



Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Tercera)

de 6 de junio de 2019*

«Dibujo o modelo comunitario — Procedimiento de nulidad — Dibujo o modelo comunitario registrado que representa un vehículo a motor — Dibujo o modelo comunitario anterior — Causa de nulidad — Falta de carácter singular — Artículos 6 y 25, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) n.º 6/2002»

En el asunto T-209/18,

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, con domicilio social en Stuttgart (Alemania), representada por el Sr. C. Klawitter, abogado,

parte recurrente,

contra

Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), representada por el Sr. S. Hanne, en calidad de agente,

parte recurrida,

y en el que la otra parte en el procedimiento ante la Sala de Recurso de la EUIPO, que actúa como parte coadyuvante ante el Tribunal General, es:

Autec AG, con domicilio social en Núremberg (Alemania), representada por el Sr. M. Krogmann, abogado,

que tiene por objeto un recurso interpuesto contra la resolución de la Tercera Sala de Recurso de la EUIPO de 19 de enero de 2018 (asunto R 945/2016-3), relativa a un procedimiento de nulidad entre Autec y Dr. Ing. h.c. F. Porsche,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Tercera),

integrado por el Sr. S. Frimodt Nielsen, Presidente, y la Sra. N. Póltorak y el Sr. M. E. Perillo (Ponente), Jueces;

Secretaria: Sra. R. Ūkelytė, administradora;

habiendo considerado el escrito de interposición del recurso presentado en la Secretaría del Tribunal General el 22 de marzo de 2018;

visto el escrito de contestación de la EUIPO, presentado en la Secretaría del Tribunal General el 13 de julio de 2018;

* Lengua de procedimiento: alemán.

visto el escrito de contestación de la coadyuvante, presentado en la Secretaría del Tribunal General el 4 de julio de 2018;

vista la decisión de 7 de agosto de 2018 por la que se deniega la incorporación a los autos del escrito de la recurrente de 23 de julio de 2018;

vista la decisión de 23 de agosto de 2018 por la que se deniega la incorporación a los autos del escrito de la recurrente de 13 de agosto de 2018;

vista la decisión de 20 de septiembre de 2018 por la que se deniega la acumulación de los asuntos T-43/18, T-191/18, T-192/18, T-209/18 y T-210/18;

vista la designación de otro Juez para completar la Sala como consecuencia del impedimento de uno de sus miembros;

vista la decisión de 14 de enero de 2019 por la que se deniega la acumulación de los asuntos T-209/18 y T-210/18 a efectos de la fase oral del procedimiento;

celebrada la vista el 12 de febrero de 2019;

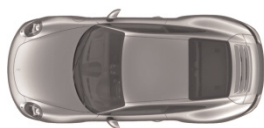
dicta la siguiente

Sentencia

Antecedentes del litigio

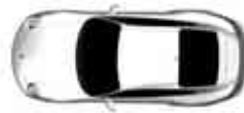
- 1 El 20 de agosto de 2010, la recurrente, Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, presentó una solicitud de registro de un dibujo o modelo comunitario ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO), con arreglo al Reglamento (CE) n.º 6/2002 del Consejo, de 12 de diciembre de 2001, sobre los dibujos y modelos comunitarios (DO 2002, L 3, p. 1).
- 2 El dibujo o modelo comunitario cuyo registro se solicitó se representaba de la siguiente manera (en lo sucesivo, «modelo controvertido» o «modelo de la serie 991 del coche “Porsche 911”»):





- 3 Los productos a los que el modelo controvertido está destinado a aplicarse están comprendidos en la clase 12.08 del Arreglo de Locarno que establece una Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales, de 8 de octubre de 1968, en su versión modificada, y corresponden a la siguiente descripción: «Vehículos a motor».
- 4 El modelo controvertido se publicó en el *Boletín de Dibujos y Modelos Comunitarios* n.º 2010/200, de 6 de septiembre de 2010, con fecha de prioridad de 27 de abril de 2010, y las perspectivas de dicho modelo se publicaron en el *Boletín de Dibujos y Modelos Comunitarios* n.º 2012/172, de 7 de septiembre de 2012.
- 5 El 8 de julio de 2014, la coadyuvante, Autec, presentó ante la EUIPO una solicitud de declaración de nulidad del modelo controvertido. Esta solicitud se formuló en virtud del artículo 25, apartado 1, letra b), del Reglamento n.º 6/2002, en relación con el artículo 4, apartado 1, y los artículos 5 y 6 de este mismo Reglamento.
- 6 En esencia, la coadyuvante consideraba que el modelo de la serie 991 del coche «Porsche 911» no era nuevo ni presentaba un carácter singular, lo que a su juicio impedía su protección. En apoyo de su solicitud, alegó, fundamentalmente, que el modelo controvertido no se distinguía de forma significativa de los demás modelos del coche «Porsche 911» comercializados desde la versión original de 1963.
- 7 A este respecto, la coadyuvante invocó, en particular, los siguientes dibujos o modelos comunitarios:
 - Dibujo o modelo comunitario n.º 735428-0001 (en lo sucesivo, «modelo anterior» o «modelo de la serie 997 del coche “Porsche 911”»), registrado para «vehículos a motor» y publicado el 23 de junio de 2008, que se reproduce de la siguiente forma:





- Dibujo o modelo comunitario n.º 633748-0001, registrado para «automóviles» y publicado el 9 de enero de 2007, que se reproduce de la siguiente forma:





