, a sadržala je verbalni deo (*Rocinante*) i likovni deo u vidu vetrenjača, pejzaža valovitog terena sa ovcima, mršavog konja i suvonjavog viteza u prikazu karakterističnom za Don Kihota od Manče.

Prvostepeni sud je tužbeni zahtev odbio zbog nepostojanja vizuelne i fonetske sličnosti. Drugostepeni sud u Albaseteu (*Albacete*) potvrdio je prvostepenu presudu smatrajući da se spornim znakom u svesti potrošača stvara predstava o geografskom području, sa kojeg sir tuženog zaista potiče, a ne obavezno o zaštićenom imenu porekla. U trećoj instanci o predmetnoj pravnoj stvari odlučivao je Vrhovni sud. *Tribunal Supremo* je zastao sa postupkom i uputio Sudu tri pitanja. Prvo se odnosilo na mogućnost evokacije slikovnim znakom, drugo na to da li evokacija može nastati asocijacijom na region iz koga potiče proizvod koji se obeležava zaštićenim imenom porekla i treće pitanje se ticalo pojma evropskog potrošača.

Sud je u presudi napisao da, s obzirom na to da je oznaka geografskog porekla zaštićena od bilo koje evokacije (tač. 17), nije isključeno da predstava proizvoda obeleženog zaštićenim imenom porekla može u svesti potrošača nastati percepcijom slikovne oznake (tač. 22). Što se drugog pitanja tiče Sud je naveo da se stvaranjem asocijacije na geografsko područje čiji je naziv inkorporiran u zaštićenu oznaku porekla u svesti potrošača može izazvati evokacija oznake porekla (tač. 43),¹⁵ ali da je na nadležnom nacionalnom sudu da utvrdi da li je konceptualna bliskost slikovne oznake i geografskog područja dovoljno jasna i direktna (tač. 40). Konačno, pojam prosečnog evropskog potrošača obuhvata potrošače u državi članici u kojoj je proizvod, kojim je dat povod za evokaciju zaštićene

¹⁴ Kriterijum konceptualne bliskosti prvi put se pominje u slučaju *Parmesan* (C-132/05 *Parmesan*, ECLI:EU:C:2008:117 of 26th February 2017, tač. 47).

¹⁵ Čak i kada proizvodi sir koji je u svakom smislu sličan siru koji se obeležava registrovanom oznakom geografskog porekla, proizvođač ne sme vršiti upućivanje na taj region, ako mu nije priznat status ovlašćenog korisnika predmetne oznake geografskog porekla (Valeria Paganizza, „More Holes than Cheese: PDOs, Evocation and a Possible Solution“, *European Food and Feed Law Review*, No. 3, 2015, 225).

oznake geografskog porekla, proizveden ili na koju ta oznaka geografski asocira i u kojoj se predmetni proizvod najčešće konzumira (tač. 50).

Slučaj Morbier

Slučaj *Morbier* je specifičan i zbog pitanja nadležnog nacionalnog suda, koje se odnosi na celu odredbu Regulative o obimu prava na oznaku geografskog porekla i zbog predmeta spora. Tužilac je ovlašćeni korisnik oznake porekla *Morbier* ustanovljene za obeležavanje sira proizvedenog od sirovog kravljeg mleka. Sir se proizvodi u komadima cilindričnog oblika prečnika 30–40 centimetara, visine 5–8 centimetara i težine 5–8 kg. Kada se „pogača“ sira iseče u kriške, po sredini i to duž celokupnog preseka vidi se vodoravna neprekidna crna linija od biljnog ugljenika (*vegetable carbon*). Tuženi je proizvodio i stavljao u promet sir pod oznakom *Morbier* od 1979. godine. Međutim, nakon što je za sir *Morbier* početkom XXI veka ustanovljeno ime porekla, proizvođačima ovog sira iz drugih krajeva Francuske, a tuženi upravo spada u tu grupu, dat je rok od pet godina u toku koga moraju okončati proizvodnju i prodaju ovog sira. Tuženi je međutim odlučio da i nakon isteka petogodišnjeg roka nastavi sa proizvodnjom predmetnog sira pa za obeležavanje ovog sira u zemlji porekla registruje žig *Montboissier*, a za karakterističnu središnju liniju umesto biljnog ugljenika počinje koristiti groždani polifenol čijom se upotrebom dobija linija plave boje.

