



Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА ОБЩИЯ СЪД (първи състав)

13 юни 2017 година *

„Промислен дизайн на Общността — Производство за обявяване на недействителност — Регистриран промишлен дизайн на Общността, изобразяващ три кутийки за напитки — Предходен промишлен дизайн — Основание за обявяване на недействителност — Оригиналност — Различно общо впечатление — Член 6 и член 25, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕО) № 6/2002 — Няколко продукта, представляващи единен предмет — Обхват на описанието на регистрирания промишлен дизайн на Общността — Задължение за мотивиране — Заместване на страна по спора“

По дело T-9/15

Ball Beverage Packaging Europe Ltd, установено в Лутън (Обединеното кралство), за което се явява А. Renck, адвокат, допуснато да замести Ball Europe GmbH,

жалбоподател,

срещу

Служба на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO), за която се явява S. Hanne, в качеството на представител,

ответник,

като другата страна в производството пред апелативния състав на EUIPO, встъпила в производството пред Общия съд, е

Crown Hellas Can SA, установено в Атина (Гърция), за което се явяват N. Coulson и J. Коерп, solicitors,

с предмет жалба срещу решение на трети апелативен състав на EUIPO от 8 септември 2014 г. (преписка R 1408/2012-3), постановено в производство за обявяване на недействителност със страни Crown Hellas Can и Ball Europe,

ОБЩИЯТ СЪД (първи състав),

състоящ се от: Н. Kanninen, председател, Е. Buttigieg (докладчик) и L. Calvo-Sotelo Ibáñez-Martín, съдии,

секретар: А. Lamote, администратор,

предвид жалбата молба, подадена в секретариата на Общия съд на 9 януари 2015 г.,

* Език на производството: немски.

предвид писмения отговор на EUIPO, подаден в секретариата на Общия съд на 20 април 2015 г.,

предвид писмения отговор на встъпилата страна, подаден в секретариата на Общия съд на 16 април 2015 г.,

предвид репликата, подадена в секретариата на Общия съд на 10 юли 2015 г.,

предвид писмената дуплика, подадена в секретариата на Общия съд на 14 октомври 2015 г.,

предвид молбата за заместване съгласно член 174 от Процедурния правилник на Общия съд, представена в секретариата на Общия съд на 27 октомври 2016 г., и становищата на EUIPO и Ball Europe, представени в секретариата на Общия съд съответно на 2 и 18 ноември 2016 г.,

Предвид член 174 и член 176, параграфи 3 и 5 от Процедурния правилник,

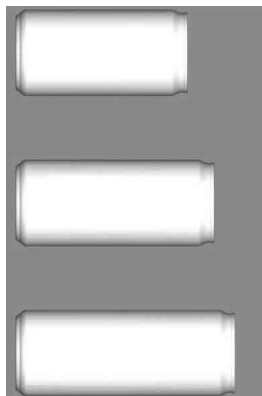
след съдебното заседание от 28 октомври 2016 г.,

постанови настоящото

Решение

Обстоятелствата по спора

- 1 Ball Europe GmbH притежава промишления дизайн на Общността, регистриран под номер 2309900006 на 24 септември 2004 г. за „кутийки [за напитки]“. Оспореният промишлен дизайн е представен, както следва:



- 2 В заявката за регистрация на оспорения промишлен дизайн пред Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO) Ball Europe изтъква приоритетите на два германски промишлени дизайна съответно от 27 март 2004 г. и от 27 април 2004 г.
- 3 Заявката за регистрация на оспорения промишлен дизайн е подадена на немски език и Ball Europe е посочило английски като втори език в съответствие с член 98, параграф 2 от Регламент (ЕО) № 6/2002 на Съвета от 12 декември 2001 година относно промишления дизайн на Общността (ОВ L 3, 2002 г., стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 13, том 33, стр. 70).

- 4 В частта от официалния формуляр на заявката за регистрация, предназначена за описание на заявления за регистрация промишлен дизайн, Ball Europe е вписало следния текст на английски език:

„Group of cans for drink, all having a sleek but high appearance with reduced neck, preferably made of thin sheet metal, especially for filling volumes of 250 ml, 300 ml or 330 ml, respectively.“ („Група от кутийки за напитки с изчистена, но висока форма, със стеснено гърло, предпочитателно изработени от тънък метален лист, с вместимост съответно от 250 ml, 300 ml или 330 ml.“).

- 5 На 14 февруари 2011 г. встъпилата страна, Crown Hellas Can SA, подава пред EUIPO искане за обявяване на недействителност на оспорения промишлен дизайн. Същото изтъква като основание за недействителност член 25, параграф 1, буква б) от Регламент № 6/2002, като твърди, че оспореният промишлен дизайн не е нов по смисъла на член 5 от посочения регламент и не е оригинален по смисъла на член 6 от същия регламент.

- 6 Встъпилата страна твърди по-специално, че оспореният промишлен дизайн е идентичен на възпроизведените по-горе три кутийки за напитки, които са били разгласени публично преди датата на приоритета на оспорения промишлен дизайн:



- 7 С решение от 8 юни 2012 г. отделът по отмяна отхвърля искането за обявяване на недействителност на оспорения промишлен дизайн, с мотива че последният отговаря на изискванията за новост и оригиналност.
- 8 На 30 юли 2012 г. встъпилата страна подава жалба на основание членове 55—60 от Регламент № 6/2002 срещу решението на отдела по отмяна.
- 9 С решение от 8 септември 2014 г. (наричано по-нататък „обжалваното решение“) трети апелативен състав на EUIPO отменя решението на отдела по отмяна и обявява оспорения промишлен дизайн за недействителен, с мотива че не е оригинален по смисъла на член 6 от Регламент № 6/2002. Апелативният състав не се произнася по новостта на посочения промишлен дизайн.

- 10 Апелативният състав разглежда предмета на защита на оспорения промишлен дизайн и приема, че защитата е поискана за формата на отделна кутийка за напитки, изобразена в три различни размера. Като се основава на член 98, параграф 1 от Регламент № 6/2002, апелативният състав отказва да вземе предвид съдържанието се в заявката за регистрация описание на оспорения промишлен дизайн на английски език, тъй като същото не е представено на избрания от Ball Europe език на заявката.
- 11 Освен това при преценката на оригиналността на оспорения промишлен дизайн апелативният състав приема по същество, че разликите между оспорения промишлен дизайн и по-ранните промишлени дизайни са незначителни и не се отразяват на общото впечатление, създадено у информирания потребител, определен в случая като лице, което се занимава с бутилиране при производството на напитки.