- 8 La coadyuvante también adjuntó a su solicitud de declaración de nulidad diversos artículos de prensa relativos al diseño del coche «Porsche 911».
- 9 Mediante resolución de 10 de mayo de 2016, la División de Anulación de la EUIPO estimó la solicitud de declaración de nulidad y declaró nulo el modelo controvertido por falta de carácter singular.
- 10 El 23 de mayo de 2016, la recurrente interpuso un recurso ante la EUIPO, en virtud de los artículos 55 a 60 del Reglamento n.º 6/2002, contra la resolución de la División de Anulación.
- 11 Mediante resolución de 19 de enero de 2018 (en lo sucesivo, «resolución impugnada»), la Tercera Sala de Recurso de la EUIPO desestimó el recurso debido a la ausencia de carácter singular en el sentido del artículo 6, apartado 1, del Reglamento n.º 6/2002.
- 12 En primer lugar, la Sala de Recurso consideró que, en el caso de los automóviles, la libertad del creador estaba limitada por las características técnicas del producto en cuestión, como las de poseer una carrocería y ruedas, así como por los requisitos legales, en particular, los relativos a la seguridad vial, como, por ejemplo, tener faros, retrovisores y pilotos traseros.
- 13 En segundo lugar, dicha instancia declaró que, por lo que respecta a la concepción de tales características impuestas por la función técnica o por los requisitos legales, en cambio, la libertad del creador, en sí misma, no estaba sometida a ninguna restricción. También precisó que el usuario de los productos en cuestión era el usuario informado de automóviles en general, es decir, una persona que conducía, utilizaba y conocía los modelos de coches disponibles en el mercado.
- 14 En estas circunstancias, la Sala de Recurso consideró que los modelos en conflicto coincidían, en definitiva, en cuanto a sus características esenciales, como la forma o la silueta de su carrocería, de sus puertas y de sus ventanillas.
- 15 En consecuencia, la Sala de Recurso concluyó que la existencia del modelo de la serie 997 del coche «Porsche 911» bastaba para impedir el carácter singular del modelo de la serie 991 de ese mismo coche y que, por tanto, no era necesario proceder al examen del dibujo o modelo comunitario n.º 633748-0001, invocado por la coadyuvante, ni examinar la novedad del modelo controvertido.

Pretensiones de las partes

- 16 La recurrente solicita al Tribunal que:
- Anule la Decisión impugnada.
 - Desestime la solicitud de declaración de nulidad «del dibujo o modelo [...] n.º 198387-0001».
- 17 La EUIPO y la coadyuvante solicitan al Tribunal que:
- Desestime el recurso.
 - Condene en costas a la recurrente.

Fundamentos de Derecho

- 18 En apoyo de su recurso, la recurrente invoca, en esencia, un motivo único, basado en la infracción del artículo 25, apartado 1, letra b), del Reglamento n.º 6/2002, en relación con los artículos 5 y 6 del mismo Reglamento.
- 19 En este contexto, alega, en esencia, que la impresión general que produce el modelo controvertido en el usuario informado de este tipo de coche es diferente de la producida por el modelo anterior, invocado por la coadyuvante en apoyo de su solicitud de declaración de nulidad. En efecto, los dos modelos en conflicto se distinguen, según la recurrente, por «su apariencia exterior» de manera «considerable» y «tan evidente» que la Sala de Recurso no podía considerar, sin incurrir en un error de apreciación, que el modelo controvertido carecía de carácter singular.
- 20 Habiendo resumido este motivo, es preciso recordar que, con arreglo al artículo 25, apartado 1, letra b), del Reglamento n.º 6/2002, un dibujo o modelo comunitario se declarará nulo si no cumple los requisitos previstos en los artículos 4 a 9 del mismo Reglamento.
- 21 A este respecto, el artículo 4, apartado 1, del Reglamento n.º 6/2002 especifica que solo se protegerán como dibujos o modelos comunitarios aquellos dibujos o modelos que sean nuevos y posean un carácter singular.

Sobre la primera parte del motivo único, basada en la infracción del artículo 25, apartado 1, letra b), del Reglamento n.º 6/2002, en relación con el artículo 6 del mismo Reglamento

- 22 Del tenor literal del artículo 6, apartado 1, letra b), del Reglamento n.º 6/2002 se desprende que el carácter singular de un dibujo o modelo comunitario registrado debe apreciarse en primer lugar a la vista de la impresión general que produce en el usuario informado de que se trata [véase la sentencia de 25 de octubre de 2013, Merlin y otros/OAMI — Dusyma (Juego), T-231/10, no publicada, EU:T:2013:560, apartado 28 y jurisprudencia citada]. Asimismo, esta impresión general debe ser diferente de la que produce todo dibujo o modelo hecho público antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o, si se hubiera reivindicado prioridad, antes de dicha fecha de prioridad.
- 23 Además, el artículo 6, apartado 2, del Reglamento n.º 6/2002 especifica que, en la apreciación del carácter singular de que se trata, se debe tener en cuenta el grado de libertad del autor al desarrollarlo.

- 24 Una vez resumidos estos requisitos legales, procede señalar que la jurisprudencia pertinente señala, a este respecto, que el carácter singular de un dibujo o de un modelo debe resultar de una impresión general, desde el punto de vista del usuario informado, de diferencia, o de ausencia de «dépà vu», respecto de cualquier otro dibujo o modelo anterior. Desde esta perspectiva, las diferencias que no sean lo suficientemente marcadas para incidir en esa impresión general no pueden ser tenidas en cuenta, únicamente aquellas diferencias lo suficientemente marcadas para crear impresiones de conjunto disímiles pueden ser determinantes [véase la sentencia de 7 de noviembre de 2013, Budziewska/OAMI — Puma (Felino), T-666/11, no publicada, EU:T:2013:584, apartado 29 y jurisprudencia citada].
- 25 Por consiguiente, a la vista de los criterios que acaban de mencionarse, es preciso analizar si, desde el punto de vista del usuario informado y habida cuenta del grado de libertad de que puede disfrutar el creador del modelo en el presente caso, la impresión general que produce el modelo controvertido difiere de la producida por el modelo anterior.