Ovlašćeni korisnik imena porekla 22. avgusta 2016. godine podnosi tužbu smatrajući da tuženi izvršio povredu registrovane oznake geografskog porekla i preduzeo akt neloyalne konkurencije u vidu parazitskog tržišnog ponašanja (tzv. *free riding*) time što je nastavio sa proizvodnjom i prodajom sira koji je po izgledu podudaran siru za koji je oznaka geografskog porekla *Morbier* ustanovljena, te je od Regionalnog suda u Parizu (*Tribunal de grande instance Paris*) zahtevao da obaveže tuženog da se uzdrži od bilo kakve direktne i indirektno komercijalne upotrebe registrovane oznake, svake zloupotrebe, imitacije ili evokacije registrovane oznake, bilo kakve lažne i prevarne indikacije porekla, vrste ili ključnih karakteristika proizvoda kojima se stvara lažna predstava po pitanju porekla proizvoda, kao i svake druge prakse kojom se potrošači mogu dovesti u zabludu o pravom poreklu robe, a naročito korišćenja poprečne crne linije.

Regionalni sud u Parizu je 14. aprila 2016. godine odbio tužbeni zahtev u celosti. Tužilac je podneo žalbu Apelacionom sudu u Parizu koji je potvrdio presudu prvostepenog suda s obrazloženjem da se pravom oznaka geografskog porekla ne štiti izgled proizvoda nego naziv i da bez ekskluzivnog prava na izgled proizvoda njegova prodaja ostaje u domenu slobode trgovine, kao i da se horizontalna linija u preseku sira dobija drevnom metodom te da ne predstavlja iskorišćavanje investicije tužioca u način proizvodnje predmetnog proizvoda. Apelacioni sud je uzeo

u obzir i da je poprečna linija u siru tuženog plave, a ne crne boje, te da tuženi za proizvodnju koristi pasterizovano, a ne sirovo mleko i zaključio da se u ovom slučaju uopšte ne radi o istom siru.

Protiv presude Apelacionog suda tužilac je iskoristio pravo na podnošenje pravnog leka Kasacionom sudu koji je zastao sa postupkom i Sudu pravde EU postavio pitanje (parafrazirano): da li se odredba kojom se propisuje zabrana preduzimanja radnji koje su obuhvaćene obimom prava ovlašćenih korisnika oznake geografskog porekla ograničava na radnje koje se tiču neovlašćenog korišćenja oznake geografskog porekla ili se ova odredba može tumačiti tako da obuhvata i zabranu prezentacije proizvoda za čije obeležavanje oznaka geografskog porekla ustanovljena, a naročito zabranu reprodukcije karakterističnog oblika ili izgleda usled čega se, iako tuženi konkurent registrovanu oznaku ne koristi, potrošač može dovesti u zabunu po pitanju porekla proizvoda?

S obzirom na to da je ovo pitanje sadržalo dva potpitanja, Sud je dao dva odgovora. Prvi odgovor se tiče odredbe o obimu prava u celosti, a drugi odgovor se tiče samo zabrane propisane pod tačkom d) koja se odnosi na sve druge radnje kojima se u prometu može izazvati zabuna po pitanju istinitog geografskog porekla proizvoda. U prvom odgovoru, koji se između ostalog odnosi i na zabranu evokacije, Sud je naveo da zaštita prava ovlašćenih korisnika oznaka geografskog porekla nije ograničena na zabranu neovlašćenog korišćenja registrovane oznake. U drugom odgovoru Sud je naveo da je reprodukcijom izgleda proizvoda moguće u prometu izazvati zabunu po pitanju geografskog porekla proizvoda.

