

Др Соња Лучић*

Прегледни научни чланак
УДК: 347.772:9]663.5

ЗАШТИТА ГЕОГРАФСКИХ ОЗНАКА ЈАКИХ АЛКОХОЛНИХ ПИЋА**

Рад примљен: 04. 12. 2018.

Рад исправљен: 16. 12. 2018.

Рад прихваћен за објављивање: 25. 12. 2018.

Географске ознаке јаких алкохолних пића у Србији уживају заштиту на основу Закона о јаким алкохолним пићима, а у Европској унији на основу Уредбе 110/2008. И један и други пропис, између осталог предвиђају, да заштићена ознака ужива заштиту од индиректне комерцијалне употребе, сваке погрешне употребе, као и од употребе лажне или ознаке која доводи у заблуду потрошача у погледу изворности, порекла, природе или битних особина производа. Предмет рада је анализа најновије праксе Суда правде ЕУ која за предмет има заштиту географских ознака јаких алкохолних пића. На опредељеност аутора да проучава ову проблематику утицала је како оскудна домаћа судска пракса заштите географских ознака јаких алкохолних пића, тако и околност да је Србија потписивањем Споразума о стабилизацији и придруживању са ЕУ преузела обавезу усклађивања домаћих прописа са правним тековинама ЕУ.

Кључне речи: *Уредба 110/2008, појам „индиректна употреба“ ознаке географског порекла, појам „алузија“ на такву ознаку, појам „ознаке која је лажна или доводи у заблуду“, јака алкохолна пића.*

I УВОД

Производња јаких алкохолних пића у ЕУ представља важан део тржишта пољопривредних производа. С обзиром на значај и сложеност сектора јаких алкохолних пића, ова област је у ЕУ регулисана посебном Уредбом 110/2008.¹ Ова Уредба јасно одређује критеријуме за

* Доцент Правног факултета Универзитета у Крагујевцу, sspasojevic@jura.kg.ac.rs

** Рад је написан у оквиру пројекта Правног факултета Универзитета у Крагујевцу *Усклађивање правног система Србије са стандардима Европске уније.*

¹ Текст Уредбе је доступан на адреси:

производњу, презентацију, означавање и заштиту јаких алкохолних пића. Будући да су из поља примене Уредбе 510/2006 била изузета јака алкохолна пића, у Уредбу 110/2008 су унета правила за заштиту њихових географских ознака.² Географске ознаке регистроване у складу са овом Уредбом обезбеђују идентификацију јаких алкохолних пића као производа пореклом са територије одређене државе, региона или локалитета, чији се квалитет, углед или друга својства углавном могу приписати њеном географском пореклу.

У Србији сектор јаких алкохолних пића је регулисан Законом о јаким алкохолним пићима.³ Овај Закон регулише производњу, промет, декларисање, као и заштиту географских ознака јаких алкохолних пића. Регистроване географске ознаке уживају правну заштиту од:

1) сваке директне или индиректне комерцијалне употребе за производе који нису обухваћени регистрацијом, ако су ти производи упоредиви са јаким алкохолним пићем регистрованим са том географском ознаком или ако таква употреба регистроване географске ознаке искоришћава њен углед;

2) сваке погрешне употребе, имитације или подсећања, чак и када је право порекло производа наведено или од употребе географске ознаке у преводу или употребе заједно са изразима као што су „налик”, „попут”, „као”, „типа”, „у стилу”, „произведено”, „арома”, или сличним појмовима;

3) употребе лажних, обмањујућих или података који доводе у заблуду потрошача у погледу изворности, порекла, природе или битних особина при опису, представљању или декларисању производа, чиме се стиче погрешан утисак о његовом пореклу;

4) било којих других поступака којима се потрошач доводи у заблуду о правом пореклу производа.⁴

II ПРАКСА СУДА ПРАВДЕ ЕУ О ЗАШТИТИ ГЕОГРАФСКИХ ОЗНАКА ЈАКИХ АЛКОХОЛНИХ ПИЋА

Суд правде ЕУ је имао прилику да тумачи чл. 16 Уредбе 110/2008, који прописује садржину заштите географских ознака јаких алкохолних пића, у спору око географске ознаке „Scotch Whisky”.⁵ Спор је настао између

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32008R0110>.

