



Zbornik sudske prakse

PRESUDA OPĆEG SUDA (osmo vijeće)

13. lipnja 2019.*

„Dizajn Zajednice – Postupak za proglašavanje dizajna ništavim – Registrirani dizajn Zajednice koji predstavlja informativnu ploču za vozila – Raniji dizajn – Dokaz o otkrivanju – Članak 7. Uredbe (EZ) br. 6/2002 – Razlog ništavosti – Nedostatak individualnog karaktera – Upućeni korisnik – Stupanj slobode dizajnera – Nepostojanje različitog ukupnog dojma – Članak 6. i članak 25. stavak 1. točka (b) Uredbe br. 6/2002”

U predmetu T-74/18,

Visi/one GmbH, sa sjedištem u Remscheidu (Njemačka), koji zastupaju H. Bourree i M. Bartz, odvjetnici,

tužitelj,

protiv

Ureda Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO), koji zastupaju S. Hanne i D. Walicka, u svojstvu agenata,

tuženika,

a druga stranka u postupku pred žalbenim vijećem EUIPO-a bio je

EasyFix GmbH, sa sjedištem u Beču (Austrija),

povodom tužbe protiv odluke trećeg žalbenog vijeća EUIPO-a od 4. prosinca 2017. (predmet R 1424/2016-3) koja se odnosi na postupak za proglašavanje dizajna ništavim između društava EasyFix i Visi/one,

OPĆI SUD (osmo vijeće),

u sastavu: A. M. Collins, predsjednik, M. Kancheva (izvjestiteljica) i G. De Baere, suci,

tajnik: E. Hendrix, administrator,

uzimajući u obzir tužbu podnesenu tajništvu Općeg suda 6. veljače 2018.,

uzimajući u obzir odgovor na tužbu podnesen tajništvu Općeg suda 25. travnja 2018.,

uzimajući u obzir pisano pitanje Općeg suda tužitelju i da je odgovor na to pitanje podnesen tajništvu Općeg suda 4. siječnja 2019.,

* Jezik postupka: njemački

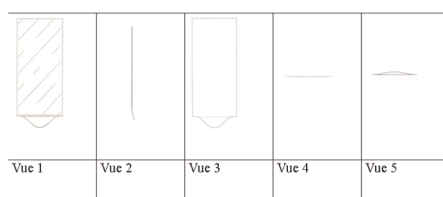
nakon rasprave održane 7. veljače 2019.,

donosi sljedeću

Presudu


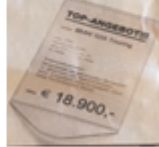
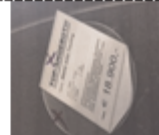

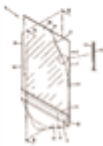
Okolnosti spora

- 1 Tužitelj, Visi/one GmbH je 28. studenoga 2013. zatražio i dobio kod Ureda Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO), na temelju Uredbe Vijeća (EZ) br. 6/2002 od 12. prosinca 2001. o dizajnu Zajednice (SL 2002., L 3, str. 1.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 24., str. 45.), registraciju, pod brojem 1391114 – 0001, dizajna Zajednice prikazanog u sljedećim pogledima (u daljnjem tekstu: osporavani dizajn):



- 2 Osporavani dizajn namijenjen je primjeni na „informativnim pločama za vozila” iz razreda 20-03 u smislu Sporazuma iz Locarna kojim se ustanovljuje Međunarodna klasifikacija za industrijski dizajn od 8. listopada 1968., kako je izmijenjen. Osporavani dizajn objavljen je u Službenom glasniku dizajna Zajednice br. 2014/026 od 10. veljače 2014.
- 3 EasyFix GmbH je 27. srpnja 2015. podnio zahtjev za proglašavanje osporavanog dizajna ništavim na temelju članka 25. stavka 1. točke (b) Uredbe br. 6/2002, u vezi s člancima 5. i 6. iste uredbe, s obrazloženjem da taj dizajn nije nov i da nema individualni karakter.

- 4 U prilogima A do E zahtjevu za proglašavanje ništavosti EasyFix je među ostalim podnio dokumente koje je EUIPO opisao kako slijedi:

Annexe	Brève description	Illustration
A	Extrait d'internet, http://www.eichner-org.de , concernant des panneaux de vente, imprimé le 20 juillet 2015	
B	Catalogue de l'autre partie de l'année 2010/11	
C	Copie d'un catalogue d'une entreprise tierce de 2011 (extraits)	
D	Extrait d'internet, http://www.eichner-org.de , concernant des panneaux de vente, imprimé le 20 juillet 2015	
E	Copie du document concernant le modèle d'utilité	

- 5 Odlukom od 3. lipnja 2016. Odjel za poništaje prihvatio je zahtjev za proglašavanje ništavosti osporavanog dizajna zbog nepostojanja individualnog karaktera.
- 6 Tužitelj je 3. kolovoza 2016. EUIPO-u podnio žalbu protiv odluke Odjela za poništaje na temelju članka 55. do 60. Uredbe br. 6/2002.
- 7 Odlukom od 4. prosinca 2017. (u daljnjem tekstu: pobijana odluka) treće žalbeno vijeće EUIPO-a odbilo je žalbu. Ono je u biti smatralo da osporavani dizajn nema individualni karakter. Kao prvo, utvrdilo je da se dokumentima u prilogima A do E zahtjeva za proglašavanje žiga ništavim dokazalo otkrivanje ranijeg dizajna. Kao drugo, navelo je da su upućeni korisnici suprotstavljenih dizajna bili trgovci koji su željeli označivati svoje proizvode kao i osobe odgovorne za nabavu u poduzećima, koje su kupovale takve tablice za prikaz cijena. Kao treće, smatralo je da je sloboda dizajnera u razvoju „informativnih ploča za vozila” bila velika i u pogledu oblika i u pogledu korištenog materijala. Kao četvrto, istaknulo je da su razlike između dizajna bile minimalne i nisu mijenjale opći dojam koji su oni ostavljali.

Zahtjevi stranaka

- 8 Nakon pojašnjenja svojih tužbenih zahtjeva u zapisniku s rasprave, tužitelj od Općeg suda zahtijeva da:
- poništi pobijanu odluku;
 - intervenijentu naloži snošenje troškova postupka uključujući troškove nastale tijekom postupka pred žalbenim vijećem.
- 9 EUIPO od Općeg suda zahtijeva da:
- odbije tužbu;
 - naloži tužitelju snošenje troškova.

Pravo

- 10 U prilog osnovanosti tužbe tužitelj ističe četiri tužbena razloga, od kojih se prvi temelji na pogrešnoj ocjeni dokaza koji se odnose na otkrivanje „ranijeg dizajna”, kršenjem članka 7. stavka 1. Uredbe br. 6/2002, drugi na povredi prava na saslušanje, u skladu s člankom 62. drugom rečenicom te uredbe, treći na povredi obveze obrazlaganja, u skladu s člankom 62. prvom rečenicom te uredbe i četvrti na pogrešnoj ocjeni individualnog karaktera osporavanog dizajna, kršenjem članka 6. i članka 25. stavka 1. točke (b) navedene uredbe.