Sobre el usuario informado

- 26 Por lo que respecta a la interpretación del concepto de usuario informado, en primer lugar, procede considerar que la condición de «usuario informado» supone que la persona de que se trata utilice el producto en el que se haya incorporado el dibujo o modelo de conformidad con la finalidad a la que está destinado este mismo producto. El adjetivo «informado» sugiere además que, sin ser necesariamente un experto técnico, el usuario en cuestión conoce los diferentes dibujos o modelos existentes en el sector de que se trata, dispone de un determinado grado de conocimiento sobre los elementos que normalmente contienen esos dibujos o modelos y, debido a su interés por los productos de que se trata, presta un grado de atención relativamente elevado al utilizarlos [sentencias de 20 de octubre de 2011, PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, apartado 59, y de 28 de septiembre de 2017, Rühland/EUIPO — 8 seasons design (Lámpara con forma de estrella), T-779/16, no publicada, EU:T:2017:674, apartado 19].
- 27 Por lo tanto, debe considerarse que el concepto de usuario informado constituye un concepto intermedio entre el de consumidor medio, aplicable en materia de marcas, al que no se le exige ningún conocimiento específico y que, por lo general, no realiza una comparación directa entre las marcas en pugna, y el experto en el sector, es decir, con amplias competencias técnicas. De este modo, el concepto de usuario informado puede entenderse referido a un usuario que presenta no ya un grado medio de atención, sino un especial cuidado en relación con los productos en cuestión, ya sea debido a su experiencia personal, ya a su amplio conocimiento del sector de que se trate (véase, en este sentido, la sentencia de 20 de octubre de 2011, PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, apartado 53).
- 28 En el presente caso, la Sala de Recurso estimó, en los apartados 19 a 21 de la resolución impugnada, que el usuario informado de los productos afectados por los modelos en conflicto no era el usuario del coche «Porsche 911», sino el de los automóviles en general, que conocía los modelos disponibles en el mercado y prestaba un grado de atención y de interés más elevado. Además, según la Sala de Recurso, sus conocimientos del mercado en cuestión permitían a dicho usuario informado saber, en general, que los fabricantes de automóviles no diseñaban nuevos modelos constantemente, sino que se limitaban, habida cuenta del elevado coste de concepción, a modernizar, al menos en una primera fase, los modelos existentes.
- 29 Para impugnar la apreciación de la Sala de Recurso, la recurrente afirmó, no obstante, tanto en el escrito de interposición del recurso como en la vista, que, en el caso de autos, el usuario informado prestaba un grado de atención más elevado que el admitido por la Sala de Recurso y poseía conocimientos superiores a la media que le llevaban a prestar una atención particular a las diferentes variantes de los modelos del coche «Porsche 911».

- 30 En opinión de la recurrente, esto se debe a que el interés del usuario por los vehículos a los que los modelos en conflicto están destinados a aplicarse y los conocimientos de que dispone sobre el sector comercial de que se trata son particularmente significativos dado que se trata de «limusinas» o de «coches deportivos de lujo», como es precisamente el caso, en el presente asunto, del modelo del coche «Porsche 911», presente en el mercado desde hace décadas. En consecuencia, el usuario informado, contrariamente a lo que estimó la Sala de Recurso, no puede ser una «persona ficticia» o un sujeto indeterminado, sino que debería identificarse «de forma empírica en relación con el producto de que se trata en concreto».
- 31 La EUIPO y la coadyuvante rechazan las alegaciones de la recurrente.
- 32 Una vez resumidas de este modo las imputaciones invocadas por la recurrente, es preciso señalar, en primer lugar, que esta última alega en diversas ocasiones que los productos a los que se refieren los modelos en conflicto únicamente tienen por objeto los «coches deportivos» o las «limusinas», incluso únicamente el coche «Porsche 911», y no, como estimó la Sala de Recurso, los «automóviles» en general o los «vehículos a motor».
- 33 A este respecto, no obstante, procede recordar, primeramente, que, para determinar los productos a los que se aplicará o incorporará un dibujo o modelo, hay que tener en cuenta, en primer lugar, la indicación pertinente que figura en la solicitud de registro [sentencia de 18 de julio de 2017, Chanel/EUIPO — Jing Zhou y Golden Rose 999 (Ornamento), T-57/16, EU:T:2017:517, apartado 41].
- 34 En segundo lugar, se debe tener también en cuenta, en su caso, el propio dibujo o modelo, en la medida en que este permite precisar la naturaleza, el destino o la función del producto. En efecto, dicha consideración puede permitir identificar el producto de que se trata dentro de una categoría de productos más amplia, como la indicada con ocasión del registro [véase, en este sentido, la sentencia de 18 de marzo de 2010, Grupo Promer Mon Graphic/OAMI — PepsiCo (Representación de un soporte promocional circular), T-9/07, EU:T:2010:96, apartado 56].
- 35 Pues bien, aunque es pacífico que el modelo controvertido está destinado a aplicarse a vehículos a motor, el mero calificativo de «coches deportivos» o de «limusinas» aplicado por la recurrente a los productos a los que está destinado a aplicarse el modelo controvertido no puede bastar, en ausencia de precisiones en este sentido, para demostrar que dicho modelo, que representa el de la serie 991 del coche «Porsche 911», permite identificar una categoría concreta de automóviles en el sentido de que dichos vehículos se distinguen de los automóviles en general por su naturaleza, su destino o bien por su función.
- 36 En efecto, por una parte, tal categoría específica no existe en la actual Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales (véase el anterior apartado 3) y, por otra, la propia recurrente solicitó y obtuvo el registro del modelo controvertido para productos de la clase 12.08 y que corresponden a la siguiente descripción: «Automóviles, autobuses y camiones».
- 37 En estas circunstancias, la recurrente tampoco puede reprochar válidamente a la Sala de Recurso haber considerado que el concepto de usuario informado hacía alusión a una «persona ficticia», ya que dicho concepto jurídico, creado precisamente a los efectos del análisis del carácter singular de un dibujo o modelo con arreglo al artículo 6 del Reglamento n.º 6/2002, solo puede definirse de manera general como una referencia a una persona que presente unas cualidades estándar y no de forma individualizada en relación con un modelo u otro (véase, en este sentido, la sentencia de 7 de noviembre de 2013, Felino, T-666/11, no publicada, EU:T:2013:584, apartado 32).
- 38 A este respecto, es cierto que, con el fin de rechazar las alegaciones de la recurrente basadas en la falta de un análisis concreto del usuario informado (véase el anterior apartado 30), la Sala de Recurso se limitó a la definición dada por la jurisprudencia resumida anteriormente, sin explicar, por tanto, en qué sentido el hecho de que determinados modelos se vinieran comercializando desde hacía décadas

no permitía considerar que el usuario de tales modelos, como en el caso del coche «Porsche 911», manifestaba una atención particular y poseía, tal como señala la recurrente, unos conocimientos superiores a la media.