Искания на страните

- 12 Ball Europe иска от Общия съд:
- да отмени обжалваното решение,
 - да осъди EUIPO и встъпилата страна да заплатят съдебните разноски.
- 13 EUIPO иска от Общия съд:
- да отхвърли жалбата,
 - да осъди Ball Europe да заплати съдебните разноски.
- 14 Встъпилата страна иска от Общия съд:
- да потвърди обжалваното решение,
 - да осъди Ball Europe да заплати съдебните разноски по настоящото производство, както и разноските, направени в производствата пред отдела по отмяна и пред апелативния състав.

От правна страна

- 15 След изслушване на страните Ball Beverage Packaging Europe Ltd следва да се допусне да замести Ball Europe в приложение на член 176, параграф 3 от Процедурния правилник на Общия съд.
- 16 Следва също така да се припомни, че съгласно член 176, параграф 5 от Процедурния правилник, ако бъде уважена молбата за заместване, правоприменикът е обвързан от етапа, на който се намира производството към момента на заместването. Той е обвързан от процесуалните документи, подадени от страната, която е заместил.
- 17 Жалбоподателят, Ball Beverage Packaging Europe, изтъква две основания в подкрепа на жалбата, първото от които е нарушение на член 62, първо изречение от Регламент № 6/2002, който се отнася до задължението за мотивиране, а второто основание е нарушение на разпоредбите на член 25, параграф 1, буква б) във връзка с член 6 от посочения регламент.
- 18 В отговор на въпрос, който Общия съд задава по време на съдебното заседание, жалбоподателят твърди, че в точка 21 от жалбата имплицитно е изложено и трето основание, свързано с нарушение на правото на защита, поради това че апелативният състав трябвало да му

предостави възможност да изрази становището си относно определянето на предмета на защита на оспорения промишлен дизайн, като този въпрос бил разгледан за пръв път в обжалваното решение. EUIPO и встъпилата страна оспорват твърдението, че тази точка от жалбата съдържа самостоятелно правно основание, свързано с нарушение на правото на защита, и твърдят, че доколкото не са тълкували посочената точка в този смисъл, те не са могли да изложат становище по така твърдяното основание.

- 19 Съгласно член 44, параграф 1, буква в) от Процедурния правилник на Общия съд от 2 май 1991 г. исковата молба или жалбата трябва да съдържа предмета на спора и кратко изложение на представените основания.
- 20 Съгласно съдебната практика краткото изложение на представените основания трябва да бъде достатъчно ясно и точно, за да позволи на ответната страна да подготви защитата си, а на Общия съд — да постанови решение по жалбата, при необходимост без да прибегва до друга информация (вж. решение от 13 юни 2012 г., *Insula/Комисия*, T-246/09, непубликувано, EU:T:2012:287, т. 221 и цитираната съдебна практика). От това следва, че смисълът и обхватът на изтъкнато в подкрепа на иска или жалбата основание трябва да личат недвусмислено от жалбата (решение от 13 юни 2012 г., *Insula/Комисия*, T-246/09, непубликувано, EU:T:2012:287, т. 262).
- 21 В настоящия случай жалбоподателят ясно посочва в жалбата двете основания, представени в точка 17 по-горе. Следва да се отбележи още, че в точка 21 от жалбата жалбоподателят упреква апелативния състав, че е променил предмета на защита на оспорения промишлен дизайн, „въпреки че не е бил сезиран с този въпрос“. Освен това в точка 19 от жалбата жалбоподателят приема, че становището на апелативния състав относно възможността за регистрация на оспорения промишлен дизайн с оглед на член 3, буква а) от Регламент № 6/2002 е ирелевантно, доколкото страните не са имали възможност да изложат позицията си по този въпрос, както изисква член 62, второ изречение от Регламент № 6/2002. От тези твърдения обаче не може да се заключи, че жалбоподателят представя самостоятелно основание, свързано с нарушение на правото му на защита. Жалбоподателят признава по време на съдебното заседание, че това основание нито е посочено изрично, нито е достатъчно развито. От структурата на жалбата и използваните заглавия, от частта от последната, озаглавена „Обобщение на основанията в подкрепа на жалбата“, и от останалото ѝ съдържание не личи жалбоподателят да е изтъкнал самостоятелно основание, свързано с нарушение на правото му на защита. Трябва да се отбележи по-специално, че точки 19 и 21 от жалбата се съдържат в частта, озаглавена „Obiter dictum относно член 3, буква а) от [Регламент № 6/2002]“, и че съдържанието на тази част от жалбата разкрива ясно два довода, първият от които е, че съображенията на апелативния състав относно възможността за регистрация на оспорения промишлен дизайн са ирелевантни, а вторият — че апелативният състав е определил погрешно предмета на защитата на посочения промишления дизайн. Впрочем нито EUIPO, нито встъпилата страна е възприела твърденията в точки 19 и 21 от жалбата в смисъл, че съдържат основание, изведено от нарушение на правото на защита, така че последните не са представили писмено становище в отговор на последното.
- 22 При тези обстоятелства следва да се заключи, че изведеното от нарушение на правото на защита основание, за което се твърди, че се съдържа в жалбата, не отговаря на изискванията по член 44, параграф 1, буква в) от Процедурния правилник от 2 май 1991 г., така както са тълкувани в съдебната практика, и поради това трябва да се отхвърли като недопустимо.

По основаниято, изведено от нарушение на член 62, първо изречение от Регламент № 6/2002

- 23 Според жалбоподателя твърдението на апелативния състав в точка 34 от обжалваното решение, че информираният потребител е запознат с обичайната вместимост на кутийки за напитки и не отдава значение на свързаните с нея различни размери, не е мотивирано, тъй като не са

изложени мотиви в негова подкрепа. Жалбоподателят счита, че това твърдение е решаващо за структурата на обжалваното решение, тъй като с оглед на него апелативният състав е обявил недействителността на оспорения промишлен дизайн, поради което липсата на мотиви в това отношение представлявала нарушение на задължението за мотивиране, закрепено в член 62, първо изречение от Регламент № 6/2002.