Prvi tužbeni razlog, koji se temelji na pogrešnoj ocjeni dokaza koji se odnose na otkrivanje „ranijeg dizajna” kršenjem članka 7. stavka 1. Uredbe br. 6/2002

- 11 U okviru prvog tužbenog razloga tužitelj žalbenom vijeću prigovara zbog njegova utvrđenja prema kojem su dokumenti u prilogima A do E zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim primjereni za dokazivanje otkrivanja „ranijeg dizajna” u smislu članka 7. stavka 1. Uredbe br. 6/2002. U prilog tom tužbenom razlogu tužitelj ističe sedam prigovora.
- 12 Prvim prigovorom tužitelj tvrdi da se dokumentima dostavljenim u prilogima A i D zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim ne dokazuje otkrivanje „ranijeg dizajna” zato što su ti dokumenti ispisani tek 20. srpnja 2015., odnosno nakon dana podnošenja prijave za registraciju osporavanog dizajna.
- 13 Drugim prigovorom tužitelj prigovara žalbenom vijeću da je u točki 17. pobijane odluke potvrdilo, što se tiče kataloga iz Priloga B zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim, da pitanje stvarne povezanosti naslovne stranice s preostalim stranicama tog priloga nije bitno. Navodi, upravo suprotno, da zbog sumnje u vezi s tim pripada li ta naslovna stranica ostatku tog kataloga ne treba uzeti u obzir cijeli Prilog B. Elementi tog kataloga koji su mu dostavljeni tek su skup pojedinačnih stranica. Isprekidano numeriranje, dvostruka upotreba istog broja stranice 2. i pojavljivanje stranice broj 31 umetnute između dva pojavljivanja stranice broj 2 dovoljni su da dokažu da elementi navedeni u Prilogu B ne čine homogeni katalog niti su ikad tako objavljeni. Osim toga, činjenica da isti katalog upućuje na različite nazive domene i adrese elektroničke pošte (kao što su naziv domene www.easyfix.co.at i adresa e-pošte info@easyfix.co.at te naziv domene www.easyfix.at i adresa e-pošte info@easyfix.at) bila je u jasnoj suprotnosti sa svakodnevnim iskustvom. Osim toga, iz izvatka iz registra austrijskih naziva domena (nic.at GmbH) proizlazi da naziv domene www.easyfix.co.at uopće nije bio registriran. Tužitelj stoga osporava činjenicu da je stranica naslovljena „Preisauszeichnung” (Prikaz cijena), koja također nosi broj 2 u navedenom katalogu, zaista objavljena i otkrivena prije datuma podnošenja prijave za registraciju osporavanog dizajna.

- 14 Trećim prigovorom tužitelj prigovara žalbenom vijeću da je zaključilo, u točki 18. pobijane odluke, da je katalog iz Priloga B zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim objavljen 2010., s obrazloženjem da je stranica pod naslovom „Uvod” upućivala na to da je katalog „svojedobno izdan za specijalizirani sajam Automechanika 2010.”. Prema njegovu mišljenju, time se ne može dokazati da je taj promotivni dokument objavljen, a još manje u kojem sastavu i kojeg datuma. Također dodaje da, čak i ako je riječ o vezanom katalogu čiji mu je neuredni primjerak dostavio EUIPO, to ne dokazuje njegovu raniju objavu s podnesenim sadržajem.
- 15 Četvrtim prigovorom tužitelj tvrdi da je u točki 19. pobijane odluke žalbeno vijeće pogrešno pretpostavilo da je dokazana prethodna objava dokumenta iz Priloga C zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim, dok ju je Odjel za poništaje pravilno zanemario, te da je mogla biti riječ o nacrtu kataloga upućenom društvu povezanom s društvom EasyFix, a ne javnosti.
- 16 Petim prigovorom tužitelj ističe da je u točki 21. pobijane odluke žalbeno vijeće pogrešno utvrdilo da su slike u dokumentima iz priloga A do D zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim sve sadržavale isti popis podataka o BMW 520i Touringu te je također pogrešno zaključilo da su se zbog toga informativne ploče za vozila prikazane u točki 4. pobijane odluke odnosile na isti raniji dizajn. Prema njegovu mišljenju, zbog korištenja istog teksta (modela) ne može se znati jesu li promidžbeni materijali objavljeni samo s dotičnim slikama ili su objavljeni u sastavljenom priopćenju i kada su objavljeni. To znači da je riječ o tekstu fiktivne ponude koji upotrebljavaju i drugi poduzetnici te se u prilogu primjera radi iznosi trenutačni primjerak istog teksta ponude koji koristi drugi dobavljač informativnih ploča za vozila za drugu marku automobila.
- 17 Šestim prigovorom tužitelj tvrdi da je žalbeno vijeće u točkama 22. i 31. do 35. pobijane odluke pogrešno pretpostavilo da svi dokumenti iz priloga A do E zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim pokazuju jedan te isti „raniji dizajn”. Prema njegovu mišljenju Prilog E razlikuje se od priloga B i C po tome što predstavljeni dizajn prikazuje, između dijela s krilcem i dijela s tablicom za podatke, ojačanu i dobro označenu prečku koja spaja krilce s tablicom za podatke.
- 18 Sedmim prigovorom tužitelj prigovara žalbenom vijeću da je u točki 33. pobijane odluke smatralo da suprotstavljeni dizajni imali prozirnu površinu. Međutim, iako priznaje da je „raniji dizajn” iz priloga A do D zahtjevu za proglašavanje ništavosti potpuno proziran, ne samo u dijelu namijenjenom za prikaz podataka već i u onom u kojem se nalazi krilce koje predstavlja njegov donji dio, smatra da osporavani dizajn nije proziran kao što pokazuje „prikaz 1”, uključujući upotrebu sjenčanja.
- 19 EUIPO osporava tužiteljeve argumente.
- 20 U skladu s člankom 7. stavkom 1. prvom rečenicom Uredbe br. 6/2002, „[u] smislu primjene članaka 5. i 6. [iste uredbe] smatra se da je [raniji] dizajn bio učinjen dostupnim javnosti ako je objavljen slijedom registracije ili na drugi način, ili izložen, upotrijebljen u trgovini ili drukčije otkriven prije datuma [podnošenja prijave za registraciju osporavanog dizajna ili, ako je zatraženo pravo prvenstva, prije datuma priznatog prvenstva] osim ako ti događaji poslovnim krugovima specijaliziranim u dotičnom sektoru, a koji posluju unutar [Unije], iz opravdanih razloga nisu mogli biti poznati u redovitom poslovanju.”.
- 21 Ni Uredba br. 6/2002 ni Uredba Komisije (EZ) br. 2245/2002 od 21. listopada 2002. o provedbi Uredbe br. 6/2002 (SL 2002., L 341, str. 28.) (SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 42., str. 70.) ne navode obvezni oblik dokaza koje podnositelj zahtjeva za proglašavanje ništavosti treba podnijeti kako bi dokazao otkrivanje ranijeg dizajna prije datuma podnošenja prijave za registraciju osporavanog dizajna. Slijedi da, s jedne strane, podnositelj zahtjeva za proglašavanje ništavosti slobodno bira dokaze za koje smatra da ih je korisno podnijeti EUIPO-u u prilog svojem zahtjevu za proglašavanje ništavosti i da je, s druge strane, EUIPO obavezan analizirati sve podnesene elemente kako bi zaključio jesu li oni uistinu dokaz prethodnog otkrivanja dizajna (vidjeti u tom smislu presude od 9. ožujka 2012., Coverpla/OHIM – Heinz-Glas (Flacon), T-450/08, neobjavljena, EU:T:2012:117,

t. 22. i 23. i navedenu sudsku praksu; od 14. srpnja 2016., Thun 1794/EUIPO – Adekor (Dekoratívni grafički simboli), T-420/15, neobjavljena, EU:T:2016:410, t. 26. i od 25. travnja 2018., Euro Castor Green/EUIPO – Netlon France (Rešetkasta ograda), T-756/16, neobjavljena, EU:T:2018:224, t. 32.).