- 39 Sin embargo, dicha circunstancia no puede hacer que la resolución impugnada adolezca de una insuficiencia de motivación, toda vez que la Sala de Recurso indicó precisamente, en el apartado 20 de la resolución impugnada, que, según la jurisprudencia ya mencionada, procedía considerar, en el caso de autos, la categoría de productos y no el producto designado de forma concreta, de manera que no se debía tener en cuenta al usuario informado de un coche «Porsche 911», sino al de los automóviles en general.
- 40 Pues bien, aunque la recurrente no comparta tal análisis, no por ello es menos cierto que, sobre este punto, el razonamiento de la Sala de Recurso se presenta de forma clara e inequívoca, de forma que permite a la recurrente conocer, de forma suficiente con arreglo a Derecho, la justificación de la medida adoptada.
- 41 En consecuencia, la Sala de Recurso también podía, sin incurrir en error de Derecho ni de procedimiento, abstenerse de tomar en consideración, en su apreciación del concepto de usuario informado de los productos a los que estaban destinados los modelos en conflicto, las encuestas de opinión efectuadas entre el público de los coches deportivos, en la medida en que la recurrente pretendiera invocar efectivamente dichas encuestas en apoyo de su argumentación. En todo caso, en el supuesto de que la recurrente pretendiera criticar a la Sala de Recurso por no haber encargado la realización de tales encuestas, dicha imputación no sería pertinente, dado que la atención del usuario típico, definido de forma general, no se puede verificar de forma empírica.
- 42 Asimismo, aun suponiendo que la recurrente también pretendiera alegar la vulneración de su derecho de defensa por no haber podido «aportar prueba en contrario», la mera referencia en el escrito de interposición del recurso a la expresión «encuestas de opinión», así como a artículos periodísticos relativos al «GOLF VIII», no bastan, de forma evidente, para demostrar las alegaciones de la recurrente según las cuales el grado de atención y de conocimientos del usuario informado de coches deportivos son superiores a los manifestados por un usuario de coches en general, pues la recurrente se limitó, a este respecto, a afirmar que el coche «Porsche 911» era «naturalmente» objeto de una atención «considerablemente más importante» que los «vehículos normales», que, según esta, no presentan unas características particulares y son «más o menos intercambiables».
- 43 Por consiguiente, habida cuenta de todo lo anterior, procede desestimar la imputación basada en que la Sala de Recurso incurrió en errores en la definición del concepto de usuario informado.

Sobre la libertad del autor

- 44 De la jurisprudencia aplicable se desprende que el grado de libertad del autor se define sobre la base, concretamente, de los imperativos vinculados a las características impuestas por la función técnica del producto en cuestión o por las prescripciones legales aplicables a dicho producto. En efecto, estos imperativos llevan, o incluso obligan, a una cierta normalización de determinados componentes de los productos de que se trata, que entonces pasan a ser comunes, incluso inevitables, a diversos dibujos o modelos aplicados al producto de que se trata [sentencia de 10 de septiembre de 2015, H&M Hennes & Mauritz/OAMI — Yves Saint Laurent (Bolsos), T-525/13, EU:T:2015:617, apartado 28; véase, también, la sentencia de 15 de octubre de 2015, Promarc Technics/OAMI — PIS (Parte de una puerta), T-251/14, no publicada, EU:T:2015:780, apartado 51 y jurisprudencia citada].
- 45 Por consiguiente, cuanto más grande sea la libertad del autor en el desarrollo de un dibujo o modelo, menos bastarán las diferencias menores entre los dibujos o modelos en conflicto para producir, en el usuario informado, impresiones generales diferentes. Al contrario, cuando más restringida sea la

libertad del autor en el desarrollo de un dibujo o modelo, en particular debido a los imperativos antes mencionados, más capacidad tendrán las diferencias menores entre los dibujos o modelos en conflicto para producir impresiones generales diferentes en esta categoría de usuarios.

- 46 Así pues, un alto grado de libertad del autor en el desarrollo de un dibujo o modelo refuerza la conclusión según la cual los dibujos o modelos que no presentan unas diferencias significativas producen una misma impresión general en el usuario informado (véase la sentencia de 15 de octubre de 2015, Parte de una puerta, T-251/14, no publicada, EU:T:2015:780, apartado 52 y jurisprudencia citada).
- 47 No obstante, es preciso señalar que el factor relativo a la libertad del autor no puede condicionar por sí solo la apreciación del carácter singular de un dibujo o modelo, si bien constituye, en cambio, un elemento que debe tenerse en cuenta en dicha apreciación.
- 48 En este contexto, la libertad del autor es un factor que más bien permite matizar la apreciación del carácter singular del dibujo impugnado, y no un factor autónomo que define la distancia requerida entre dos dibujos o modelos para que uno de ellos pueda invocar un carácter singular. Dicho de otro modo, el factor relativo al grado de libertad del autor puede apoyar o, *a contrario*, matizar la conclusión a que se llegue respecto de la impresión general que produce cada dibujo o modelo controvertido [véase, en este sentido, la sentencia de 10 de septiembre de 2015, H&M Hennes & Mauritz/OAMI — Yves Saint Laurent (Bolsos), T-526/13, no publicada, EU:T:2015:614, apartados 33 y 35].
- 49 En definitiva, el dibujo o modelo no puede considerarse como constitutivo, en sí mismo, de una reproducción de un dibujo o modelo anterior o un mero desarrollo figurativo de la idea original reproducida por primera vez en este (véase la sentencia de 18 de julio de 2017, Ornamento, T-57/16, EU:T:2017:517, apartado 32 y jurisprudencia citada).
- 50 En el caso de autos, la Sala de Recurso consideró que, en lo referente a los automóviles, la libertad del autor se veía limitada por la función técnica de dichos vehículos, que están destinados al transporte de personas y de mercancías y que implica necesariamente, por ejemplo, la presencia de ruedas, así como de una carrocería. La Sala de Recurso también consideró que la libertad del autor estaba limitada por los requisitos legales, en particular en materia de seguridad vial, como, por ejemplo, la presencia obligatoria de faros, pilotos traseros o retrovisores laterales. La Sala de Recurso estimó, en cambio, que la libertad del autor en lo referente a la concepción de estos componentes, impuestos por el destino de estos medios de transporte, así como por las disposiciones legales de seguridad que es obligatorio respetar, no estaba sujeta a ninguna restricción.
- 51 Para impugnar esta apreciación, la recurrente sostiene, no obstante, que en el presente caso la libertad del autor se ve limitada por las expectativas del mercado, dado que los consumidores, en su opinión, esperan que se preserve la «idea original» o la matriz original del coche «Porsche 911», percibida como «icónica», en los modelos posteriores y que, en consecuencia, esta solo se desarrolle dentro de determinados límites. Por lo tanto, a su juicio, la Sala de Recurso debería haber «reconocido y ponderado», en el marco de su análisis jurídico, las pequeñas diferencias existentes entre las sucesivas series del coche «Porsche 911».
- 52 La EUIPO y la coadyuvante rechazan los argumentos de la recurrente.
- 53 A este respecto, para empezar, es preciso reconocer que la argumentación de la recurrente parte de la premisa de que el grado de libertad del autor para apreciar el carácter singular del modelo controvertido debe tener en cuenta las características propias del modelo en sí mismo y no las características de los productos a los que está destinado a aplicarse.