- 24 По време на съдебното заседание жалбоподателят упреква апелативния състав и за това, че не е „взел предвид“ статия от специализирано списание и други документи, представени в хода на административното производство, показващи важно значение, което информираният потребител отдава на разликите в размера на кутийките за напитки. Обстоятелството, че тези доказателства не са били „взети предвид“, също представлявало нарушение на задължението за мотивиране.
- 25 EUIPO и встъпилата страна оспорват това основание по същество.
- 26 Следва да се припомни, че съгласно член 62, първо изречение от Регламент № 6/2002 решенията на EUIPO се мотивират. Това задължение за мотивиране е със същия обхват като задължението по член 296 ДФЕС, съгласно което съображенията на автора на акта трябва да бъдат изложени по ясен и недвусмислен начин и има двойната цел, от една страна, да даде възможност на заинтересованите лица да се запознаят с основанията за приетата мярка, за да защитят правата си, и от друга страна, да даде възможност на съда на Съюза да упражни контрол за законосъобразност на решението. Не може обаче да се изисква от апелативните състави да направят изчерпателно изложение, в което да посочат поотделно всички съображения, които страните са представили пред тях. Мотивите могат да бъдат и имплицитни, при условие че дават възможност на заинтересованите лица да се запознаят с причините, поради които е прието решението от апелативния състав, а на компетентната юрисдикция — да разполага с достатъчно данни, за да упражни своя контрол (решения от 25 април 2013 г., *Bell & Ross/CXВП — KIN* (Кутия на часовник гривна), T-80/10, непубликувано, EU:T:2013:214, т. 37 и от 18 ноември 2015 г., *Liu/CXВП — DSN Marketing* (Чанта за преносим компютър), T-813/14, непубликувано, EU:T:2015:868, т. 15).
- 27 Освен това следва да се напомни, че задължението за мотивиране на решенията представлява съществено процесуално изискване, което трябва да се разграничава от въпроса за обосноваването на мотивите, от която зависи материалната законосъобразност на спорния акт. Всъщност мотивите на едно решение представляват формален израз на съображенията, на които се основава това решение. Ако съображенията са неправилни, се засяга материалната законосъобразност на решението, а не мотивите му, които може да са достатъчни, но да изразяват неправилни съображения (вж. решение от 25 април 2013 г., *Кутия на часовник гривна*, T-80/10, непубликувано, EU:T:2013:214, т. 38 и цитираната съдебна практика).
- 28 В настоящия случай, като разглежда общо впечатление, оставено от оспорения промишлен дизайн върху информирания потребител по смисъла на член 6, параграф 1 от Регламент № 6/2002, апелативният състав посочва в точка 34 от обжалваното решение следното:
- „Изтъкнатите от притежателя разлики в размера не са забележими. Съотношението между височината и ширината се явява почти идентично в сравняваните промишлени дизайни. Дори информираният потребител да долови разликите в размера, те няма да се отразят върху общо впечатление. Изобразяването на спорния [промишлен дизайн] в три различни размера също не обосновава релевантна разлика. Информираният потребител познава обичайната вместимост на кутийките за напитки и в рамките на общото впечатление не отдава значение на разликите в размера“.
- 29 Съображенията, изложени в последното изречение на точка 34 от обжалваното решение, разгледани в контекста на последното, не са засегнати от липса на мотиви.

- 30 Всъщност в точка 25 от обжалваното решение апелативният състав определя информирания потребител като лице, което се занимава с бутилиране при производството на напитки и което се осведомява за релевантните оферти по-специално чрез специализирани списания.
- 31 В точка 27 от обжалваното решение апелативният състав констатира, че вместимостта на кутийки за напитки обикновено не надвишава 500 ml, че същата съответства на обичайно използваните на пазара количества за продажбата на напитки и че посочената вместимост се отразява на размера на кутийките за напитки.
- 32 На последно място, в точка 37 от обжалваното решение апелативният състав уточнява, че от оспорения промишлен дизайн не личат нито конкретните размери, нито вместимостта и че релевантно за преценката на оригиналността е само общо впечатление от сравняваните промишлени дизайни.
- 33 Като се имат предвид, първо, констатациите за стандартизация с оглед на вместимостта на кутийките за напитки, второ, обявеното значение на вместимостта за размера на кутийките за напитки, трето, че в случая информираният потребител е определен като лице, което извършва дейност по бутилиране, четвърто, констатациите, че нито конкретните размери, нито вместимостта личат от оспорения промишлен дизайн и че само общото впечатление е релевантно, твърдението на апелативния състав в последното изречение на точка 34 от обжалваното решение, че информираният потребител познава обичайната вместимост на кутийките за напитки и не отдава значение на различните им размери в рамките на общо впечатление, е надлежно мотивирано.
- 34 Освен това, обратно на твърденията на жалбоподателя, изложените в точка 34 от обжалваното решение съображения са общи и не са определящи за извода, до който е достигнал апелативният състав. Този извод е основан на констатацията, че общото впечатление, оставено от оспорения промишлен дизайн у информирания потребител, не се различава от общо впечатление на същия потребител за по-ранните промишлени дизайни, предвид че апелативният състав е установил по-рано именно че разликите във формата на гърлото и на дъното на кутийките за напитки са незначителни (т. 33 от обжалваното решение), че изтъкнатите от жалбоподателя разлики в размера са недоловими, че съотношението между височината и ширината се оказва почти идентично (т. 34 от обжалваното решение) и че нито конкретните размери, нито вместимостта личат от оспорения промишлен дизайн (т. 37 от обжалваното решение).
- 35 Доколкото жалбоподателят поддържа също, че изложените в точка 34 от обжалваното решение констатации са погрешни, следва да се отбележи, че това твърдение не се отнася до мотивите, а до спора по същество и ще бъде разгледано в рамките на преценката на второто основание.
- 36 На последно място, следва да се отхвърли оплакването на жалбоподателя, направено по време на съдебното заседание, че апелативният състав не е „взел предвид“ някои документи, представени в рамките на административното производство (вж. т. 24 по-горе). Що се отнася до статията от специализирано списание, която жалбоподателят идентифицира достатъчно точно в доводите си, трябва да се констатира, че апелативният състав посочва изрично тази статия в точка 6, второ тире от обжалваното решение, в рамките на представянето на доводите на жалбоподателя в хода на административното производство. Освен това, доколкото посочената статия цели да подчертае разликите в диаметъра между кутийката за напитки „sleek“ („с гладки линии“), пусната на пазара от жалбоподателя, и съществуващите по-рано кутийки за напитки, по-нататъшното разглеждане на тази статия не е било необходимо за целите на мотивирането на обжалваното решение, като се има предвид по-специално констатацията в точка 34 от посоченото решение, че разликите в размера на сравняваните промишлени дизайни не е доловима, както и констатацията в точка 37 от същото решение, че от оспорения промишлен дизайн не може да се направи извод нито за размерите, нито за вместимостта.