² Уредба 510/2006 је замењена Уредбом 1151/2012. Ова Уредба се, такође, не односи на јака алкохолна пића.

³ „Сл. гласник РС“ бр. 92/2015. Ступањем на снагу овог Закона престао је да важи Закон о ракији и другим алкохолним пићима („Сл. гласник РС бр. 41/2009).

⁴ Чл. 16 Закона о јаким алкохолним пићима. Исту садржину заштите за регистроване географске ознаке предвиђа Уредба 110/2008 у чл. 16.

⁵ Пресуда у предмету C-44/17 је доступна на адреси: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-44/17>.

организације „Scotch Whisky Association“⁶ из Уједињеног Краљевства и немачког продавца који је путем интернета продавао виски произведен у Немачкој под називом „Glen Buchenbach“. Етикета на боцама спорног вискија је садржала стилизовани цртеж ловачког рога и податке: „Waldhornbrennerei“ (дестилерија Валдхорн), „Glen Buchenbach“, „Swabian Single Malt Whisky“ (швапски сингл малт виски), „Deutsches Erzeugnis“ (немачки производ), „Hergestellt in den Berglen“ (произведено у Берглену). Организација SWA је поднела тужбу надлежном суду у Хамбургу са захтевом да се немачком продавцу забрани продаја вискија, који није шкотски виски, под називом „Glen Buchenbach“. По мишљењу тужиоца коришћење тог назива је у супротности са чл. 16, тачке а, б и ц Уредбе 110/2008, која се, између осталог, односи и на географску ознаку „Scotch Whisky“.⁷ Будући да Уредба 110/2008 пружа заштиту не само за случајеве неовлашћене употребе регистроване ознаке као такве, већ и сваког податка којим се упућује на заштићено географско порекло, организација је у употреби ознаке „Glen Buchenbach“ видела повреду заштићене географске ознаке „Scotch Whisky“. Glen је галска реч за уску долину и саставни елемент жига већег броја шкотских вискија,⁸ а такође мањег броја ирских и других вискија.⁹

Надлежни суд у Хамбургу је приметио да у свим досадашњим пресудама Суда правде ЕУ о повреди регистрованих географских ознака је постојала фонетска или визуелна сличност. Суд је додуше у једном случају само истакао да се приликом утврђивања повреде географске ознаке може узети у обзир и појмовна блискост између спорног имена и заштићеног знака.¹⁰ Осим тога, у прилог постојања повреде географске ознаке може говорити и околност да сличност између назива који се упоређују није плод случајне околности.¹¹ Међутим, Суд у Луксембургу се до сада није бавио питањем да ли повреда регистроване географске ознаке постоји и у случају одсуства фонетске или визуелне сличности, односно постојања само појмовне блискости.¹² О томе је Суд правде имао да одлучи у спору око коришћења

⁶ Удружење „Scotch Whisky Association“ (SWA) је трговачка организација која је основана 1942. године са циљем да промовише индустрију шкотског вискија. Шкотска индустрија вискија је важан део шкотске привреде, а посебно шкотско извозно тржиште.

⁷ Видети прилог III Уредбе 110/2008.

⁸ Нпр. Glenfiddich, Glenmorangie.

⁹ Нпр. Glen Breton.

¹⁰ Видети пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-132/05. Текст пресуде је доступан на адреси: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=C-132/05>.

¹¹ Видети пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-75/15. Текст пресуде је доступан на адреси: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&td=ALL&num=c-75-15>.

¹² Појмовна блискост значи да спорни елемент знака код циљане јавности побуђује било какву асоцијацију на регистровану географску ознаку или географско подручје.