- 22 Nadalje, otkrivanje ranijeg dizajna ne može se dokazati vjerojatnostima ili predmnijevama, već se mora zasnivati na konkretnim i objektivnim dokazima koji dokazuju stvarno otkrivanje ranijeg dizajna na tržištu. Osim toga, dokazi koje pruža podnositelj zahtjeva za proglašavanje dizajna ništavim moraju se ocijeniti jedni u odnosu na druge. Naime, iako neki od tih dokaza sami za sebe mogu biti nedostatni kako bi se dokazalo otkrivanje ranijeg dizajna, oni mogu, kada su povezani ili uzeti zajedno s drugim dokumentima ili podacima, doprinijeti formiranju dokaza o otkrivanju. Konačno, kako bi se ocijenila dokazna vrijednost nekog dokumenta, prvo valja provjeriti vjerodostojnost i istinitost podataka koje on sadržava. U obzir se osobito mora uzeti tko je izdao dokument, okolnosti njegova nastanka i komu je upućen te razmotriti doima li se on u pogledu svojeg sadržaja smislenim i pouzdanim (vidjeti presudu od 9. ožujka 2012., Flacon, T-450/08, neobjavljen, EU:T:2012:117, t. 24. do 26. i navedenu sudsku praksu; presude od 14. srpnja 2016., Dekoratívni grafički simboli, T-420/15, neobjavljena, EU:T:2016:410, t. 27. i od 25. travnja 2018., Rešetkasta ograda, T-756/16, neobjavljena, EU:T:2018:224, t. 33.).
- 23 Smatra se da je dizajn učinjen dostupnim kad stranka koja tvrdi da je otkriven dokaže postojanje događaja kojima se čini to otkrivanje. Nasuprot tomu, kako bi se pobila ta pretpostavka, stranka koja osporava otkrivanje treba u dovoljnoj mjeri dokazati da su okolnosti u tom slučaju mogle opravdano spriječiti to da ti događaji budu poznati poslovnim krugovima specijaliziranima u dotičnom sektoru u redovitom poslovanju u Europskoj uniji (vidjeti u tom smislu presude od 21. svibnja 2015., Senz Technologies/OHIM – Impliva (Kišobrani), T-22/13 i T-23/13, EU:T:2015:310, t. 26.; od 15. listopada 2015., Promarc Technics/OHIM – PIS (Dijelovi za vrata), T-251/14, neobjavljena, EU:T:2015:780, t. 26. i od 27. veljače 2018., Gramberg/EUIPO – Mahdavi Sabet (Navlaka za mobilni telefon), T-166/15, EU:T:2018:100, t. 22.).
- 24 Za potrebe dokazivanja otkrivanja ranijeg dizajna valja provesti analizu u dvije etape, odnosno, kao prvo, ispitati dokazuju li elementi izneseni u zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim, s jedne strane, činjenice otkrivanja dizajna i, s druge strane, je li do otkrivanja došlo prije datuma podnošenja ili datuma priznatog prvenstva osporavanog dizajna i, kao drugo, u slučaju da nositelj osporavanog dizajna tvrdi suprotno, ako te činjenice u redovitom poslovanju objektivno mogu biti poznate poslovnim krugovima specijaliziranima u dotičnom sektoru koji posluju unutar Unije, zbog čega će se objava smatrati bez učinka i neće se uzeti u obzir.
- 25 Upravo s obzirom na ta razmatranja valja ispitati je li, u ovom slučaju, žalbeno vijeće pravilno zaključilo da se dokazima koje je EasyFix iznio u zahtjevu za proglašavanje ništavosti moglo utvrditi činjenice otkrivanja dizajna i raniji karakter tog otkrivanja.
- 26 Uvodno, valja navesti da, u okolnostima ovog slučaja, datum koji se uzima u obzir za ocjenu prvenstva otkrivanja jest onaj na koji se podnosi zahtjev za registraciju osporavanog dizajna, odnosno, kao što je to navedeno u točki 1. ove presude, 28. studenoga 2013. (u daljnjem tekstu: relevantan datum).
- 27 Žalbeno vijeće je u točkama 17. do 22. pobijane odluke utvrdilo da je dokument iz Priloga B zahtjevu za proglašenje ništavosti izvornik prodajnog kataloga i da je pitanje je li naslovnica tog kataloga stvarno povezana s preostalim stranicama istog kataloga bilo irelevantno za ocjenu činjenica. Istaknulo je da se na stranici 2. tog kataloga nalazi dizajn koji se upotrebljava za usporedbu, kako je prikazan u točki 4. ove presude, i da se u uvodniku tog kataloga, koji se nalazi na stranici 1. i stoga na istoj stranici kao i slika, objašnjava da je dotični katalog „svojedobno izdan za specijalizirani sajam Automechanika 2010.“. Stoga je žalbeno vijeće zaključilo da je taj katalog objavljen 2010., pojašnjavajući da nije potrebno utvrditi točan datum jer je registracija osporavanog dizajna zatražena u studenome 2013. Usto je istaknulo da je uvodnik pozivao na „novu internetsku stranicu www.easyfix.at, koja je i dalje dostupna” te da se time također objašnjava neusklađenost između naziva

domene korištenog na početnoj stranici i onoga sa stranice broj 2. Osim toga, žalbeno je vijeće dodalo da ne sumnja ni da je dokument iz Priloga C zahtjevu za proglašavanje ništavosti, odnosno djelomični primjerak kataloga, iz 2011.; da je shematski prikaz u dokumentu iz Priloga E tom zahtjevu, koji se odnosi na model za iskorištavanje objavljen u veljači 2012., u njemačkom glasniku patenata, te je slijedom toga otkriven javnosti kasnije od tog datuma; da se informativne ploče za vozila prikazane u točki 4. ove presude odnose na isti dizajn i da slike iz priloga A do D navedenom zahtjevu sve sadržavaju isti popis podataka o BMW 520i Touringu. Iz toga je zaključilo da se dokumentima iz priloga A do E zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim moglo dokazati otkrivanje ranijeg dizajna, u smislu članka 7. stavka 1. Uredbe br. 6/2002.