- 37 Ето защо въз основа на изложените по-горе съображения настоящото основание трябва да се отхвърли като неоснователно.

По основанието, изведено от нарушение на член 25, параграф 1, буква б) във връзка с член 6 от Регламент № 6/2002

- 38 Настоящото правно основание е разделено по същество на две части.
- 39 Първата част е твърдение за погрешна преценка от страна на апелативния състав на обхвата на защитата, дадена на оспорения промишлен дизайн, тъй като отказва да приеме, че последният изобразява група от три кутийки за напитки с различен размер, с други думи, един единен предмет.
- 40 Втората част е твърдение за погрешна преценка от страна на апелативния състав на оригиналността на оспорения промишлен дизайн.

По първата част на основанието — твърдение за погрешна преценка на обхвата на защитата, предоставена на оспорения промишлен дизайн

- 41 Следва да се припомни, че в обжалваното решение апелативният състав определя в самото начало предмета на защита на оспорения промишлен дизайн. В този контекст е уточнено, че съгласно член 3, буква а) от Регламент № 6/2002 предмет на промишления дизайн може да бъде само единен продукт и че комбинацията на няколко несвързани помежду си продукта може да се разглежда като едно изделие само при условие че тези продукти си подхождат естетически, имат функционална връзка и обичайно се продават като единен продукт. Като пример апелативният състав посочва приборите за маса, съставени от нож, вилица и лъжица, както и комплект, включващ шахматна дъска и шахматни фигури.
- 42 Апелативният състав приема, че в настоящия случай оспореният промишлен дизайн не отговаря на посочените условия и не може да се счита за единен предмет под формата на група от три кутийки за напитки, а преценката на новостта и на оригиналността на този промишлен дизайн трябва да се извърши въз основа на вида на кутийката за напитки, изобразена самостоятелно в три различни размера.
- 43 На следващо място, като се основава на член 98, параграф 1 от Регламент № 6/2002, апелативният състав отказва да вземе предвид съдържанието се в заявката за регистрация описание на оспорения промишлен дизайн на английски език, с мотива че това описание не е представено на избрания от жалбоподателя език на заявката.
- 44 Жалбоподателят изтъква три оплаквания по отношение на разглеждания анализ на апелативния състав.
- 45 На първо място, жалбоподателят упреква апелативния състав, че е отказал да предостави защита на оспорения промишлен дизайн като група от кутийки за напитки, въпреки че е регистриран като такава.
- 46 На второ място, жалбоподателят оспорва съображението на апелативния състав, че оспореният промишлен дизайн не представлява „продукт“ по смисъла на член 3, буква а) от Регламент № 6/2002.
- 47 На трето място, жалбоподателят упреква апелативния състав, че не е взел предвид описанието на оспорения промишлен дизайн на английски език.

- 48 EUIPO и встъпилата страна оспорват тези оплаквания по същество.
- 49 Що се отнася до първото оплакване на жалбоподателя, следва да се провери най-напред довода му, че оспореният промишлен дизайн е бил регистриран като група от кутийки за напитки. В това отношение жалбоподателят твърди, че от кореспонденцията му с EUIPO по време на процедурата по регистрация на оспорения промишлен дизайн личи, че EUIPO е приела да регистрира промишления дизайн като група от кутийки за напитки.
- 50 Както се вижда от преписката, в хода на процедурата по регистрация EUIPO е уведомила жалбоподателя с писмо от 18 ноември 2004 г., че така както е изобразен в заявката за регистрация, оспореният промишлен дизайн включва повече от един промишлен дизайн. EUIPO поканва жалбоподателя да отстрани тези „недостатъци“ до 18 януари 2005 г., за да не бъде отхвърлена заявката за регистрация.
- 51 С писмо от 14 декември 2004 г. жалбоподателят иска от EUIPO да измени позицията си, тъй като изобразените в оспорения промишлен дизайн три кутийки за напитки образуват група и следователно представляват един единен промишлен дизайн.
- 52 След това писмо оспореният промишлен дизайн в крайна сметка е регистриран като „кутийки [за напитки]“, както личи от удостоверението за регистрацията му.
- 53 С оглед на тези факти е възможно да е била взета предвид молбата на жалбоподателя за регистриране на оспорения промишлен дизайн като група от кутийки за напитки, но това все пак не е сигурно.
- 54 Дори да се допусне обаче, че в рамките на процедурата по регистрация EUIPO е решила да регистрира оспорения промишлен дизайн като група от кутийки за напитки, това решение не обвързва апелативния състав при разглеждането на искането за обявяване на недействителност на посочения промишлен дизайн.
- 55 Всъщност, важно е да се уточни, че процедурата по регистрация на промишлени дизайни на Общността, установена с Регламент № 6/2002, представлява бърз контрол главно от формално естество, който, както се посочва в съображение 18 от Регламента, не изисква разглеждане по същество, за да се прецени преди регистрацията дали промишленият дизайн отговаря на условията за получаване на закрила, и който, от друга страна, за разлика от производството за регистрация съгласно Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета от 26 февруари 2009 година относно марката на Европейския съюз (ОВ L 78, 2009 г., стр. 1), не предвижда фаза, позволяваща на притежателя на предходен регистриран промишлен дизайн да се противопостави на регистрацията (решения от 16 февруари 2012 г., *Celaya Empananza y Galdos International*, C-488/10, EU:C:2012:88, т. 41 и 43 и от 27 юни 2013 г., *Beifa Group/CXВП — Schwan-Stabilo Schwanhäußer* (Инструменти за писане), T-608/11, непубликувано, EU:T:2013:334, т. 77].
- 56 В настоящия случай апелативният състав извършва проверка по същество на регистрацията на оспорения промишлен дизайн, за да установи дали същият отговаря на условието за оригиналност, предвидено в член 6 от Регламент № 6/2002. В рамките на тази проверка апелативният състав преценява общото впечатление, което сравняваните промишлени дизайни създават у информирания потребител. Определянето на предмета на закрила на оспорения промишлен дизайн е предварителен въпрос, на който трябва да се даде отговор, тъй като е безспорно свързан с преценката на общо впечатление и в крайна сметка, с преценката на оригиналността. От това следва, че доколкото определянето на предмета на закрила на оспорения промишлен дизайн е част от проверката по същество на регистрацията на посочения

промишлен дизайн, евентуално становище на EUIPO по този въпрос, изразено в хода на процедурата по регистрация, не може да обвърже апелативния състав, предвид че контролът на EUIPO по време на тази процедура по регистрация има основно формален и бърз характер.