ознаке „Glen Buchenbach“.¹³ Одлука Суда има значај не само за заштиту јаких алкохолних пића на основу Уредбе 110/2008, већ и за заштиту вина, ароматичних вина, пољоприврених и прехранбених производа. За све ове производе постоје посебни прописи који штите њихове географске ознаке. Међутим, чињенична стања неопходна за постојање повреде у свим овим прописима језички се највећим делом поклапају.¹⁴ Осим тога, Суд је у два наврата посредно истакао да ове прописе треба тумачити на начин који омогућује њихову уједначену примену.¹⁵

Сви европски прописи о заштити географских ознака разликују следеће модалитете повреде:

- директна комерцијална примена за производе који су упоредиви са производима означеним регистрованим називом,
- директна комерцијална примена за производе који нису упоредиви са производима означеним регистрованим називом, а чијим коришћењем се искоришћава углед заштићеног назива,
- индиректна комерцијална примена за производе који су упоредиви са производима означеним регистрованим називом,
- индиректна комерцијална примена за производе који нису упоредиви са производима означеним регистрованим називом, а чијим коришћењем се искоришћава углед заштићеног назива,
- злоупотреба, имитација или подсећање (алузија)
- друга преварна поступања.¹⁶

У наставку раду ће бити размотрени сви ови модалитети повреде.

III (ИН)ДИРЕКТНА КОМЕРЦИЈАЛНА ПРИМЕНА РЕГИСТРОВАНОГ НАЗИВА

Суд правде ЕУ је у својим одлукама већ истакао да не само употреба регистрованог имена као таквог, него и његова употреба у преводу може представљати директну примену. Примера ради, неовлашћено коришћење не само назива „Cognac“, него и финског превода „Konjakki“ представља

¹³ Суд је, дакле, требало да одлучи да ли је фонетска и/или визуелна сличност између предметних знакова нужан услов за постојање повреде, будући да у спорном случају таква сличност не постоји.

¹⁴ За пољопривредне и прехранбене производа видети чл. 13 Уредбе 1151/2012, за вина чл. 103 Уредбе 1308/2013, а за ароматична вина чл. 20 Уредбе 251/2014.

¹⁵ Видети пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-393/16, као и у предмету C-56/16 P. Текст прве пресуде је доступан на адреси: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-393/16>, а друге пресуде на адреси: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=C-56/16%20P>.

¹⁶ Као што је напред у раду истакнуто, исте модалитете повреде прописује у чл. 16 наш Закон о јаким алкохолним пићима.

директну примену регистрованог назива „Cognac“.¹⁷ Осим тога, коришћење немачке речи „Champagner“ је директна примена регистрованог назива „Champagne“.¹⁸ Из ових примера, произилази да за (ин)директну примену није потребан потпуни идентитет спорног знака и регистрованог назива.

У својој последњој пресуди Суд правде ЕУ је још јасније објаснио појам (ин)директна примена регистрованог назива. Наиме, не само директна, него и индиректна примена регистрованог назива претпоставља да је спорни знак са регистрованима називом идентичан или да између њих постоји фонетска или визуелна сличност.¹⁹ Ако би за постојање (ин)директне употребе била довољна чиста асоцијација на регистровану географску ознаку или са њом повезано географско подручје, други модалитети повреде би изгубили свој практични значај.

Фонетски и визуелни идентитет није довољан услов за „примену регистрованог имена“. Примера ради, жигом заштићени знак „Port Charlotte“ за виски садржи регистровани географски назив „Port“ за вино.²⁰ Суд је при том сматрао да израз „Port Charlotte“ треба разумети као логичку и концептуалну целину која упућује на луку, односно место на обали мора или реке, а не као упућивање на вино из Порто. Упркос фонетском и визуелном идентитету, Суд у коришћењу знака „Port Charlotte“ није видео примену регистрованог назива „Port“. Другим речима, примена регистрованог назива не постоји када се спорни знак, упркос идентитету или великој сличности из семантичких разлога не може разумети као заштићени назив.

Пресуда „Port Charlotte“ Суда правде ЕУ се наслања и на особеност речи „Port“, која осим ликерског вина из португалског града Порто, на француском и енглеском језику има значење лука. Такви посебни случајеви се узимају у обзир приликом испитивања примене регистрованог имена. Они се у пракси ипак ретко појављују.²¹

Суд правде ЕУ прави разлику између директне и индиректне примене. Директна примена постоји у случају коришћења регистрованог назива на роби самој, а индиректна примена постоји када се регистровани назив користи у реклами или другим маркетиншким средствима или

¹⁷ Видети пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-4/10. Текст пресуде је доступан на адреси: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=C-4/10>.

¹⁸ Видети пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-393/16.

¹⁹ Видети пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-344/17.