Slučaj Champanillo

Slučaj *Champanillo* je primer zajedničkog prefiksa spornog naziva i poznatog imena porekla *Champagne*. Međutim, u odnosu na prva dva slučaja fonetske i vizuelne sličnosti koje smo prikazali u ovom radu, slučaj *Champanillo* je specifičan zbog još jedne, vrlo bitne, razlike. Naime, *Champanillo* je naziv tapas bara (tač. 15) i služi za označavanje usluge kateringa koju dati ugostiteljski objekat pruža (tač. 19). Dok su se u slučaju *Gorgonzola* obe oznake koristile za obeležavanje sira, a u slučaju *Viiniverla* alkoholnog pića od jabuke, u slučaju *Champanillo* se sporna oznaka uopšte ne odnosi na obeležavanje robe, pa samim tim ni alkoholnih pića, a pogotovo ne penušavog vina. Sud je ipak zauzeo stav da to ne predstavlja smetnju za utvrđenje da je u svesti potrošača izazvana evokacija, jer identičnost ili sličnost proizvoda obeleženih spornom i registrovanom oznakom nije uslov za postojanje evokacije.

Iako se u tapas baru iz slučaja *Champanillo*, šampanjac vrlo retko, gotovo sporadično, naručivao i konzumirao, smatramo da je odluci Suda znatno doprinela

činjenica da je sporna oznaka, osim reči koja je vizuelno i fonetski slična registrovanoj oznaci, sadržala i crtež dve čaše sa stopom kojima se nazdravlja s gaziranom tečnošću u njima.

Sud je u ovoj presudi redefinisao pojam evokacije precizirajući da ona nastaje kada se korišćenjem sporne oznake u svesti prosečnog evropskog potrošača koji je razumno dobro informisan, pažljiv i razborit formira dovoljno jasna i direktna veza između sporne i zaštićene oznake. Postojanje takve veze može proizići po osnovu nekoliko faktora kao što su parcijalna inkorporacija zaštićene oznake u spornu, fonetska i vizuelna sličnost dvaju oznaka, konceptualna bliskost između zaštićene i sporne oznake ili sličnost između proizvoda koji se obeležava zaštićenom oznakom i roba i usluga koje se obeležavaju spornom oznakom.

BITNI ELEMENTI POJMA EVOKACIJE

Praksa Suda pravde Evropske unije u vezi sa tumačenjem i primenom odredbe o zabrani evokacije iznimno je bogata.¹⁶ To je Sudu omogućilo da za nešto više od dve decenije iskristališe sveobuhvatan i elastičan pojam evokacije.

Definisanje pojma evokacije počinje presudom donesenom u slučaju *Gorgonzola*. U toj presudi je napisano da evokacija postoji kada se u umu potrošača prilikom percepcije sporne oznake pojavi slika proizvoda obeleženog zaštićenom oznakom. Ova definicija ostaje neizmenjena sve do odluke u slučaju *Scotch Whisky* u kojoj se navodi da je za pojam evokacije nužno da se predstava proizvoda obeleženog zaštićenom oznakom u svesti potrošača pojavljuje neposredno po uvidu u spornu oznaku. To znači da se od potrošača ne očekuje da on zagleda i istražuje spornu oznaku niti da o njoj razmišlja, raspituje se, pregleda registar zaštićenih oznaka i vrši poređenje. Da bi postojala evokacija, podsećanje na proizvod obeležen zaštićenom oznakom mora biti direktna posledica opažanja sporne. Aktualnu formulaciju definicija evokacije dobija u odluci donetoj u slučaju *Champanillo* u kojoj se navodi da je za pojam evokacije ključno da se u svesti potrošača formira dovoljno jasna i direktna veza između sporne i zaštićene oznake.¹⁷

Što se tiče kriterijuma za utvrđivanje evokacije, u slučajevima *Gorgonzola* i *Vii-niverla* to je fonetska i vizuelna sličnost sporne i zaštićene oznake, u ovim slučajevima uzrokovana time što je deo zaštićene oznake inkorporiran u spornu. U ostalim

¹⁶ Omar Cesana, Giorgio Rusconi, „Protection of PDO and PGI Products: 10 years After the Adoption of Regulation (EU) No 1151/2012“, *European Food and Feed Law Review*, No. 6, 2022, 401.