- 57 Освен това следва да се отбележи, че отказът на апелативния състав да определи предмета на закрила на оспорения промишлен дизайн като група от кутийки за напитки, не води до незаконосъобразно поставяне под въпрос на валидността на оспорения промишлен дизайн, както твърди жалбоподателят. Всъщност, като приема, че оспореният промишлен дизайн не изпълнява условията по член 3, буква а) от Регламент № 6/2002, тъй като не представлява единен предмет, в точка 19 от обжалваното решение апелативният състав правилно уточнява, че доколкото встъпилата страна не е изтъкнала установеното в член 25, параграф 1, буква а) от Регламент № 6/2002 основание за обявяване на недействителност този факт (а именно неизпълнението на условията по член 3, буква а) от Регламент № 6/2002), не може да обоснове недействителността на оспорения промишлен дизайн.
- 58 От това следва, че първото оплакване на жалбоподателя трябва да се отхвърли като неотнормено, тъй като, дори да се допусне, че EUIPO е приела да регистрира оспорения промишлен дизайн като група от кутийки за напитки, тази позиция не обвързва апелативния състав.
- 59 В рамките на второто оплакване на жалбоподателя следва да се прецени основателността на отказа на апелативния състав да определи оспорения промишлен дизайн като група от кутийки за напитки, или, с други думи, да разгледа изобразените в оспорения промишлен дизайн три кутийки за напитки с различни размери като единен предмет. Жалбоподателят има интерес от определянето на оспорения промишлен дизайн като група от кутийки за напитки, тъй като изтъкнатите от встъпилата страна по-ранни промишлени дизайни не изобразяват групи от кутийки за напитки, а само една кутийка за напитки. Следователно определянето на оспорения промишлен дизайн като група от кутийки за напитки представлява отличителен белег на последния по отношение на по-ранните промишлени дизайни, както впрочем отбелязва отделът по отмяна в точка 17 от решението от 8 юни 2012 г.
- 60 Така апелативният състав правилно отбелязва в точка 18 от обжалваното решение, че обект на промишлен дизайн може да е само единен предмет, тъй като в член 3, буква а) от Регламент № 6/2002 изрично се посочва „вид на целия продукт“. Освен това апелативният състав не допуска грешка, като уточнява в точка 18 от обжалваното решение, че съвкупност от артикули може да представлява „един продукт“ по смисъла на горепосочената разпоредба, ако същите си подхождат естетически, имат функционална връзка и обикновено се продават като единен продукт.
- 61 Като изхожда от тези съображения, които впрочем не са оспорени от страните, апелативният състав приема в точка 19 от обжалваното решение, че оспореният промишлен дизайн не изпълнява трите условия, представени в точка 60 по-горе, и че поради това последният не може да се разглежда като единен предмет. Апелативният състав счита, че когато се предлагат съвкупности от кутийки за напитки, винаги става въпрос за кутийки за напитки с един и същ размер, което е разбираемо по-специално с оглед на транспорта и на складирането.
- 62 Заключение на апелативния състав, че в случая не е налице единен предмет, също не е погрешно. Всъщност, независимо от начина на продажба на кутийки за напитки, очевидно е, че изобразените в оспорения промишлен дизайн три кутийки за напитки не изпълняват обща функция в смисъл, че не изпълняват функция, която не би могла да бъде изпълнена от всяка една от тях поотделно, какъвто е случаят например с приборите за маса или с шахматната дъска и шахматните фигури, посочени от апелативния състав (вж. в този смисъл решение от 25 октомври 2013 г., Merlin и др./СХВП — Dusyma (Игра), T-231/10, непубликувано, ЕУ:Т:2013:560, т. 32).