- 54 Sin embargo, como ya se ha indicado en el anterior apartado 34, esto solo puede ser cierto en la medida en que el modelo controvertido precise la naturaleza, el destino o la función del producto al que dicho dibujo o modelo está destinado a aplicarse, lo que no sucede en el presente caso, precisamente por las razones mencionadas en el anterior apartado 35. En consecuencia, a la vista de la jurisprudencia citada en los anteriores apartados 45 y 46, en el caso de autos no se trata de apreciar el grado de libertad del autor de la serie 991 del coche «Porsche 911», sino el de un autor de automóviles en general.
- 55 Por lo tanto, la Sala de Recurso podía legítimamente considerar que la alegación de la recurrente no era pertinente y, en consecuencia, no tenerla en cuenta para apreciar el grado de libertad del autor en su examen del carácter singular del dibujo o modelo controvertido.
- 56 En cualquier caso, el grado de libertad del autor, en el sentido del artículo 6 del Reglamento n.º 6/2002, se define, de conformidad con la jurisprudencia resumida en el anterior apartado 44, sobre la base de los imperativos que pueden llevar a una normalización de determinados componentes de los productos a los que está destinado a aplicarse el dibujo o modelo de que se trata, a saber, imperativos de naturaleza esencialmente normativa que se imponen de forma objetiva, y *ex lege*, a todos los autores de dibujos o modelos destinados a aplicarse a los productos afectados.
- 57 Pues bien, las expectativas de los consumidores invocadas por la recurrente, en el sentido de reconocer la «idea original» o la matriz del modelo inicial del coche «Porsche 911» en las series posteriores, no pueden constituir un imperativo normativo que limite necesariamente la libertad de un autor de automóviles, en la medida en que no están vinculadas a la naturaleza ni al destino de ese producto que incorpora el modelo controvertido ni tampoco al sector industrial al que pertenece dicho producto.
- 58 Al contrario, en palabras de la propia recurrente, estas expectativas se refieren únicamente al carácter «icónico» del diseño del coche «Porsche 911», es decir, a la supuesta voluntad de los consumidores de permanecer fieles a este diseño a lo largo del tiempo, sin que su autor, con independencia de consideraciones estéticas o comerciales, esté necesariamente obligado a respetarlas para garantizar el funcionamiento del producto al que el modelo en cuestión está destinado a aplicarse.
- 59 De este modo, ha sido posible declarar que una tendencia general en materia de diseño, que puede responder a las expectativas de los consumidores interesados, no podía considerarse un factor de limitación de la libertad del autor [véase, en este sentido, la sentencia de 17 de noviembre de 2017, Ciarko/EUIPO — Maan (Campana extractora de cocina), T-684/16, no publicada, EU:T:2017:819, apartados 29 y 30 y jurisprudencia citada], en la medida en que dicha libertad permite al autor descubrir formas o líneas nuevas o innovar en el marco de una tendencia figurativa ya existente [sentencia de 13 de noviembre de 2012, Antrax It/OAMI — THC (Radiadores de calefacción), T-83/11 y T-84/11, EU:T:2012:592, apartado 95].
- 60 A este respecto, por lo tanto, la Sala de Recurso, contrariamente a lo que sostiene la recurrente, podía remitirse válidamente a tal jurisprudencia para desestimar la imputación de esta última y excluir, en su análisis de la libertad del autor a la hora de desarrollar el modelo controvertido, la consideración de las particularidades del coche «Porsche 911».
- 61 Por lo tanto, en estas circunstancias, la Sala de Recurso consideró acertadamente que no procedía tener en cuenta las expectativas potenciales del mercado para definir el grado de libertad del autor en el caso de autos.
- 62 Asimismo, la recurrente no puede impugnar dicha conclusión haciendo referencia a una sentencia del Oberlandesgericht Stuttgart (Tribunal Superior Regional de lo Civil y Penal de Stuttgart, Alemania). En efecto, la legalidad de las resoluciones de las Salas de Recurso debe apreciarse únicamente a la luz del Reglamento n.º 6/2002, tal y como ha sido interpretado por el juez de la Unión, y no de la

jurisprudencia nacional, aun en el supuesto, por lo demás, de que esta estuviera basada en disposiciones análogas a las de dicho Reglamento [véase, en este sentido, la sentencia de 4 de julio de 2017, Murphy/EUIPO — Nike Innovate (Reloj electrónico de pulsera), T-90/16, no publicada, EU:T:2017:464, apartado 72 y jurisprudencia citada].

- 63 Por la misma razón, la recurrente tampoco puede imponer a la EUIPO las consideraciones que figuran en el Libro Verde de la Comisión sobre la protección jurídica del diseño industrial, aun suponiendo que tal documento pueda ser jurídicamente vinculante.