¹⁷ Jasno i direktno se prvi put zajedno pominju u slučaju *Queso Manchego*, ali u kontekstu konceptualne bliskosti sporne (likovne) oznake i geografskog područja čiji je naziv zaštićen imenom porekla (tač. 40).

slučajevima to je konceptualna bliskost oznaka. U slučaju *Scotch Whisky* konceptualna bliskost je utvrđena poređenjem verbalnih elemenata, a u slučaju *Queso Manchego* sporna oznaka je i pored verbalnih elemenata pretežno bila grafička, a zaštićena verbalna. U slučaju *Morbier* ključno je bilo podudaranje specifičnog i naročito distinktivnog izgleda proizvoda obeleženih spornom i zaštićenom oznakom.¹⁸ U slučaju *Champanillo* evokacija se zasnivala na oba kriterijuma: i vizuelnoj i fonetskoj sličnosti znakova i konceptualnoj bliskosti zaštićenog znaka i likovnog prikaza uz sporno ime. Bez obzira na slučaj *Champanillo*, kriterijumi za utvrđenje evokacije su alternativni. Da bi postojala evokacija, sličnost poredbenih elemenata ne sme biti slučajna.¹⁹

U svim prikazanim slučajevima, sem u slučaju *Champanillo*, radilo se o istoj vrsti proizvoda.²⁰ U slučajevima *Gorgonzola* i *Queso Manchego* proizvodi su sem što su bili iste vrste još i isto izgledali.²¹ U slučaju *Morbier* proizvodi su izgledali skoro isto.²²

Ni u jednom od slučajeva naznačenje pravog geografskog porekla uz spornu oznaku nije korišćenje sporne oznake učinilo pravno valjanim.²³ Dovođenje potrošača

¹⁸ Mada se između znakova razlikovanja *Morbier* i *Montboissier* može uočiti fonetska i vizuelna sličnost.

¹⁹ Namera je faktor koji se mora uzeti u obzir prilikom ocenjivanja da li postoji evokacija. V. Sydney Kiefert, „Wine About It: Why Croatia’s Historic Wine Prošek Should Be Granted a Protected Designation of Origin by the European Union“, *American University International Law Review*, No. 1, 2023, 222.

²⁰ Ne bi se moglo reći da je nakon presude u slučaju *Champanillo* uslov istovrsnosti proizvoda izgubio svaki značaj za pojam evokacije. Primer za to je slučaj *Port Charlotte* (C-56/16, ECLI:EU:C:2017:693 of 14th September 2017) u kojem su oznake *Porto* i *Port Charlotte* korišćene za obeležavanje različitih proizvoda (desertno vino i viski) na čemu se i zasnivao zaključak da tuženi nije izazvao evokaciju čuvenog imena porekla. Što se slučaja *Champanillo* tiče, ne može se tvrditi da između alkoholnog pića i ugostiteljskih usluga ne postoji baš nikakva povezanost. Zapravo, imajući u vidu da su u slučaju *Champanillo* elementi oznaka i vizuelno i fonetski i smisaono slični, moglo bi se izvesti pravilo prema kojem privredna bliskost roba može biti manja što je sličnost oznaka veća, ali ne može potpuno izostati.

²¹ Posluženi, odnosno van ambalaže isto izgledaju i proizvodi u slučajevima *Viiniverla* i *Scotch Whisky*.

²² Sudeći po ovim slučajevima, sporovi u pravu oznaka geografskog porekla uglavnom nastaju u vezi sa sirom i alkoholnim pićima. Što se drugopomenute grupe proizvoda tiče to nije nimalo čudno imajući u vidu da se oznake geografskog porekla za vina i žestoka alkoholna pića smatraju finansijski najvrednijim. V. John Asland, „Protection of Geographical Indications – What is it and What’s in it for Norway? – Thoughts from the Outskirts of Europe“, *Bond Law Review*, No. 1, 2005, 13.