- 28 Opći sud smatra svrsishodnim najprije ispitati drugi, treći i četvrti prigovor, koji se odnose na ocjenu dokazne snage dokumenata iz priloga B i C zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim.
- 29 Kada je riječ o drugom prigovoru, kojim tužitelj dovodi u pitanje dokaznu vrijednost dokumenta iz Priloga B zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim, treba pojasniti sljedeće točke u tom prilogu, u koje je Opći sud imao uvid u izvorniku u papirnatom obliku spisa žalbenog vijeća. U tom predmetu Prilog B zapravo ne sadržava katalog, već dva kataloga. S jedne strane, riječ je o „katalogu društva EasyFix za 2010./2011.“, koji se sastoji od 128 stranica i dvije kartonske naslovnice. S druge strane, riječ je o katalogu društva EasyFix „News 2010.“, koji se sastoji od 31 numerirane stranice i zadnje nenumerirane stranice. Tužitelj je izvatke iz tih dvaju kataloga priložio tužbi.
- 30 Iz sadržaja spisa proizlazi da u zahtjevu za proglašavanje ništavosti EasyFix upućuje na dva kataloga nazvana „EasyFix 2010./11.“ i „EasyFix News 2010.“, koja je on podnio kao svoje („unseren Katalogen“), i da je u prilogu tom zahtjevu priložio izvornike tih dvaju kataloga. EUIPO je prosljedio navedeni zahtjev tužitelju preporučenom poštom zajedno sa skeniranom kopijom priloga koji se sastoje od 210 stranica.
- 31 Doduše, valja utvrditi, poput EUIPO-a u točki 26. odgovora na tužbu, da se u elektroničkoj datoteci žalbenog vijeća, kako je skenirana i dostavljena tužitelju, stranice dvaju kataloga navedenih u točkama 29. i 30. ove presude ne iznose u pravilnom redoslijedu, zbog nepoznatog razloga.
- 32 Međutim, važno je istaknuti da su skenirane kopije svih stranica tih dvaju kataloga dostavljene tužitelju. Osim toga, potonji je u podnesku u kojem se iznose razlozi žalbe pred žalbenim vijećem naveo pozivanje društva EasyFix u katalogima iz Priloga B zahtjevu za proglašavanje ništavosti kao „na naše kataloge“ „EasyFix 2010./11.“ i „EasyFix News 2010.“, tako da tužitelj ne može valjano tvrditi da ne zna da Prilog B sadržava dva kataloga, a ne samo jedan.
- 33 Uz to pojašnjenje, valja istaknuti da se na stranici 2. „kataloga društva Easyfix za 2010./2011.“ (i na stranici 212. elektroničkog spisa žalbenog vijeća), naslovljenog „Preisauszeichnung“ (Prikaz cijena), nalazi slika prikazana u točki 4. pobijane odluke i u točki 4. ove presude, predstavljena kao otkrivanje ranijeg dizajna.
- 34 S tim u vezi, dovoljno je utvrditi, kao prvo, što se tiče dokaza činjenica otkrivanja, da je stranica 2. „Kataloga 2010./11.“, koja sadržava prikaz informativne ploče za vozila iz točke 4. pobijane odluke u vezi s Prilogom B zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim, omogućila žalbenom vijeću da utvrdi otkrivanje tog dizajna. Nadalje, što se tiče dokaza o prvenstvu tog otkrivanja, stranica 1. istoga kataloga, na poledini stranice 2., koja sadržava uvodnik i datume koji su tamo navedeni, odnosno „Zum Start der Automechanik 2010.“ (početak Automechanik 2010.) i „Ab 2011 werden in Deutschland“ (od 2011. u Njemačkoj) omogućila je žalbenom vijeću da zaključi a da pritom ne počini pogrešku u ocjeni tih dokaza, da je do otkrivanja navedenog dizajna došlo 2010. ili najkasnije do 2011. godine, a u svakom slučaju prije relevantnog datuma od 28. studenoga 2013. To je tim više tako jer se dokazi činjenica i prvenstva tog otkrivanja potvrđuju 3. stranicom kataloga „News 2010.“ iz Priloga B i izvatka iz kataloga AHB za 2011. iz Priloga C zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim.

- 35 Osim toga, treba zaključiti, poput EUIPO-a u točki 29. odgovora na tužbu, da nije potrebno dostaviti svaku stranicu kataloga kao dokaz, već samo izvratke iz takvog kataloga, a da se time nužno ne smanji dokazna vrijednost dostavljenih stranica. Stoga, s obzirom na sve podnesene dokaze, posebno stranice 1. i 2. „Kataloga 2010./2011.“, žalbeno vijeće nije bilo dužno ocijeniti zasebno naslovnicu tog kataloga.
- 36 Osim toga, valja istaknuti da se izgled, boja i sadržaj različitih stranica preklapaju na način koji omogućuje zaključak da dolaze iz povezanih kataloga naslovljenih „Katalog 2010./2011.“ i „News 2010.“, kao što to navodi EasyFix. Bez obzira na razlog za odstupanje između naziva domena navedenih na stranici 1. kataloga koja sadržava uvodnik i stranici 2. kataloga na kojoj se nalazi raniji dizajn, odnosno „www.easyfix.at“ s jedne strane i „www.easyfix.co.at“ s druge strane, to ne isključuje da te dvije stranice dolaze iz istog „Kataloga 2010./2011.“ jer se zapravo radi o prednjoj strani i poledini istog lista. Izvadak iz austrijskog registra naziva domena priložen tužbi stoga nije relevantan.
- 37 Budući da se tijekom rasprave tužitelj ograničio na izražavanje sumnji u pogledu samog postojanja i autentičnosti kataloga na koje se pozvao EasyFix, valja utvrditi da takve sumnje nisu dovoljne da dovedu u pitanje skup podudarajućih indicija, osobito kataloga društva EasyFix i kataloga društva AHB koje je pružio EasyFix i na temelju kojeg je žalbeno vijeće zaključilo da je došlo do otkrivanja, tim više što nisu dokazane tužiteljeve tvrdnje u pogledu EasyFixove moguće manipulacije katalogizima i što je njegov argument koji se temelji na nepostojanju izjave pod prisegom protivan slobodi izbora dokaza koja se priznaje podnositelju zahtjeva za proglašavanje ništavosti (vidjeti u tom smislu presudu od 17. svibnja 2018., Basil/EUIPO – Artex (Košare prilagođene za bicikle), T-760/16, EU:T:2018:277, t. 47. do 49. i 53.).
- 38 U svakom slučaju, Opći sud, koji posjeduje papirnatu verziju spisa žalbenog vijeća, utvrđuje postojanje i neprekinuto označivanje brojevima dvaju izvornih kataloga društva EasyFix iz Priloga B zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim. Osim toga, tijekom rasprave tužitelj se mogao upoznati s izvornicima tih dvaju kataloga. Na poziv Općeg suda potvrdio je da se u izvorniku „Kataloga 2010./2011.“, na stranici 2., nalaze fotografije na koje se pozvalo društvo EasyFix i, na poledini te stranice, odnosno na stranici 1. upućivanja na godine 2010. i 2011. kao i supostojanje na istom obostranom listu naziva domena www.easyfix.at i www.easyfix.co.at. Također je potvrdio da se u izvorniku drugog kataloga društva EasyFix naslovljenog „News 2010.“, na stranici 3., nalazi proizvod na koji se poziva EasyFix, s datumom 31. kolovoza 2010. na dnu stranice. Te su potvrde unesene u zapisnik s rasprave.
- 39 U konačnici, iako valja sa žaljenjem utvrditi da su administrativne službe EUIPO-a tužitelju dostavile dva kataloga iz Priloga B zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim koji nisu bili neprekinuto brojčano označeni i čiji redoslijed nije odgovarao onome stranica izvornih kataloga, takva okolnost nipošto ne može dovesti u pitanje zakonitost pobijane odluke u pogledu dokaza o činjenicama i prvenstvu otkrivanja informativnih ploča za vozila prikazanih u točki 4. pobijane odluke u vezi s tim Prilogom B i, posebice, dokaznu snagu tih dokumenata kako bi se utvrdilo otkrivanje ranijeg dizajna.
- 40 Drugi prigovor treba stoga odbiti.
- 41 U pogledu trećeg prigovora, kojim tužitelj prigovara žalbenom vijeću da je izvelo zaključak o navođenju međunarodnog sajma „Automechanika 2010.“ u uvodniku „Kataloga 2010./2011.“ iz Priloga B zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim, valja smatrati da činjenica da taj uvodnik navodi taj međunarodni sajam i nalazi se na stranici 1. tog kataloga, na poledini stranice 2. tog kataloga na kojoj se nalazi prikaz informativne ploče za vozila iz točke 4. pobijane odluke u vezi s tim Prilogom B, omogućuje otkrivanje tog dizajna 2010. ili najkasnije 2011. Nadalje, valja istaknuti da se svaki od dvaju kataloga proizvoda iz Priloga B treba ocijeniti u cijelosti i u vezi sa svim podnesenim dokazima, u skladu sa sudskom praksom navedenom u točki 22. ove presude, i prema tome se može sa sigurnošću vremenski odrediti prije relevantnog datuma. Osim toga, tužitelj nije iznio nikakvu indiciju koja pobuđuje sumnju u to da su ti katalogi doista bili u optjecaju 2010., odnosno drugi u svrhu tog međunarodnog sajma, ili najkasnije 2011.