Sobre la comparación de las impresiones generales que producen los dibujos o modelos en conflicto

- 64 La Sala de Recurso estimó que el modelo controvertido no producía, en el usuario informado, una impresión general diferente de la producida por el modelo anterior. En efecto, consideró que las perspectivas de estos dos modelos coincidían en cuanto a sus formas y a la silueta de sus carrocerías, en particular en lo referente a las dimensiones y las proporciones, la forma y la disposición de sus ventanillas y de sus puertas, a la forma del capó trasero, del alerón trasero, así como a la forma y a la disposición de sus faros delanteros. La Sala de Recurso concluyó sobre la base de lo anterior que las ligeras diferencias que aparecían sobre las perspectivas frontales y traseras de estos dos modelos, en particular en la convexidad del capó delantero, la forma de los retrovisores exteriores, la forma y la disposición de los pilotos traseros, o también la configuración del parachoques trasero o la forma del tubo de escape, no podían considerarse características suficientemente marcadas para incidir significativamente en la impresión general producida en el usuario informado.
- 65 Por su parte, con el fin de impugnar la referida apreciación de la Sala de Recurso, la recurrente afirma, con carácter preliminar, que esta incurrió en diversos errores de Derecho o de procedimiento en el análisis del carácter singular del modelo controvertido.
- 66 Así pues, en su opinión, la Sala de Recurso debería haber tenido en cuenta la presentación del producto en la publicidad y en las reproducciones fotográficas unidas a los autos, que a su juicio ilustran situaciones de uso concreto de este producto y no solamente las perspectivas presentadas en apoyo de las solicitudes de registro y de declaración de nulidad. Según la recurrente, tales elementos permiten, en efecto, acreditar la utilización del producto conforme a su destino, que la Sala de Recurso debería haber tenido en cuenta en el marco de una comparación directa de los modelos en conflicto.
- 67 A continuación, la recurrente reprocha a la Sala de Recurso no haber tenido en cuenta las particularidades del comportamiento de compra del usuario informado y, especialmente, el hecho de que, como comprador potencial, dicho usuario prestará necesariamente atención a las diferencias, incluso si son mínimas, entre las series de un mismo modelo, en la medida en que está informado a través de la publicidad y los medios de lo que ofrece el mercado y de las tendencias de la moda y, por consiguiente, de lo que distingue al modelo de un coche recién llegado de los modelos anteriores. Por tanto, al tratarse en el presente caso de comparar productos similares, a su entender hay que apreciar el carácter singular del modelo controvertido teniendo en cuenta las exigencias del mercado.
- 68 Asimismo, la recurrente considera que la Sala de Recurso incurrió en un error de Derecho al haber planteado, con el fin de reconocer el carácter singular de un dibujo o modelo, unas «exigencias sustancialmente más elevadas» que las requeridas por la jurisprudencia a la hora de apreciar la novedad de dicho dibujo o modelo. En efecto, tal novedad se admite, según la recurrente, incluso cuando las diferencias entre el modelo controvertido y el modelo anterior, sin ser insignificantes, pueden considerarse mínimas.

- 69 Por último, la recurrente considera que la Sala de Recurso no realizó un análisis global, sino que adoptó un punto de vista «más bien técnico y fragmentado», limitándose a establecer las coincidencias y las diferencias entre los modelos en conflicto sin llevar a cabo, en definitiva, una comparación de las impresiones generales derivadas de estos.
- 70 La EUIPO y la coadyuvante rechazan todas estas alegaciones.
- 71 A este respecto, con carácter preliminar, es preciso señalar que de la jurisprudencia aplicable en la materia se desprende que la comparación de las impresiones generales producidas por los dibujos o modelos debe ser sintética y no puede limitarse a la comparación analítica de una enumeración de similitudes y de diferencias [sentencia de 29 de octubre de 2015, Roca Sanitario/OAMI — Villeroy & Boch (Grifo monomando), T-334/14, no publicada, EU:T:2015:817, apartado 58].
- 72 Por consiguiente, a los efectos del examen del carácter singular de un modelo, ha de llevarse a cabo una comparación entre, por una parte, la impresión general producida por el dibujo o modelo comunitario controvertido y, por otra parte, la impresión general producida por cada uno de los dibujos o modelos anteriores invocados válidamente por el solicitante de la nulidad [sentencia de 22 de junio de 2010, Shenzhen Taiden/OAMI — Bosch Security Systems (Equipo de comunicación), T-153/08, EU:T:2010:248, apartado 24].
- 73 Asimismo, esta comparación debe referirse únicamente a los elementos efectivamente protegidos, sin tomar en consideración las características excluidas de la protección. Así pues, dicha comparación debe referirse a los dibujos o modelos tal como se han registrado, sin que se pueda exigir al solicitante de la nulidad una representación gráfica del dibujo o modelo invocado que sea comparable con la representación que figura en la solicitud de registro del dibujo o modelo controvertido (véase la sentencia de 7 de noviembre de 2013, Felino, T-666/11, no publicada, EU:T:2013:584, apartado 30 y jurisprudencia citada).
- 74 La obligación de comparar las impresiones generales producidas por los dibujos o modelos en conflicto no descarta, no obstante, que puedan tomarse en consideración elementos que fueron hechos públicos de distintas maneras, en particular, mediante la presentación de un producto que incorpora el dibujo o modelo registrado.
- 75 En efecto, el objetivo del registro de un dibujo o modelo es obtener un derecho exclusivo, concretamente sobre la fabricación y la comercialización del producto que lo incorpora, lo que implica que las representaciones que figuran en la solicitud de registro están, por regla general, estrechamente vinculadas a la apariencia del producto comercializado (sentencia de 22 de junio de 2010, Equipo de comunicación, T-153/08, EU:T:2010:248, apartado 25).
- 76 En este contexto, no obstante, la consideración, aun como ejemplo a los efectos de dicha comparación, de los productos efectivamente comercializados solo es válida en la medida en que los productos correspondan a los dibujos o modelos tal como se registraron (véase, en este sentido, la sentencia de 20 de octubre de 2011, PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, apartados 73 y 74).
- 77 Una vez resumidos estos precedentes jurisprudenciales, procede señalar, en primer lugar, que, tal como se desprende del apartado 30 de la resolución impugnada, la Sala de Recurso consideró que la impresión general producida por el modelo controvertido, tal como aparecía representado en la prensa especializada invocada por la recurrente, no estaba confirmada en relación con las perspectivas de este modelo unidas a los autos.
- 78 Del mismo modo, y contrariamente a lo que sugiere la recurrente, la Sala de Recurso realizó una comparación directa entre la impresión general producida por el modelo controvertido y la producida por el modelo anterior, tal como se desprende del apartado 23 de la resolución impugnada. A este