²³ Jenny Moska, „The Battle between the Cheeses Signifies the Ongoing Struggle to Protect Designations of Origin within the European Community and in the United States in *Consorzio per la Tutela del Formaggio Gorgonzola v. Kaserei Champignon Hofmeister GmbH & C. KG*“, *Tulane Journal of International and Comparative Law*, No. 8, 2000, 586.

u zabludu takođe nije uslov za postojanje evokacije,²⁴ jer evokacija nastaje iako je potrošač svestan da proizvod obeležen spornom oznakom nije proizvod sa kontrolisanim geografskim poreklom.²⁵ Radi se o tome da u slučaju evokacije postoji simultana koegzistencija poruka o zaštićenoj oznaci i o stvarnom geografskom poreklu predmetnog proizvoda. Tako npr. u slučaju *Viiniverla* postoji simultana koegzistencija poruka o reputaciji Kalvadosa i pravom poreklu Verladosa. Ovakva koegzistencija ideja nije smetnja za utvrđenje da je izazvana evokacija zaštićene oznake geografskog porekla.²⁶ S druge strane, neće svako korišćenje zaštićene oznake od strane neovlašćenog lica izazvati simultanu koegzistenciju poruka i sledstveno tome evokaciju.²⁷ Ovo stoga što utvrđivanje evokacije zavisi od percepcije potrošača,²⁸ a ona varira s obzirom na okolnosti konkretnog slučaja.

Pravni standard pažnje je prvi put određen odlukom u slučaju *Viiniverla* u kojoj je navedeno da se evokacija ocenjuje pažnjom prosečnog evropskog potrošača, a ne samo potrošača u državi članici u kojoj je proizvod, kojim je dat povod za evokaciju zaštićene oznake geografskog porekla, proizveden. U slučaju *Queso Manchego* određenje razumno dobro informisanog, pažljivog i razboritog potrošača je dopunjeno time što je navedeno da se ovaj pojam odnosi na evropske potrošače uključujući i potrošače u državi članici u kojoj je proizvod, kojim je dat povod za evokaciju zaštićene oznake geografskog porekla, proizveden ili na koju ta oznaka geografski asocira i u kojoj se predmetni proizvod najčešće konzumira.

ZAKLJUČAK

Pojam evokacije oznake geografskog porekla u pravu Evropske unije izgrađivao se u sudskoj praksi pune dvadeset dve godine, počev od presude u slučaju *Gorgonzola* iz 1999. pa do presude u slučaju *Champanillo* iz 2021, u kojoj je konačno iskristalisan, tako da danas smatramo da evokacija zaštićene oznake geografskog porekla nastaje kada se korišćenjem sporne oznake u svesti prosečnog evropskog

²⁴ J. Asland, op. cit., 8.

²⁵ „Uslov za zaštitu oznake nije, dakle, konkretna prevara o poreklu“ (S. Lučić, op. cit., 195).

²⁶ Annalisa Volpato, „On Consumer, Evocation and Cider Spirit“, *European Food and Feed Law Review*, No. 2, 2016, 144.

²⁷ Lionel Bently, Bred Sherman, Dev Gangjee, Phillip Johnson, *Intellectual Property Law*, Oxford, 2018, 1205. Autori se pozivaju na slučaj C-56/16 *Port Charlotte*, ECLI:EU:C:2017:693 of 14th September 2017 u kojem je sporna oznaka sadržala zaštićeno ime porekla za vina iz Portugalije: *Porto*.

²⁸ Johanna Gibson, „Tilting at Windmills: the Law of Evocation in Geographical Indications and Designations of Origin“, *Queen Mary Journal of Intellectual Property*, No. 3, 2019, 241.

potrošača koji je razumno dobro informisan, pažljiv i razborit formira dovoljno jasna i direktna veza između poredbenih oznaka.