- 42 U vezi s četvrtim prigovorom, kojim tužitelj tvrdi, među ostalim, da Odjel za poništaje pravilno nije uzeo u obzir dokument iz Priloga C zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim, treba istaknuti, kao prvo, da u svojoj odluci od 3. lipnja 2016. Odjel za poništaje nije smatrao da taj dokument ne može doprinijeti dokazivanju otkrivanja dotične informativne ploče za vozila u cjelokupnoj ocjeni, nego je jednostavno smatrao da su činjenice otkrivanja i prvenstva tog otkrivanja u odnosu na relevantni datum već dokazane na temelju drugih elemenata. Osim toga, potrebno je utvrditi da je, prilikom ocjene svih dokaza, taj dokument također relevantan čimbenik. Naime, taj se izvadak iz kataloga društva AHB prikazuje na istoj naslovnici kao i informativna ploča za vozila i datum „2011.". Nadalje, nije dokazan tužiteljev navod prema kojem se neobjavljeni katalogi uobičajeno razmjenjuju unutar grupe društava kojoj pripada EasyFix.
- 43 S obzirom na sve prethodno navedeno valja zaključiti da su činjenice otkrivanja informativne ploče za vozila sa stranice 2. „Kataloga 2010./2011.” društva EasyFix i iz točke 4. pobijane odluke u vezi s Prilogom B zahtjeva za proglašavanje ništavosti (vidjeti točku 4. ove presude) u dovoljnoj mjeri dokazane u tom katalogu kao i prvenstvo tog otkrivanja. Ti su dokazi potkrijepljeni i dodatnim elementima, kao što je katalog „News 2010.” društva EasyFix, također navedenima u Prilogu B i izvatku iz kataloga društva AHB iz Priloga C zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim. Stoga je žalbeno vijeće pravilno smatralo da su činjenice otkrivanja dizajna i prvenstvo tog otkrivanja dokazani u pogledu tih priloga B i C, koji sadržavaju datirane kataloge.
- 44 Iz toga slijedi da se prvi, peti, šesti i sedmi prigovor, koji se odnose na dokumente iz priloga A, D i E zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim odnosno na prikaz 1. osporavanog dizajna, treba odbiti kao bespredmetan.
- 45 Zbog svih navedenih razloga tužiteljevi prigovori ne mogu dovesti u pitanje zakonitost pobijane odluke u pogledu ocjene dokaza koji se odnose na činjenice otkrivanja dizajna i prvenstvo tog otkrivanja u odnosu na relevantni datum. Osim toga, tužitelj nije dokazao, a ni tvrdio, da su okolnosti slučaja mogle opravdano predstavljati prepreku tomu da su u redovitom poslovanju te činjenice poznate poslovnim krugovima specijaliziranim u odnosnom sektoru, a koji posluju unutar Unije. U nedostatku suprotnih indicija koje bi omogućile zaključak da ti katalogi nisu bili distribuirani unutar navedenih specijaliziranih poslovnih krugova, žalbeno vijeće nije počinilo pogrešku time što je moglo zaključiti da je došlo do otkrivanja ranijeg dizajna.
- 46 Stoga prvi tužbeni razlog treba odbiti kao neosnovan.

Drugi tužbeni razlog, koji se temelji na povredi prava na saslušanje, u skladu s člankom 62. drugom rečenicom Uredbe br. 6/2002

- 47 Tužitelj tvrdi da je žalbeno vijeće povrijedilo njegovo pravo na saslušanje time što mu nije dalo priliku da zauzme stav o dokumentima iz priloga A i D zahtjevu za proglašavanje ništavosti prije oslanjanja na njih u pobijanoj odluci (osobito u točkama 31. do 35.), i to za razliku od Odjela za poništaje koji ih nije uzeo u obzir kao „fotografije bez naznake datuma” jer je datum njihova tiskanja bio kasniji od datuma podnošenja prijave osporavanog dizajna. Tužitelj ističe da, da mu je žalbeno vijeće dalo priliku da se izjasni, mogao bi uputiti na činjenicu da nije bilo stvarne prethodne objave te se osim toga mogao također „obraniti protiv [tih priloga]”.
- 48 EUIPO osporava tužiteljeve argumente.
- 49 Prema članku 62. drugoj rečenici Uredbe br. 6/2002, odluke EUIPO-a mogu se temeljiti samo na onim razlozima ili dokazima o kojima su se predmetne stranke imale mogućnost očitovati. U kontekstu prava o dizajnu Unije u toj odredbi sadržano je opće načelo zaštite prava obrane. Na temelju tog općeg načela prava Unije adresati odluka javnih tijela koje znatno utječu na njihove interese trebaju imati priliku učinkovito izložiti svoje stajalište. Pravo na saslušanje odnosi se na sve činjenične i

pravne elemente koji predstavljaju temelj akta kojim se donosi odluka, ali ne i na konačan stav koji će administracija usvojiti (vidjeti presudu od 27. lipnja 2013., Beifa Group/OHIM – Schwan-Stabilo Schwanhäußer (Pisaći pribor), T-608/11, neobjavljena, EU:T:2013:334, t. 42. i navedenu sudsku praksu; presude od 9. veljače 2017., Mast-Jägermeister/EUIPO (Gobelets), T-16/16, EU:T:2017:68, t. 57. i od 21. lipnja 2018., Haverkamp IP/EUIPO – Sissel (Tapis de sol), T-227/16, neobjavljena, EU:T:2018:370, t. 67.).

- 50 U ovom slučaju, valja navesti, kao prvo, da Odjel za poništaje nije kvalificirao dokumente iz priloga A i D zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim kao dokaze koji nisu relevantni jer se radi o „fotografijama bez naznake datuma”. Nasuprot tomu, Odjel za poništaje utvrdio je otkrivanje ranijeg dizajna na temelju drugih dokaza, tako da nije bilo potrebno zasebno razmatrati navedene priloge (vidjeti točku 43. ove presude).
- 51 Nadalje, valja napomenuti da je žalbeno vijeće bilo u pravu temeljiti pobijanu odluku na usporedbi osporavanog dizajna i dizajna prikazanog u dokumentaciji iz priloga A i D zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim. Naime, iz članka 60. stavka 1. Uredbe br. 6/2002 proizlazi da je po žalbi koja mu je podnesena žalbeno vijeće pozvano provesti novo cjelovito ispitivanje osnovanosti zahtjeva za proglašavanje ništavosti, *de jure* i *de facto*. To utvrđenje podrazumijeva da se žalbeno vijeće može osloniti na bilo koji raniji dizajn na koji se pozvao podnositelj zahtjeva za proglašavanje ništavosti a da ga pritom ne obvezuje sadržaj odluke Odjela za poništaje i bez obveze iznošenja specifičnih razloga za to (vidjeti, u tom smislu, presudu od 14. lipnja 2011., Sphere Time/OHIM – Punch (Sat pričvršćen na traku), T-68/10, EU:T:2011:269, t. 13. i navedenu sudsku praksu). Međutim, u ovom slučaju nije sporno da se na dokumente iz priloga A i D EasyFix pozvao u prilog zahtjevu za proglašenje ništavosti.
- 52 U tim okolnostima, u skladu s pravom na saslušanje na žalbenom je vijeću da mu omogući dostavljanje primjedaba na sve relevantne činjenične i pravne elemente spisa. Međutim, tužitelj je u velikoj mjeri imao priliku to učiniti tijekom cijelog postupka, uključujući u pogledu dokumenata iz priloga A i D zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim.
- 53 S druge strane, prema ustaljenoj sudskoj praksi navedenoj u točki 49. ove presude žalbeno vijeće prije donošenja pobijane odluke nije bilo dužno saslušati tužitelja o konačnom stajalištu koje namjerava zauzeti, uključujući ocjenu dokumenata iz priloga A i D zahtjevu za proglašenje ništavosti koji čine njegov sastavni dio.
- 54 Stoga drugi tužbeni razlog treba odbiti kao neosnovan.