²⁰ У Е-Васchus базу података су регистровани називи: „Oporto“, „Portvin“, „Portwein“, „Portwijn“, „Vin de porto“, „Port wine“, „Port“, „Vinho do porto“ и „Porto“. Реч је о називима који се на различитим језицима састоје било од два елемента, односно речи „port“ или „porto“ и „vin“, било од једног елемента, односно речи „Oporto“ или „porto“.

²¹ V. Schoene, *Anmerkung zu EuGH Urteil vom 14.09.2017. C-57/16 P, ZLR 2017/06, 734.*

документима.²² Ипак, услови за повреду регистрованог назива су исти без обзира на облик примене. Претпоставке повреде су да се спорни назив користи за производе који су упоредиви са производима означеним регистрованим називом или да се (ин)директним коришћењем регистрованог назива искоришћава његов углед.

Појашњење појма „упоредиви производи“ има велики практични значај приликом утврђивања постојања повреде регистрованог географског назива. Наиме, када се потврди примена регистрованог назива и упоредивост производа, онда постоји повреда регистрованог назива у смислу чл. 16, ст 1(а) Уредбе 110/2008, без могућности да се врше било какве процене постојања повреде. Међутим, када се потврди примена регистрованог назива, али не и упоредивост производа, онда је повреда регистрованог назива могућа једино у случају искоришћавања угледа регистрованог назива. Будући је искоришћавање угледа повезано са нелојалним коришћењем регистрованог назива, процене постојања повреде регистрованог назива су могуће у овом случају. Ипак у спору око коришћења ознаке „Glen Buchenbach“, искоришћавање угледа регистрованог назива „Scotch Whisky“ је без значаја, будући да је упоредивост производа неспорна. Наиме, и регистровани назив и спорни назив се користе за означавање вискија.

Из раније праксе Суда правде ЕУ може се утврдити дефиниција појма „упоредивост производа“. У случају „Konjakk/Cognac“ Суд је потврдио упоредивост између ликера и ракије. Мерила којима се Суд при том руководио су: иста врста робе, сличан циљ примене, исти канали продаје и слична правила продаје.²³

Упоредивост производа се не утврђује из позиције стручњака који добро познају заштићени назив и његову спецификацију. Напротив, приликом те оцене мора се поћи од перцепције просечног потрошача који је уобичајено обавештен, разумно пажљив и опрезан.²⁴

У спору око коришћења ознаке „Glen Buchenbach“ Суд није морао да се бави питањем искоришћавања угледа регистрованог назива „Scotch Whisky“. Наиме, у овом случају упоредивост производа је била евидентна, будући да се оба назива користе за обележавање вискија. Овим питањем Суд је имао прилику да се бави у спору око ознаке „Champagner Sorbet“. У том смислу, Суд је истакао да „искоришћавање угледа подразумева употребу регистрованог назива чији је циљ неоправдано искоришћавање

²² Видети пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-44/17.

²³ Детаљно о овим мерилима у: V. Schoene, *Verletzungstatbestände bei geschützten geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen*, GRUR 8/2018, 786-787.

²⁴ У том смислу видети пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-75/15.

његовог угледа“.²⁵ Искоришћавање угледа подразумева, дакле, као што и сама реч „искоришћавање“ показује, моменат нелојалности.²⁶

IV ЗЛОУПОТРЕБА, ИМИТАЦИЈА ИЛИ ПОДСЕЋАЊЕ НА РЕГИСТРОВАНИ НАЗИВ

Уредба 110/2008 у чл. 16, ст. 1(а) штити регистроване географске ознаке од сваке злоупотребе, имитације или подсећања на регистровану географску ознаку.²⁷ Појам подсећање (алузија) на регистровану географску ознаку дефинисан је у чл. 2, ст. 1(д) Уредбе 716/2013 о утврђивању правила за примену Уредбе 110/2008.²⁸ У смислу овог прописа, „алузија“ значи директно или индиректно упућивање на једну или више категорија јаких алкохолних пића или ознака географског порекла, осим упућивања у сложеници или попису састојака из чл. 9, ст. 9 Уредбе 110/2008. Иста Уредба у чл. 4 прописује да алузија на категорију јаког алкохолног пића или ознаку географског порекла код презентовања прехранбеног производа не сме се налазити у истом реду као и трговачки назив. У случају алкохолних пића алузија се исписује фонтом мањим од оног коришћеног за трговачки назив и сложеницу. Оба прописа ипак не дају ближе појашњење појма „директна/индиректна“, као и појма „упућивање“ што је утицало да их Суд правде ЕУ занемари приликом одлучивања.²⁹