respecto, tampoco se puede afirmar que tal comparación se llevara a cabo sin tener en cuenta el uso del producto en cuestión de conformidad con su destino, pues la Sala de Recurso indicó expresamente, en el apartado 21 de la resolución impugnada, que el usuario informado era el que conducía y utilizaba automóviles.

- 79 Asimismo, la recurrente tampoco puede sostener válidamente que la Sala de Recurso no tuviera en cuenta las circunstancias particulares del mercado de que se trata. En realidad, dicha Sala también precisó, en el mismo apartado 21 de la resolución impugnada, que se debía considerar que dicho usuario no podía desconocer el hecho de que los fabricantes no concebían nuevos modelos de forma constante, debido a su elevado coste, sino que preferían modernizar con regularidad los modelos existentes, en particular cuando habían sido apreciados en el mercado pertinente por los usuarios informados, ya que tal gestión de los modelos permitía, a la vez, seguir las tendencias generales de la moda sin abandonar, por otro lado, las características típicas de cada modelo de coche en cuestión.
- 80 En segundo lugar, por lo que respecta al error de Derecho que la recurrente afirma que cometió la Sala de Recurso al haber planteado, en cuanto al reconocimiento del carácter singular del modelo controvertido, unas «exigencias sustancialmente más elevadas» que las imprescindibles para reconocer la «novedad» de este último, procede señalar que, aun cuando la condición de novedad exigida por el artículo 5 del Reglamento n.º 6/2002 y la del carácter singular definida en el artículo 6 del mismo Reglamento pueden solaparse en cierta medida, tal como señaló acertadamente la recurrente en la vista, estas dos condiciones no pueden confundirse desde el punto de vista jurídico, dado que el respeto de estas últimas se refiere a dos causas de nulidad distintas, que responden, en consecuencia, a criterios jurídicamente distintos.
- 81 En efecto, del artículo 5, apartado 2, del Reglamento n.º 6/2002 se desprende que se considera que dos dibujos o modelos son idénticos cuando sus características difieren tan solo en detalles insignificantes, es decir, en detalles que no dan lugar a la constatación de diferencias, siquiera mínimas, entre dichos dibujos o modelos. *A sensu contrario*, para determinar si un dibujo o modelo cumple el requisito de la novedad, será preciso comprobar si existen diferencias entre los dibujos o modelos antiguos y los nuevos que, aun siendo mínimas, no resultan insignificantes [sentencia de 6 de junio de 2013, Kastenholz/OAMI — Qwatchme (Esferas de reloj de pulsera), T-68/11, EU:T:2013:298, apartado 37].
- 82 Por consiguiente, el tenor literal y el alcance del artículo 6, tal como se ha citado en el anterior apartado 22, no se corresponden con los del artículo 5 del Reglamento n.º 6/2002, como, no obstante, pretende afirmar la recurrente, interpretando además de forma errónea la sentencia de 6 de junio de 2013, Esferas de reloj de pulsera (T-68/11, EU:T:2013:298). Por lo tanto, un dibujo o modelo podrá considerarse nuevo en el sentido del artículo 5 del Reglamento n.º 6/2002 aunque no presente un carácter singular en el sentido del artículo 6 del referido Reglamento [véase, en este sentido, la sentencia de 14 de marzo de 2018, Gifi Diffusion/EUIPO — Crocs (Zapatos), T-424/16, no publicada, EU:T:2018:136, apartado 48].
- 83 De lo anterior se desprende que el hecho de que la Sala de Recurso rechazara por «insuficientes» las diferencias que, aun considerándolas mínimas, no podían calificarse de anodinas no puede censurarse como un error de Derecho.
- 84 También, dado que la recurrente no ha precisado las «exigencias sustancialmente más elevadas» que, a su entender, aplicó la Sala de Recurso, la imputación de que se trata no puede prosperar.
- 85 En definitiva, contrariamente a lo que sostiene la recurrente, la Sala de Recurso realizó efectivamente, y de forma adecuada, un examen de todos los elementos de diferencia y de similitud entre los modelos en conflicto al comparar la impresión general producida por el modelo controvertido y la producida en el usuario informado por el modelo anterior.