Treći tužbeni razlog, koji se temelji na povredi obveze obrazlaganja, u skladu s člankom 62. prvom rečenicom Uredbe br. 6/2002

- 55 Tužitelj navodi da je žalbeno vijeće povrijedilo svoju obvezu obrazlaganja time što je bez obrazloženja, u točki 19. pobijane odluke, potvrdilo da ne sumnja da je dokument iz Priloga C zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim iz 2011., dok je prethodno osporilo prethodnu objavu dokumenata iz priloga A do C tog zahtjeva te je također pružilo naznake koje osporavaju takvo ranije objavljivanje. Žalbeno vijeće, budući da je također utemeljio pobijanu odluku (osobito u točkama 22., 31., 32. i 35.) na slici iz Priloga C, trebalo je objasniti zašto je smatralo, protivno tvrdnjama tužitelja, da je dokument iz tog Priloga bio predmet ranije objave i predstavlja dokaz prethodne objave.
- 56 EUIPO osporava tužiteljeve argumente.
- 57 Na temelju članka 62. prve rečenice Uredbe br. 6/2002, u EUIPO-ovim odlukama navode se razlozi na kojima se one temelje. Ta obveza obrazlaganja ima isti doseg kao i ona koja proizlazi iz članka 296. UFEU-a, prema kojoj obrazloženje autora akta mora biti jasno i nedvosmisleno. Ta obveza ima

dvostruk cilj, s jedne strane omogućiti zainteresiranim osobama da se upoznaju s razlozima mjere koja je poduzeta kako bi se zaštitila njihova prava, a s druge omogućiti sudovima Unije nadzor zakonitosti odluke (vidjeti presudu od 25. travnja 2013., Bell & Ross/OHIM – KIN (Kućište ručnog sata), T-80/10, neobjavljena, EU:T:2013:214, t. 37. i navedenu sudsku praksu). Pitanje ispunjava li obrazloženje te zahtjeve mora se ocijeniti uzimajući u obzir ne samo njegov tekst već i njegov kontekst i ukupnost pravnih pravila koja uređuju pitanje o kojem je riječ (presude od 9. veljače 2017., Gobelets, T-16/16, EU:T:2017:68, t. 58. i od 14. ožujka 2018., Gifi Diffusion/EUIPO – Crocs (Cipele), T-424/16, neobjavljena, EU:T:2018:136, t. 29.).

- 58 Ne može se, međutim, od žalbenih vijeća zahtijevati da iznesu iscrpno očitovanje o svim navodima koje su pred njima iznijele stranke. Obrazloženje, dakle, može biti implicitno, pod uvjetom da se njime omogućuje zainteresiranim osobama da saznaju razloge zbog kojih je donesena odluka žalbenog vijeća, a nadležnom sudu da raspolaže dostatnim elementima za izvršavanje svojeg nadzora (presude od 25. travnja 2013., Kućište ručnog sata, T-80/10, neobjavljena, EU:T:2013:214, t. 37.; od 4. srpnja 2017., Murphy/EUIPO – Nike Innovate (Narukvica elektroničkog sata), T-90/16, neobjavljena, EU:T:2017:464, t. 19. i od 29. studenoga 2018., Sata/EUIPO – Zhejiang Auarita Pneumatic Tools (Raspršivač boje), T-651/17, neobjavljena, EU:T:2018:855, t. 21.). Stoga se također mogu uzeti u obzir razlozi koji nisu eksplicitni ako su očiti, kako za osobe na koje se odnose tako i za nadležni sud (vidjeti presudu od 14. ožujka 2018., Cipele, T-424/16, neobjavljena, EU:T:2018:136, t. 35. i navedenu sudsku praksu).
- 59 U ovom slučaju, treba istaknuti da Prilog C zahtjevu za proglašenje ništavosti sadržava presliku naslovnice kataloga društva AHB iz 2011., na kojoj su navedeni raniji dizajn i naslov 2011. „Katalog 2011” (Katalog iz 2011.). Stoga je žalbeno vijeće u točki 4. pobijane odluke opisalo dokument iz tog priloga kao „[p]resliku kataloga trećeg poduzetnika iz 2011. (izvadci)”, što je tužitelju poznato i on to ne osporava. Iz tog je razloga u točki 19. pobijane odluke žalbeno vijeće moglo zaključiti da „ne sumnja niti da je [dokument iz] Priloga C, djelomična preslika kataloga, iz 2011.”. To jasno proizlazi iz uvida u taj dokument, koji sadržava navod „Katalog iz 2011.” te je dostavljen tužitelju. U tom kontekstu, nikakvo dodatno obrazloženje nije bilo potrebno. Osim toga, prema sudskoj praksi navedenoj u točki 58. ove presude, mogu se uzeti u obzir razlozi koji nisu eksplicitni ako su očiti, kako za osobe na koje se odnose tako i za nadležni sud. Takav je slučaj u ovom predmetu što se tiče naznake godine 2011. u dokumentu iz Priloga C.
- 60 Osim toga, valja također podsjetiti na to da žalbeno vijeće nije utemeljilo svoj zaključak o prethodnoj objavi samo na dokumentu iz Priloga C zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim, već taj dokument predstavlja samo jedan element u ocjeni svih relevantnih dokaza, posebno za trenutak tog otkrivanja. Zapravo je glavni dokaz tog otkrivanja dokument iz Priloga B zahtjevu za proglašavanje ništavosti (vidjeti točke 42. i 43. ove presude).
- 61 Stoga treći tužbeni razlog treba odbiti kao neosnovan.

Četvrti tužbeni razlog, koji se temelji na pogrešnoj ocjeni individualnog karaktera osporavanog dizajna, kršenjem članka 6. i članka 25. stavka 1. točke (b) Uredbe br. 6/2002

- 62 Četvrtim tužbenim razlogom tužitelj prigovara žalbenom vijeću da je pogrešno ocijenilo individualni karakter osporavanog dizajna. Taj tužbeni razlog sastoji se od dvaju prigovora, koji se odnose, prvi, na stupanj slobode dizajnera u razvoju dizajna i, drugi, na usporedbu suprotstavljenih dizajna, s obzirom na pažnju koju upućeni korisnik pridaje razlikama među njima.
- 63 EUIPO osporava tužiteljeve argumente.