У досадашњој пракси Суда правде ЕУ појам „алузија“ је подразумевао увек фонетску или визуелну сличност између знакова који се пореде. Алузија је, при том, обухватала ситуацију у којој појам који се користи за означавање производа укључује део заштићеног назива, тако да се у мислима потрошача који се сусретне с именом производа као референтна слика појави производ с том ознаком.³⁰ Међутим, у спору око ознаке „Glen Buchenbach“ Суд истиче да утврђивање фонетске и визуелне сличности спорног назива са заштићеном географском ознаком није нужан услов за доказивање постојања „алузије“ у смислу чланка 16, ст 1(б) Уредбе 110/2008. Он је наине само један од критеријума који национални суд мора узети у обзир када оцењује да ли се у мислима потрошача, који се сусреће с именом дотичног производа, као референтна слика јавља

²⁵ Видети пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-393/16.

²⁶ V. Schoene, Ibid., 787.

²⁷ О злоупотреби и имитацији као облицима повреде регистрованих географских ознака детаљније у: С. Спасојевић, *Колизија географских ознака и жигова*, докторска дисертација, Крагујевац, 2013, 103-111.

²⁸ Текст Уредбе 716/2013 је доступан на адреси:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SL/TXT/?uri=CELEX:32013R0716>.

²⁹ V. Schoene, Ibid., 787.

³⁰ Видети нпр. пресуду Суда правде ЕУ у предмету C-75/15.

производ са заштићеном географском ознаком. Из тога произилази да није искључено да „алузија” може бити значајна чак и кад не постоји таква сличност.

Имајући у виду како је Суд правде ЕУ појаснио појам „алузија“ у спору око ознаке „Glen Buchenbach“, надлежни немачки суд сада треба да истражи да ли се директно у мислима просечног европског потрошача, који је уобичајено обавештен, разумно пажљив и опрезан, јавља заштићена географска ознака, тј. ознака „Scotch Whisky”, када се сретне са сличним производом који носи спорни назив, у конкретном случају „Glen”.

У ранијим пресудама Суд правде ЕУ је појаснио да приликом утврђивања алузије на регистровану географску ознаку опасност замене не игра никакву улогу. У најновијој пресуди о заштити географских ознака Суд је истакао да „алузија” може постојати иако је наведено стварно порекло производа. Другим речима, околност да спорни назив упућује на место производње које познају потрошачи државе чланице у којој се тај производ производи није релевантна у оквиру оцене појма „алузија” у смислу чланка 16, ст.1(б) Уредбе 110/2008. Наиме, ова одредба штити регистроване географске ознаке од сваке алузије на целом подручју Уније. Осим тога она се, имајући у виду потребу гарантовања ефикасне и уједначене заштите наведених ознака на целом подручју Уније, односи на све потрошаче с тог подручја.

V ЗАКЉУЧАК

Спор око ознаке „Glen Buchenbach“ открива прави шкотски проблем око вискија. Наиме, вештина дестилације вискија је развијена у Шкотској и Ирској. Међутим, последњих година ова вештина се развијала широм света, тако да је истакнути и контроверзни водич за виски „Jim Murray’s Whisky Bible“ из 2015. године јапански дестилат први пут крунисао за најбољи у свету. Шкотски виски, при том, није увршћен ни у првих пет. Од тада постоји велика забринутост да свет може заборавити да је колевка производње вискија у Шкотској. Осим тога, промет вискија чини тренутно једну петину свих извоза хране из Велике Британије.