- 63 От изложените в точки 59—62 по-горе съображения следва, че второто оплакване на жалбоподателя трябва да се отхвърли като неоснователно.
- 64 Следва да се припомни, че в рамките на третото оплакване жалбоподателят упреква апелативния състав, че в точка 20 от обжалваното решение е отказал да вземе предвид описанието на оспорения промишлен дизайн на английски език, с мотива че същото не е представено на избрания от жалбоподателя език на заявката за регистрация, а именно на немски. Тази грешка опорочила обжалваното решение, доколкото, като не взел предвид посоченото описание, апелативният състав бил определил неточно оспорения промишлен дизайн като отделна кутийка за напитки, изобразена в три различни размера, а не като група от кутийки за напитки.
- 65 Това оплакване на жалбоподателя трябва да се отхвърли като неотнормимо.
- 66 Всъщност, от една страна, съгласно член 36, параграф 3, буква а) от Регламент № 6/2002 функцията на описанието, което може да се съдържа в заявката за регистрация на промишления дизайн, е да обясни изображението или спесимена, а от друга страна, съгласно член 36, параграф 6 от посочения регламент това описание не засягат обхвата на закрилата на промишления дизайн като такъв. Член 10, параграф 1 от същия регламент, озаглавен „Обхват на закрилата“, уточнява, че закрилата, предоставяна от промишления дизайн на Общността, обхваща всеки промишлен дизайн, който не създава у информирания потребител различно цялостно визуално впечатление.
- 67 От това следва, че описанието, което евентуално съдържа заявката за регистрация, не може да повлияе на преценката по същество относно новостта или оригиналността на съответния промишлен дизайн. Това впрочем се потвърждава от член 1, параграф 2, буква а) от Регламент (ЕО) № 2245/2002 на Комисията от 21 октомври 2002 година за прилагане на Регламент № 6/2002 (ОВ L 341, 2002 г., стр. 28; Специално издание на български език, 2007 г., глава 13, том 39, стр. 14), който предвижда по-специално, че описанието се отнася само до характеристиките, които се съдържат в изображенията на промишления дизайн или на спесимена, и не съдържа заявления относно твърдяната новост или оригиналност на промишления дизайн, нито за техническата му стойност.
- 68 От това също следва, че посоченото описание не може да се отрази на определянето на предмета на закрила на разглеждания промишлен дизайн, което безспорно е свързано с преценката за новост или оригиналност (вж. т. 56 по-горе).
- 69 Както бе установено, в настоящия случай апелативният състав не е допуснал грешка, като е определил предмета на закрила на оспорения промишлен дизайн като представляващ формата на кутийка за напитки, изобразена поотделно в три различни размера, и е отказал да определи този предмет като група от кутийки за напитки. С оглед на съображенията, изложени в точки 66—68 по-горе, във всички случаи дори ако апелативният състав вземе предвид описанието на оспорения промишлен дизайн на английски, това не би могло да доведе до съмнения относно решението му за определяне на предмета на закрила на оспорения промишлен дизайн, нито до поставяне под въпрос на останалата част от преценката на апелативния състав относно оригиналността. В този смисъл оплакването на жалбоподателя трябва да се отхвърли като неотнормимо.
- 70 Доколкото жалбоподателят упреква имплицитно апелативния състав и за това, че не е взел предвид описанията на германските промишлени дизайни, за които е заявен приоритет (вж. т. 2 по-горе), това оплакване трябва да се отхвърли като неоснователно, тъй като няма правна норма, която да задължава в случая апелативния състав да вземе предвид посочените описания. Във всички случаи това оплакване е неотнормимо и поради съображения, идентични на изложените в точки 66—69 по-горе.

71 По гореизложените съображения първата част от настоящото основание трябва да се отхвърли.

По втората част от основанието, изведено от погрешна преценка на оригиналността на оспорения промишлен дизайн

72 Жалбоподателят изтъква по същество две оплаквания срещу решението на апелативния състав, че оспореният промишлен дизайн не е оригинален.

73 На първо място, жалбоподателят оспорва констатацията на апелативния състав в точка 34 от обжалваното решение, че сравняваните промишлени дизайни имат почти идентично съотношение между височината и ширината (или, с други думи, пропорциите). Като направил тази констатация, апелативният състав бил пренебрегнал факта, че оспореният промишлен дизайн представлява група от три кутийки за напитки с различни пропорции, а било ясно, че по-ранните промишлени дизайни не могат да породят същевременно същото общо впечатление по отношение на всяка една от тези три кутийки за напитки.

74 На второ място, жалбоподателят упреква апелативния състав, че е приел в точка 34 от обжалваното решение, че информираният потребител няма да отдаде значение на разликите в размера на кутийки за напитки, както и че не е взел предвид познанията на тези информирани потребители.

75 От текста на член 6, параграф 1, буква б) от Регламент № от Регламент № 6/2002 следва, че когато става въпрос за регистриран промишлен дизайн на Общността, неговата оригиналност трябва да се преценява с оглед на общото впечатление, което той създава у информирания потребител. Общото впечатление, което той създава у информирания потребител, трябва да е различно от създаваното от който и да било промишлен дизайн, разгласен публично преди датата на подаване на заявката за регистрация или, ако се претендира приоритет, преди датата на приоритета.

76 Посоченото общо впечатление се отнася до визуалното общо впечатление, създадено от видимите характеристики на съответния промишлен дизайн. Тази констатация следва от член 3, буква а) от Регламент № 6/2002, който определя „промишления дизайн“ като „видимият външен вид на целия продукт или на част от него, определен, по-специално, от особеностите на линиите, контурите, цветовете, формата, строежа и/или материалите на самия продукт и/или орнаментите му“. Посочената констатация следва и от член 10, параграф 1 от Регламент № 6/2002, в чийто текст на всички езици се посочва цялостно впечатление, за което Общият съд вече е приел, че може да бъде само визуално (вж. решение от 18 март 2010 г., Grupo Promer Mon Graphic/СХВП — PepsiCo (Изображение на кръгъл рекламен предмет), T 9/07, EU:T:2010:96, т. 50).

77 Член 6, параграф 2 от Регламент № от Регламент № 6/2002 уточнява, че при преценката на оригиналността трябва да се отчете степента на свобода на автора при разработването на промишления дизайн.

78 Съгласно съдебната практика промишленият дизайн е оригинален, когато общото впечатление на информирания потребител е за нещо различно, а не за „дежавю“ при съпоставяне с всички предходни промишлени дизайни, като не се отчитат разлики, които, макар да са нещо повече от незначителни детайли, не са достатъчно изразени, за да се отразят върху посоченото общо впечатление, но се отчитат разлики, които са достатъчно изразени, за да създадат различни общи впечатления (решения от 7 ноември 2013 г., Budziewska/СХВП — Puma (Скачаща котка), T-666/11, непубликувано, EU:T:2013:584, т. 29 и от 29 октомври 2015 г., Roca Sanitario/СХВП — Villeroy & Boch (Едноръкохватков смесител за умивалник), T-334/14, непубликувано, EU:T:2015:817, т. 16).