- 86 Además, la Sala de Recurso no se limitó a analizar las perspectivas frontales y traseras de los dos modelos en conflicto, «consideradas de forma individual», sino que también las analizó de forma «conjunta», tal como se desprende del apartado 29 de la resolución impugnada, para concluir que las diferencias que aparecían en estas perspectivas no podían influir significativamente en la impresión general producida en el usuario informado. Por lo tanto, la imputación en cuestión carece también de base fáctica.
- 87 Asimismo, la comparación entre las perspectivas laterales del modelo controvertido, tal como están registradas y tal como se aportaron en apoyo de la solicitud de declaración de nulidad, tampoco permite confirmar, como aduce la recurrente, que los faros principales del modelo controvertido están «abombados hacia el exterior» y difieren «claramente» de los faros principales del modelo anterior, ni que los tiradores de las puertas fueron «totalmente remodelados». En efecto, las perspectivas laterales, que presentan la silueta de cada modelo en su conjunto, no permiten percibir con precisión, ni «de forma clara» los modelos en conflicto con tal nivel de detalle.
- 88 Aun suponiendo que tales diferencias puedan ser detectadas por el usuario informado, en todo caso no pueden ser suficientemente marcadas para poner en tela de juicio, por sí solas, la apreciación de la Sala de Recurso. En efecto, según esta instancia, todas las perspectivas de los modelos de que se trata, y no solamente las perspectivas laterales, revelan que estos modelos coinciden en su forma y en la silueta de su carrocería, tanto en cuanto a las dimensiones y a las proporciones como a la forma y la disposición de las ventanillas y las puertas.
- 89 Cabe decir lo mismo del argumento según el cual también los faros antiniebla difieren entre los dos modelos o que, en el modelo controvertido, el retrovisor había sido desplazado hacia atrás y actualmente estaba fijado directamente sobre las puertas. Además, contrariamente a lo que afirma la recurrente, las ruedas del modelo controvertido no son más grandes hasta el punto de modificar la perspectiva lateral de los modelos en conflicto. Por último, la forma y la posición de los intermitentes son ampliamente comparables de un modelo a otro.
- 90 Asimismo, en lo referente, por una parte, a la comparación de las perspectivas traseras, es cierto, tal como reconoció la EUIPO en la vista y tal como indicó la Sala de Recurso en el apartado 28 de la resolución impugnada, que estas presentan ciertas diferencias, en particular en cuanto a la forma o a la disposición de los pilotos traseros, de los parachoques, del tubo de escape o bien, tal como acertadamente señala la recurrente, del alerón o del capó trasero.
- 91 Por otra parte, por lo que respecta a la comparación de las perspectivas frontales, sin duda también es cierto que la convexidad del capó delantero es más pronunciada en el modelo de la serie 991 que en el de la serie 997 del coche «Porsche 911», «de forma que la parte delantera parece más plana y más amplia en conjunto», tal como, por otro lado, señaló la Sala de Recurso en el apartado 27 de la resolución impugnada.
- 92 Si bien todas estas diferencias, y otras también señaladas por la recurrente, pueden reforzar la impresión de una renovación en cuanto a los detalles, estas no parecen, no obstante, lo suficientemente marcadas para poner en entredicho la impresión de similitud general existente entre las perspectivas de estos modelos, habida cuenta, en particular, de la gran similitud de la estructura general de los modelos en conflicto, que coinciden en gran medida en sus formas y sus siluetas respectivas.
- 93 Por último, y por las razones ya mencionadas en los anteriores apartados 62 y 63, la recurrente no puede invocar válidamente, en apoyo de sus alegaciones, la jurisprudencia del Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo de lo Civil y Penal, Alemania) o del Oberlandesgericht Düsseldorf (Tribunal Superior Regional de lo Civil y Penal de Düsseldorf, Alemania), ni tampoco el Libro Verde de la Comisión sobre la protección jurídica del diseño industrial.

- 94 En estas circunstancias, y puesto que, contrariamente a lo que afirmaba la recurrente, la Sala de Recurso consideró de manera objetiva el conjunto de las diferencias entre los modelos en conflicto, tal como se desprende de los apartados 26 a 28 de la resolución impugnada, dicha instancia pudo concluir en el apartado 29 de la resolución impugnada, sin incurrir en un error de apreciación, que, consideradas de forma individual o conjunta, todas las diferencias existentes entre las múltiples perspectivas de los modelos en conflicto eran demasiado pequeñas para poder incidir de forma significativa en la impresión general producida en el usuario informado, dado que dicha impresión está dominada por las características esenciales de los referidos modelos, que son la forma de la carrocería, de las puertas o de las ventanillas.
- 95 A este respecto, la recurrente no puede invocar válidamente artículos de la prensa especializada o la opinión de jurados en el ámbito del diseño para impugnar tal conclusión, dado que se trata de apreciar la impresión general desde el punto de vista del usuario informado, que, si bien conoce diferentes modelos o dibujos en el sector comercial en cuestión y dispone de determinados conocimientos que le permiten prestar un nivel de atención relativamente elevado, no es ni un experto técnico ni un especialista del diseño.
- 96 Así pues, el hecho, en particular, de que el jurado del «Red Dot Award: Product Design 2012» señalara que la forma del modelo controvertido era «completamente nueva» o que las «proporciones [se habían] modificado de forma significativa» no puede invocarse válidamente para rebatir la apreciación que hizo la Sala de Recurso del carácter singular de dicho dibujo en relación con los requisitos establecidos en el artículo 6 del Reglamento n.º 6/2002. Por lo demás, la coadyuvante hizo constar artículos de prensa que llegaban a la conclusión contraria a la que pretende invocar la recurrente y según los cuales, en particular, el antiguo presidente del consejo de administración de la recurrente declaró que esta pretendía poner en valor «la silueta, que sigue siendo la misma, adaptándola a las tendencias actuales».
- 97 Habida cuenta de todo lo anterior, procede desestimar la primera parte del motivo único.

Sobre la segunda parte del motivo único, basada en la infracción del artículo 25, apartado 1, letra b), del Reglamento n.º 6/2002, en relación con el artículo 5 del mismo Reglamento

- 98 La recurrente sostiene que el dibujo o modelo controvertido debe considerarse nuevo en el sentido del artículo 5 del Reglamento n.º 6/2002.
- 99 Sin embargo, es preciso señalar que tal alegación, en cualquier caso, es inoperante en el presente litigio, toda vez que la Sala de Recurso no aplicó dicha disposición, al haber podido estimar, con razón, que el análisis de la novedad del modelo controvertido no era necesario, en la medida en que la falta de carácter singular bastaba para impedir su protección, con arreglo al artículo 4, apartado 1, del Reglamento n.º 6/2002.
- 100 Habida cuenta de lo anterior, procede desestimar la segunda parte del motivo único y, por tanto, el recurso en su totalidad.

Costas

- 101 A tenor del artículo 134, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal General, la parte que haya visto desestimadas sus pretensiones será condenada en costas si así lo hubiera solicitado la otra parte.
- 102 Al haber sido desestimadas las pretensiones de la recurrente en el presente caso, procede condenarla en costas, conforme a lo solicitado por la EUIPO y la coadyuvante.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Tercera)

decide:

- 1) **Desestimar el recurso.**
- 2) **Condenar en costas a Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG.**

Frimodt Nielsen

Póltorak

Perillo

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 6 de junio de 2019.

Firmas