Пресуда Суда правде ЕУ у спору око ознаке „Glen Buchenbach“ иде у прилог шкотским произвођачима вискија. Међутим ова пресуда је отворила нека занимљива питања. Наиме, коначну одлуку у овом спору треба да донесе надлежни суд у Хамбургу. За случај да овај суд донесе одлуку да немачки виски не може носити ознаку „Glen Buchenbach“, поставља се питање да ли шкотски произвођачи могу користити ову реч за обележавање вискија који није пореклом из Шкотске. Са друге стране, спорно је и питање да ли на пример произвођач из Единбурга може користити ознаку „Edinburgh Whisky“ за виски који не испуњава услове из спецификације шкотског вискија. За случај да је по

оцени суда коришћење знака „Glen Buchenbach“ позивање (алузија) на регистровану ознаку „Scotch Whisky“, онда би тим пре коришћење ознаке „Edinburgh Whisky“ могло представљати алузију на ознаку „Scotch Whisky“.

Хипотетички случај „Scotch Whisky/ Edinburgh Whisky“ подсећа на коегзистенцију ознака „Bayerisches Bier“ и „Münchener Bier“. Раније регистрована географска ознака „Münchener Bier“ није представљала препреку за регистрацију ознаке „Bayerisches Bier“, иако би се у речи „Bayern“ могло препознати позивање на ознаку „München“.³¹ Овај случај је показао да се после регистрације географске ознаке може користити име дела области или име околне области за нову регистрацију. Питање је, ипак, како се у тим случајевима испитује позивање (алузија) на регистровану географску ознаку.

Догматски овај проблем би могао да се реши са позивом на чл. 6, ст. 3 Уредбе 1151/2012. Ако се у смислу овог прописа могу регистровати имена која исто гласе, што значи да ова имена и пре њихове регистрације могу коегзистирати на тржишту, онда из тога по принципу *a maiori ad minus* следи да је коегзистенција тим пре могућа када нерегистровано име није ни звучно ни визуелно, већ само појмовно блиско регистрованом имену. Додатни услови за коегзистенцију су да се обе варијанте производа разликују, као и да коегзистенција не представља превару.

Уредба 1151/2012 нуди дакле у чл. 6, ст. 3 могућност за коегзистенцију регионалних имена на тржишту у ситуацији када је једно име већ регистровано, а друго није.

Sonja Lučić, LLD*

PROTECTION OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS OF SPIRIT DRINKS

Summary

The Court of Justice of the European Union (CJEU) published an interesting judgement in Case C-44/17. Following the action initiated in Germany by the Scotch Whisky Association (SWA), the Court of Hamburg had asked the CJEU to interpret EU legislation on GIs spirit drinks (Regulation (EC) No 110/2008), in particular with respect to the depth of "evocation". The

³¹ У обрнутом следу регистрације у речи „München“ би се могло препознати позивање на ознаку „Bayern“.

* Assistant professor, Faculty of Law, University of Kragujevac.

case opposes the SWA and a distillery located in Germany, which produces and markets whisky under the designation "Glen Buchenbach". The product's label also indicates "German product". The SWA considers that the use of the term "Glen", in connection with whisky, infringes the GI "Scotch Whisky" as it is liable to cause consumers to make an inappropriate connection to the GI. "Glen" in fact is widely used in Scotland to refer to "valley" and is an element of the trade mark of Scotch Whisky producers.

With respect to the concept of evocation, which is a powerful tool to protect GIs against the exploitation of their reputation and other practices which aim at establishing a connection between the products sold and GIs, the main elements of the judgement are: The "conceptual" proximity between a GI and the contested name can result in an evocation. This has to be evaluated by national courts, taking into account the fact that an average European consumer, who is reasonably well informed and observant and circumspect, when confronted with the name at issue, the image triggered in his mind is that of the product whose indication is protected. This is the first case which puts it beyond doubt that evocation can exist even where the name at issue is not similar phonetically or visually to the GI. The indication of the true origin of the good at issue does not exclude automatically the evocation of a GI.

As a result, in the present case, the German court will have to determine whether an average European consumer thinks directly about the GI "Scotch Whisky" when he is confronted with a comparable product bearing the name "Glen" ("Glen Buchenbach" whisky).

Key words: *Regulation (EC) No 110/2008, Concept of 'indirect use' of a registered geographical indication, Concept of 'evocation' of a registered geographical indication, Concept of 'false or misleading indication', Requirement for identity with the indication, phonetic and/or visual similarity, or some kind of association of ideas in the mind, spirit drinks.*