- 79 Сравняването на общите впечатления, създадени от промишлени дизайни, трябва да се извършва по синтетичен метод и не може да се сведе само до аналитично сравняване на изброени прилики и разлики. Това сравнение трябва да се отнася само до действително защитените елементи, без да се вземат предвид характеристиките, които не са обхванати от закрилата (решение от 7 ноември 2013 г., Скачаща котка, T-666/11, непубликувано, EU:T:2013:584, т. 30).
- 80 При преценката на оригиналността на промишлен дизайн трябва да се има предвид и гледната точка на информирувания потребител. Съгласно съдебната практика понятието „информиран потребител“ по смисъла на член 6 от Регламент № 6/2002 не се отнася нито до производител, нито до търговец на продукта, в който е предвидено да бъде включен промишленият дизайн или към който е предвидено да бъде приложен. Информираният потребител е лице, което е особено бдително и има известни познания за предходното развитие, т.е. за достиженията в областта на промишления дизайн, свързани със съответния продукт, които са станали общодостъпни към датата на подаване на заявката за оспорвания промишлен дизайн или евентуално от датата на претендирувания приоритет (решения от 18 март 2010 г., Изображение на кръгъл рекламен предмет, T-9/07, EU:T:2010:96, т. 62 и от 29 октомври 2015 г., Едноръкохватков смесител за умивалник, T-334/14, непубликувано, EU:T:2015:817, т. 18 и 23).
- 81 Що се отнася до степента на внимание на информирувания потребител, съдът на Съюза е уточнил, че макар информируваният потребител да не е средният потребител, който е относително информиран и в разумни граници наблюдателен и съобразителен и който обичайно възприема промишлените дизайни като едно цяло и не проверява подробно отделните детайли, той не е и експертът или вещото лице, способен или способно да забележи подробно най-малките разлики, които могат да съществуват между конфликтните промишлени дизайни. Така определението „информиран“ подсказва, че без да бъде изобретател или технически експерт, потребителят познава съществуващите в съответния сектор различни промишлени дизайни, има определено равнище на познание относно елементите, които обикновено са включени в тези промишлени дизайни, и поради своя интерес към съответните продукти проявява сравнително висока степен на внимание, когато ги използва (решение от 20 октомври 2011 г., PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, т. 59).
- 82 Законосъобразността на обжалваното решение следва да се прецени с оглед на тези принципи.
- 83 На първо място, следва да се отбележи, че в точка 25 от обжалваното решение апелативният състав определя информирувания потребител като лице, което се занимава с бутилиране при производството на напитки и което се осведомява за релевантните оферти чрез специализирани списания и каталози, както и чрез посещения на специализирани изложения. Страните не оспорват това определение на информирувания потребител и от преписката не личи същото да е погрешно.
- 84 На второ място, апелативният състав приема в точка 27 от обжалваното решение, че по отношение на кутийки за напитки свободата на автора на промишления дизайн е ограничена само доколкото основната цилиндрична форма е установена като стандартна, а кръглата форма на горната покриваща част и на дъното е наложена от тази основна форма. Освен това апелативният състав констатира, че ограниченията относно размера на кутийки за напитки се дължат на вместимостта, която обикновено не надхвърля 500 ml и съответства на количествата, обичайно използвани за продажба на напитки. Според апелативния състав не са налице други ограничения и жалбоподателят не е посочил такива. Апелативният състав приема в точка 27 от обжалваното решение, че свободата на автора на промишления дизайн е била ограничена по отношение на очертанието на основната цилиндрична форма, на гърлото и на дъното на кутийката за напитки. В подкрепа на този извод апелативният състав посочва изображението на кутийка за напитки, използвана за бира с марката „Heineken“, представена от встъпилата страна.

- 85 Тези съображения на апелативния състав, които страните впрочем не оспорват, трябва да се приемат.
- 86 На трето място, апелативният състав сравнява оспорения промишлен дизайн с по-ранните промишлени дизайни.
- 87 В този контекст апелативният състав правилно констатира в точка 29 от обжалваното решение, че оспореният промишлен дизайн показва три кутийки за напитки, без отпечатан текст, в черно и бяло, и че от изображението не може да се установи ясно дали кутийките за напитки имат капак. Апелативният състав правилно приема, че доколкото сравнението може да се извърши само въз основа на общодостъпните характеристики на оспорения промишлен дизайн, очертаването на капака на кутийката за напитки не трябва да се взема предвид при преценката на общото впечатление
- 88 В точка 32 от обжалваното решение апелативният състав правилно констатира, че всички сравнявани промишлени дизайни показват цилиндрична кутийка за напитки с гладки стени, която е леко стеснена както в долната, така и в горната част, така че диаметърът на гърлото и на дъното на кутийката за напитки е малко по-малък.
- 89 В точка 33 от обжалваното решение апелативният състав констатира, че изтъкнатите от жалбоподателя разлики в замисъла на гърлото и на дъното на кутийката за напитки са най-малкото незначителни и не могат да бъдат забелязани с просто око. Според апелативния състав дори в случай че сравняваните промишлени дизайни показват разлики при очертаването на профила на дъното, тези разлики нямат значение за общо впечатление.
- 90 В точка 34 от обжалваното решение апелативният състав приема, че изтъкнатите от жалбоподателя разлики в пропорциите на кутийките за напитки не са забележими и че съотношението между височината и ширината се оказва почти идентично в сравняваните промишлени дизайни. Според апелативния състав, дори информираният потребител да е забелязал разлики в пропорциите, те не се отразяват на общо впечатление. На следващо място апелативният състав приема, че изобразяването на оспорения промишлен дизайн в три размера не доказва наличието на релевантни разлики, доколкото информираният потребител е запознат с обичайната вместимост на кутийките за напитки и в рамките на общото впечатление не отдава значение на свързаните с последната разлики в размера.
- 91 Поради това апелативният състав заключава в точка 35 от обжалваното решение, че оспореният промишлен дизайн не е оригинален.
- 92 Преценката и заключението на апелативния състав не са погрешни. По-специално те не се поставят под въпрос от двете оплаквания на жалбоподателя.
- 93 По отношение на първото оплакване (вж. т. 73 по-горе) следва най-напред да се поясни, че релевантно е не сравнението между изобразените в оспорения промишлен дизайн три кутийки за напитки, които наистина са с различни размери (т.е. различна вместимост), а сравнението между тези три кутийки за напитки и кутийките за напитки, изобразени в по-ранните промишлени дизайни. Освен това следва да се отбележи, че се сравнява общото впечатление, създадено от трите кутийки за напитки, изобразени в оспорения промишлен дизайн, и общото впечатление от кутийките за напитки, изобразени в по-ранните промишлени дизайни, а не отделните характеристики. На следващо място следва да се констатира, че нито конкретните размери, нито конкретните вместимости могат да се установят от изображението на кутийките за напитки в оспорения промишлен дизайн, както впрочем правилно отбелязва апелативният състав в точка 37 от обжалваното решение.