- 64 U skladu s člankom 25. stavkom 1. točkom (b) Uredbe br. 6/2002, dizajn Zajednice može biti proglašen ništavim samo u slučajevima navedenima u toj odredbi, posebno ako ne ispunjava uvjete iz njezinih članaka 4. do 9. Treba pojasniti da, za razliku od razloga ništavosti iz članka 25. stavka 1. točaka (c) do (g) te uredbe, na razloge ništavosti iz točaka (a) i (b) može se u načelu pozvati bilo koja osoba.
- 65 Na temelju članka 4. stavka 1. Uredbe br. 6/2002 dizajn se štiti dizajnom Zajednice u onoj mjeri u kojoj je nov i u kojoj ima individualni karakter. Prema članku 6. stavku 1. točki (b) Uredbe br. 6/2002 smatra se da dizajn Zajednice ima individualan karakter ako se ukupni dojam koji ostavlja na upućenog korisnika razlikuje od ukupnog dojma koji na takva korisnika ostavlja bilo koji dizajn koji je bio učinjen dostupnim javnosti prije datuma podnošenja prijave za registraciju ili, ako je zatraženo pravo prvenstva, prije datuma priznatog prvenstva. Članak 6. stavak 2. iste uredbe propisuje da se pri ocjeni individualnoga karaktera dizajna mora uzeti u obzir stupanj slobode koju je imao dizajner u razvoju dizajna. Uvodna izjava 14. navedene uredbe pojašnjava da, prilikom ocjene individualnog karaktera dizajna u odnosu na skupnost postojećih dizajna, valja uzeti u obzir prirodu proizvoda na koji se primjenjuje ili u kojem je sadržan, a posebno industrijski sektor kojem pripada.
- 66 Prema sudskoj praksi, iz navedenih odredaba proizlazi da se ocjena individualnoga karaktera dizajna Zajednice u biti izvršava u četiri etape. To se ispitivanje sastoji od određivanja, kao prvo, sektora proizvoda u koje se dizajn namjerava ugraditi ili na koje se dizajn namjerava primijeniti, kao drugo, upućenoga korisnika navedenih proizvoda prema njihovoj svrsi i, upućivanjem na toga upućenoga korisnika, određivanja stupnja prethodnog poznavanja kao i stupnja pažnje prilikom, ako je moguće, izravne usporedbe dizajna, kao treće, određivanja stupnja slobode dizajnera prilikom razvoja dizajna i kao četvrto, rezultata usporedbe dotičnih dizajna uzimajući u obzir dotični sektor, stupanj slobode dizajnera i ukupne dojmove koje osporavani dizajn i bilo koji raniji dizajn otkriven javnosti ostavljaju na upućenoga korisnika (u tom smislu vidjeti presude od 7. studenoga 2013., Budziewska/OHIM – Puma (Puma u skoku), neobjavljena, T-666/11, EU:T:2013:584, t. 21. i navedenu sudsku praksu; od 10. rujna 2015., H&M Hennes & Mauritz/OHIM – Yves Saint Laurent (Ručne torbe), T-525/13, EU:T:2015:617, t. 32. i od 21. lipnja 2018., Otirač, T-227/16, neobjavljena, EU:T:2018:370, t. 22.).
- 67 U ovom slučaju nesporno je da sektor na koji se odnose suprotstavljeni dizajni jest onaj „informativnih ploča za vozila”. Valja ispitati, redom, upućenog korisnika, stupanj slobode dizajnera i usporedbu ukupnih dojmova koje ostavljaju ti dizajni.

Upućeni korisnik

- 68 Tužitelj ne iznosi poseban prigovor koji se odnosi na upućenog korisnika, kako ga je definiralo žalbeno vijeće. Međutim, u točkama 49. i 55. tužbe tužitelj osporava utvrđenje žalbenog vijeća prema kojem upućeni korisnik ne pridaje „posebnu pozornost” određenim razlikama i zbog toga se ne uzima u obzir „stupanj poznavanja” tog korisnika. Stoga je primjereno odrediti stupanj poznavanja i stupanj pažnje upućenoga korisnika, iz čega proizlazi njegova sposobnost percepcije razlika između suprotstavljenih dizajna.
- 69 Prema sudskoj praksi u pogledu pojma „upućeni korisnik”, s jedne strane, obilježje „korisnika” podrazumijeva da dotična osoba, bilo da se radi o krajnjem korisniku ili profesionalnom kupcu, upotrebljava proizvod u kojem je sadržan dizajn u skladu sa svrhom kojoj je proizvod namijenjen. S druge strane, obilježje „upućeni” tako sugerira da korisnik poznaje različite dizajne koji postoje u predmetnom sektoru, da raspolaže određenim stupnjem znanja u odnosu na obilježja koja ti dizajni uobičajeno sadržavaju i kao rezultat svojeg interesa za navedene proizvode pokazuje relativno visok stupanj pažnje kada se njima koristi, a nije dizajner ili tehnički stručnjak. Ipak, ta okolnost ne podrazumijeva da je upućeni korisnik sposoban, izvan okvira iskustva koje je stekao koristeći se predmetnim proizvodom, razlikovati svojstva izgleda proizvoda koja određuje njegova tehnička funkcija od njegovih arbitrarnih aspekata (vidjeti u tom smislu presudu od 20. listopada 2011., PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, t. 59.; vidjeti u tom smislu također

presude od 22. lipnja 2010., Shenzhen Taiden/OHIM – Bosch Security Systems (Komunikacijska oprema), T-153/08, EU:T:2010:248, t. 46. do 48. i od 21. lipnja 2018., Otirač, T-227/16, neobjavljena, EU:T:2018:370, t. 37.).

- 70 Pojam „upućeni korisnik” stoga treba shvatiti na način da se radi o pojmu koji se nalazi negdje između pojma „prosječnog potrošača”, u području žigova i od kojeg se ne zahtijeva nikakvo posebno znanje te koji, načelno, zbog manjkavog sjećanja ne provodi izravnu usporedbu između žigova u sukobu, i pojma „specijalista”, stručnjaka koji raspolaze širokim tehničkim znanjem. Stoga, pojam upućenoga korisnika može se shvatiti kao da označava korisnika koji ne primjenjuje prosječnu pažnju, već posebni oprez bilo zbog osobnog iskustva ili opširnog poznavanja dotičnog sektora (presude od 20. listopada 2011., PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, t. 53., od 21. lipnja 2018., Otirač, T-227/16, neobjavljena, EU:T:2018:370, t. 36. i od 29. studenoga 2018., Raspršivač boje, T-651/17, neobjavljena, EU:T:2018:855, t. 20.). Što se tiče stupnja pažnje upućenog korisnika, iako on nije uobičajeno informirani, pažljivi i u razumnoj mjeri promišljeni prosječni korisnik koji dizajn doživljava kao cjelinu i ne upušta se u ispitivanje njegovih različitih detalja, nije također ni stručnjak odnosno specijalist koji bi bio sposoban u detalje primijetiti minimalne razlike koje bi mogle postojati između dizajna koji su u sukobu (vidjeti u tom smislu presudu od 20. listopada 2011., PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, t. 59.).
- 71 U ovom slučaju žalbeno je vijeće u točki 26. pobijane odluke utvrdilo da su upućeni korisnici suprotstavljenih dizajna bili trgovci koji su željeli označivati svoje proizvode kao i osobe odgovorne za nabavu u poduzećima koje su kupovale takve tablice za prikaz cijena, tj. informativne ploče za vozila. Valja utvrditi da ta definicija, koju uostalom tužitelj ne osporava, ne sadržava nikakvu pogrešku.
- 72 Što se tiče stupnja poznavanja i stupnja pažnje upućenoga korisnika, proizlazi osobito iz sudske prakse navedene u točkama 69. i 70. ove presude te u točki 25. pobijane odluke da, iako ta referentna osoba ima određeni stupanj znanja u pogledu različitih dizajna koji postoje u dotičnom sektoru i pokazuje relativno visok stupanj pažnje i posebni oprez kada ih upotrebljava, ona nije ni stručnjak ni specijalist koji je sposoban u detalje primijetiti minimalne razlike koje bi mogle postojati između suprotstavljenih dizajna.