Sa svakom novom presudom širio se pojam evokacije oznake geografskog porekla, a sa njom i obim prava. Imajući u vidu da evokacija nastaje u odsustvu zabune o geografskom poreklu robe, zatim kad se umesto oznake u izvornom obliku koriste prevod, transkripcija ili transliteracija, kao i kad je pravo geografsko poreklo robe vidno naznačeno, pa čak i onda kad su proizvodi slični po (specifičnom) izgledu, možemo s pravom reći da se obim prava oznaka geografskog porekla po brojnim elementima podudara sa zaštitom poznatih žigova od razvodnjavanja. Ovo pogotovo što se postojanje evokacije u nekim slučajevima može utvrditi i kad robe i usluge koje se obeležavaju spornom i zaštićenom oznakom nisu istovrsne. Sve to potvrđuje tezu s početka ovog rada o oznakama geografskog porekla kao najjače zaštićenom pravu industrijske svojine.

Prof. Dr. STEFAN ŠOKINJOV
Full Professor, Faculty of Law
University of Kragujevac

THE CONCEPT OF EVOCATION OF THE INDICATION OF GEOGRAPHICAL ORIGIN IN THE EUROPEAN UNION CASE LAW

Summary

The concept of evocation of the indication of geographical origin is built in the European Union case law starting from the judgment in Gorgonzola till the Champanillo case where according to the Court's rule evocation is established where the use of a name creates sufficiently clear and direct link between that name and the protected indication of geographical origin in the mind of average European consumer who is reasonably well informed and reasonably observant and circumspect. With every new judgment brought between mentioned two the concept of evocation was widened. Today it is the concept that offers very wide legal protection for all market operators authorised to use registered indications of geographical origin.

Key words: indications of geographical origin, evocation, Industrial property law, European Union

Literatura

- Asland J., „Protection of Geographical Indications – What is it and What's in it for Norway? – Thoughts from the Outskirts of Europe“, *Bond Law Review*, No. 1, 2005.
- Bently L., Sherman B., Gangjee D., Johnson P., *Intellectual Property Law*, Oxford, 2018.
- Bently L., Sherman B., „The Impact of European Geographical Indications on National Rights in Member States“, *Trademark Reporter*, No. 4, 2006.

- Cesana O., Rusconi G., „Protection of PDO and PGI Products: 10 years After the Adoption of Regulation (EU) No 1151/2012“, *European Food and Feed Law Review*, No. 6, 2022.
- Gibson J., „Tilting at Windmills: the Law of Evocation in Geographical Indications and designations of origin“, *Queen Mary Journal of Intellectual Property*, No. 3, 2019.
- Kiefert S., „Wine About It: Why Croatia’s Historic Wine Prošek Should Be Granted a Protected Designation of Origin by the European Union“, *American University International Law Review*, No. 1, 2023.
- Klaus B., Capelli F., „Protection of Geographic Indications and Designations of Origin in the Queso Manchego Case“, *European Food and Feed Law Review*, No. 5, 2019.
- Lučić S., *Pravo znakova razlikovanja*, Kragujevac, 2023.
- Moska J., „The Battle between the Cheeses Signifies the Ongoing Struggle to Protect Designations of Origin within the European Community and in the United States in *Consorzio per la Tutela del Formaggio Gorgonzola v. Kaserei Champignon Hofmeister GmbH & C. KG*“, *Tulane Journal of International and Comparative Law*, No. 8, 2000.
- Paganizza V., „More Holes than Cheese: PDOs, Evocation and a Possible Solution“, *European Food and Feed Law Review*, No. 3, 2015.
- Rubino V., „From ‘Cambozola’ to ‘Toscoro’“, *European Food and Feed Law Review*, No. 4, 2017.
- Volpato A., „On Consumer, Evocation and Cider Spirit“, *European Food and Feed Law Review*, No. 2, 2016.

Datumi prijema i prihvatanja rada

Primljen: 25.08.2025.

Prihvaćen: 29.09.2025.

PREGLEDNI RAD