- 94 В този контекст първото оплакване на жалбоподателя е неотнормимо, тъй като, дори да се предположи, че съотношението между височината и ширината не е почти идентично в сравняваните промишлени дизайни, както твърди апелативният състав в точка 34 от обжалваното решение, това обстоятелство не доказва разлика в общото впечатление, създадено у информирувания потребител. Апелативният състав също отбелязва неотнормимостта на този довод, като твърди в точка 34 от обжалваното решение, че дори информируваният потребител да забележи разлики в пропорциите (по-специално в съотношението между височината и ширината), те няма да са от значение за общото впечатление. Това твърдение трябва да се приема с оглед по-специално на съображенията на апелативния състав в точки 32 и 33 от обжалваното решение, които не са погрешни.
- 95 Второто оплакване на жалбоподателя (вж. т. 74 по-горе) също трябва да се отхвърли.
- 96 Всъщност точка 34 от обжалваното решение, в която апелативният състав твърди, че информируваният потребител е запознат с обичайните вместимости за кутийки за напитки и не отдава значение на свързаните с тях разлики в рамките на общото впечатление, трябва да се разглежда във връзка с точка 27 от същото решение, в която апелативният състав твърди, без това да се оспорва, че вместимостта на кутийките за напитки, от която зависи размерът им, обикновено не надвишава 500 ml и съответства на обичайните количества, използвани при продажбата на напитки. Освен това следва да се припомни, че определящият критерий за преценката на оригиналността на оспорения промишлен дизайн е общото визуално впечатление, което той оставя у информирувания потребител, в сравнение с общото визуално впечатление, оставено у последния от по-ранните промишлени дизайни, и че това общо впечатление е резултат от съвкупност от характеристики на промишления дизайн, а не от една отделна характеристика.
- 97 В този контекст, предвид обясненията на апелативния състав в точка 27 от обжалваното решение, както и тези в точки 32 и 33 от същото решение второто оплакване на жалбоподателя трябва да се отхвърли. Всъщност, макар действително лицето, извършващо дейност по бутилиране, което в случая е информируваният потребител, да отчита размера, т.е. вместимостта на дадена кутийка за напитки при упражняването на своята дейност, това не се отразява в настоящия случай върху сравнението между общите впечатления, създадени от сравняваните на промишлени дизайни, предвид факта, че всички кутийки за напитки имат сходни характеристики, както личи от точки 32 и 33 от това решение, и че вместимостите на кутийките за напитки (от които зависи техният размер) са до известна степен стандартизирани, както личи от точка 27 от същото решение.
- 98 За да оспори съображенията на апелативния състав, изложени в точка 34 от обжалваното решение, жалбоподателят се основава главно на една статия в специализирано списание. Според жалбоподателя тази статия показва, че преди въвеждането на „кутийка за напитки „sleek“, изобразена в оспорения промишлен дизайн, са съществували само „кутийки за напитки „standard“ и „кутийки за напитки „slim“ и че поради това въвеждането на „кутийка за напитки „sleek“ представлява иновация. Посочената статия показвала още, че размерът и формата на кутийка за напитки е от особено значение за информирувания потребител.
- 99 Въпросната статия описва произхода на кутийка за напитки „sleek“ и изтъква разликите между диаметъра на тази кутийка за напитки и този на вече съществуващите на пазара кутийки за напитки, а именно кутийки за напитки „standard“ и „slim“. Тази статия обаче не поставя под въпрос съображението на апелативния състав, изложено в точка 34 от обжалваното решение, че информируваният потребител е запознат с обичайните вместимости за кутийки за напитки и не отдава значение на свързаните с тях разлики в размерите в рамките на общото впечатление. Освен това, предвид че тази статия изтъква разликата в диаметъра, която характеризира кутийка за напитки „sleek“ по отношение на кутийките за напитки „standard“ и „slim“, следва да се припомни, че първото оплакване на жалбоподателя относно разликите в пропорциите на

сравняваните кутийки за напитки е неотнормимо (вж. т. 94 по-горе). Всъщност, дори да се допусне, че посочените кутийки за напитки имат различен диаметър, което впрочем не личи от външния им вид, това обстоятелство не показва разлика в общото впечатление, създадено у информирания потребител. На последно място, предвид че в доводите си жалбоподателят поставя ударението върху характеристиката „sleek“ на изображенията в оспорения промишлен дизайн кутийки за напитки, тази характеристика не личи от външния вид на тези кутийки за напитки и съответства по-скоро на концепт с маркетингова цел, както се вижда и от въпросната статия. От това следва, че определението „sleek“ също не представлява характеристика, която може да участва във формирането на общото впечатление у информирания потребител.

100 Въз основа на тези съображения следва да се отхвърли втората част на настоящото основание, а оттам и основанието в неговата цялост. Поради това жалбата трябва да бъде отхвърлена.

По съдебните разноски

101 Съгласно член 134, параграф 1 от Процедурния правилник загубилата делото страна се осъжда да заплати съдебните разноски, ако е направено такова искане. Тъй като жалбоподателят е загубил делото, а EUIPO и встъпилата страна са направили искане в този смисъл, той следва да бъде осъден да заплати съдебните разноски.

102 Освен това встъпилата страна иска жалбоподателя да бъде осъден да заплати разноските, които е направила в производствата пред отдела по отмяна и пред апелативния състав. В това отношение следва да се припомни, че съгласно член 190, параграф 2 от Процедурния правилник необходимите разходи, направени от страните за целите на производството пред апелативния състав, се считат за подлежащи на възстановяване съдебни разноски. Това обаче не се отнася за разноските, направени за целите на производството пред отдела по отмяна (вж. в този смисъл решение от 25 април 2013 г., Кутия на часовник гривна, T-80/10, непубликувано, EU:T:2013:214, т. 164). Поради това искането на встъпилата страна относно разноските, които е направила в рамките на производството пред EUIPO, може да се уважи само относно необходимите разноски, направени за целите на производството пред апелативния състав.

По изложените съображения

ОБЩИЯТ СЪД (първи състав)

реши:

- 1) Допуска Ball Beverage Packaging Europe Ltd да замести Ball Europe GmbH като жалбоподател.
- 2) Отхвърля жалбата.
- 3) Осъжда Ball Beverage Packaging Europe да заплати съдебните разноски, включително необходимите разноски, направени от Crown Hellas Can SA за целите на производството пред апелативния състав на Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO).

Kanninen

Buttigieg

Calvo-Sotelo Ibáñez-Martín

Постановено в открито съдебно заседание в Люксембург на 13 юни 2017 г.

Подписи