Stupanj slobode dizajnera

- 73 Prvim prigovorom tužitelj prigovara žalbenom vijeću da je u točki 27. pobijane odluke stupanj slobode dizajnera u razvoju „tablica za prikaz informacija [ili informativnih ploča] za vozila”, smatrao „velikim” kako za oblik tako i za materijal koji se koristi. Prema njegovu mišljenju taj stupanj slobode je vrlo nizak i ograničen u pogledu oblika i veličine. Budući da je A 4 minimalni format papira koji se mora u njih uložiti i koji sadržava podatke o vozilu i informacije o cijenama, mora se koristiti pravokutni oblik podloge. Isto tako, što se tiče veličine i dimenzija, one se nužno moraju kretati između najmanjeg formata A 4 za vidljivost i najvećeg formata koji ovisi o odgovarajućim dimenzijama prozora vozila na unutarnjoj površini na koju se postavlja informativna ploča. Dakle, stupanj slobode dizajnera bio je znatno ograničen, s jedne strane, predviđenom upotrebom (umetanje lista papira najmanjeg formata A4, na kojemu se nalaze podaci o vozilu i informacije o cijeni) i, s druge strane, odgovarajućim dimenzijama staklene površine vozila.
- 74 Prema sudskoj praksi stupanj slobode dizajnera pri razvoju određenog dizajna posebice je definiran zahtjevima vezanima za karakteristike koje nameće tehnička funkcija proizvoda ili elementa proizvoda, ili dodatno zakonskim propisima koji se primjenjuju na proizvod. Ti zahtjevi dovode do standardizacije određenih karakteristika, koje postaju zajedničke raznim dizajnima koji se primjenjuju na predmetni proizvod (presude od 18. ožujka 2010., Grupo Promer Mon Graphic/OHIM – PepsiCo (Prikaz kružnog promotivnog medija), T-9/07, EU:T:2010:96, t. 67.; od 9. rujna 2011., Kwang Yang Motor/OHIM – Honda Giken Kogyo Kogyo (Motor s unutarnjim izgaranjem), T-10/08, EU:T:2011:446, t. 32. i od 21. lipnja 2018., Otirač, T-227/16, neobjavljena, EU:T:2018:370, t. 54.).

- 75 Međutim, opći trend u području dizajna ne može se smatrati čimbenikom ograničenja dizajnera jer upravo ta sloboda dizajnera omogućuje dotičnom da otkrije nove oblike, trendove odnosno da uvede inovacije u okviru postojećeg trenda (presuda od 13. studenoga 2012., Antrax It/OHIM – THC (Radijatori za grijanje), T-83/11 i T-84/11, EU:T:2012:592, t. 95.). Naime, pitanje slijedi li dizajn opći trend u pogledu dizajna relevantno je pogotovo za estetsku percepciju dizajna i stoga može eventualno utjecati na komercijalni uspjeh proizvoda u kojem je sadržan. Suprotno tomu, to pitanje nije relevantno u okviru ispitivanja individualnog karaktera dizajna, koje se sastoji od provjere razlikuje li se ukupni dojam koji potonji ostavlja od ukupnih dojmova koje ostavljaju prethodno otkriveni dizajni, neovisno o estetskim ili komercijalnim razmatranjima (presude od 22. lipnja 2010., Komunikacijska oprema, T-153/08, EU:T:2010:248, t. 58.; od 4. veljače 2014., Sachi Premium-Outdoor Furniture/OHIM – Gandia Blasco (Naslonjač), T-357/12, neobjavljena, EU:T:2014:55, t. 24. i od 17. studenoga 2017., Ciarko/EUIPO – Maan (Kuhinjska napa), T-684/16, neobjavljena, EU:T:2017:819, t. 58.).
- 76 Čimbenik koji se odnosi na slobodu dizajnera pri razvoju osporenog dizajna ne smije biti jedini uvjet ocjene individualnoga karaktera dizajna, nego je on naprotiv element koji treba uzeti u obzir prilikom te ocjene (vidjeti, u tom smislu, presude od 10. rujna 2015., Ručne torbe, T-525/13, EU:T:2015:617, t. 35. i od 4. srpnja 2017., Narukvica elektroničkog sata, T-90/16, neobjavljena, EU:T:2017:464, t. 38.) Naime, njezin utjecaj na individualni karakter mijenja se prema pravilu obrnute proporcionalnosti. Prema tome, što je veća sloboda dizajnera, to je manje vjerojatno da će sitne razlike između dizajna u sukobu biti dovoljne kako bi se ostavio drukčiji ukupni dojam na upućenoga korisnika. I obrnuto, što je sloboda dizajnera više ograničena, to je vjerojatnije da će sitne razlike između dizajna u sukobu biti dovoljne kako bi se ostavio drukčiji ukupni dojam na upućenoga korisnika. Drugim riječima, povećan stupanj slobode dizajnera ide u prilog zaključku u skladu s kojim dizajni bez značajnih razlika ostavljaju isti ukupni dojam na upućenoga korisnika i, stoga, osporavani dizajn nema individualni karakter. Suprotno od toga, slabi stupanj slobode dizajnera ide u prilog zaključku u skladu s kojim dovoljno obilježene razlike između dizajna ostavljaju različiti ukupni dojam na upućenoga korisnika i, stoga, osporavani dizajn ima individualni karakter (vidjeti u tom smislu presude od 9. rujna 2011., Motor s unutarnjim izgaranjem, T-10/08, EU:T:2011:446, t. 33.; od 13. studenoga 2012., Radijatori za grijanje, T-83/11 i T-84/11, EU:T:2012:592, t. 45. i od 21. lipnja 2018., Otirač, T-227/16, neobjavljena, EU:T:2018:370, t. 54.).
- 77 U ovom je slučaju žalbeno vijeće u točkama 27. do 29. pobijane odluke smatralo da je sloboda dizajnera u razvoju „informativnih ploča za vozila” bila velika i u pogledu oblika i korištenog materijala. Prema njegovu mišljenju informativna ploča za vozila može imati svaki geometrijski oblik koji omogućuje postavljanje informacija; ona može imati ne samo osnovni pravokutni oblik već i oblik kvadrata, kruga ili elipse; pravokutni oblik posljedica je izbora autora, koji nije unaprijed određen ni tržištem ni drugim razlozima ili ograničenjima. Smatralo je da to isto vrijedi i za izbor materijala i da, u tom pogledu, uporaba plastike već predstavlja slobodan izbor dizajnera, koji nije unaprijed određen ni tržištem ni drugim razlozima ili ograničenjima; u najmanju ruku, istaknulo je, stranke nisu navele ništa što bi se protivilo toj procjeni.
- 78 U tom pogledu, treba utvrditi da suprotni argumenti tužitelja nisu uvjerljivi. U pogledu veličine ili dimenzija informativnih ploča za vozila one ne mogu ograničiti slobodu dizajnera u ovom slučaju. Posebice, nijedan element spisa ne dokazuje da tehnički podaci uključeni u takvoj informativnoj ploči moraju biti izneseni u formatu A 4. Čak iako je to uobičajeni format na tržištu, iz toga ne proizlazi relevantno ograničenje slobode dizajnera. Naime, prema sudskoj praksi navedenoj u točki 75. ove presude, opći trend korištenja tehničkih informacija u formatu A4 i slijedom toga dizajna proizvoda stoga nije relevantan u okviru ispitivanja individualnog karaktera osporavanog dizajna. Osim toga, tužitelj nije niti dokazao niti čak tvrdio da postoje ograničenja vezana za značajke zbog tehničke funkcije proizvoda ili elementa proizvoda, odnosno zakonskih propisa koji se primjenjuju na proizvod.
- 79 Usto, valja podsjetiti na to da sud Unije stupanj slobode dizajnera smatra povećanim ili jako povećanim kad se mogu zamisliti različita ustrojstva istog proizvoda (vidjeti u tom smislu presudu od 13. studenoga 2012., Radijatori za grijanje, T-83/11 i T-84/11, EU:T:2012:592, t. 46. do 52.), kad se

proizvod može proizvesti u različitim oblicima, bojama ili od različitih materijala (vidjeti u tom smislu presudu od 5. srpnja 2017., Gamet/EUIPO – „Metal-Bud II” Robert Gubała (Kvaka za vrata), T-306/16, neobjavljena, EU:T:2017:466, t. 45. do 47.), kad je opis proizvoda širok i ne sadržava detalje o vrsti i uporabi (vidjeti u tom smislu presudu od 15. listopada 2015., Promarc Technics/OHIM – PIS (Dijelovi za vrata), T-251/14, neobjavljena, EU:T:2015:780, t. 55.) ili kad funkcionalna ograničenja koja se odnose na određene ključne elemente ne mogu značajno utjecati na oblik i opći izgled proizvoda jer on može imati različite oblike i može se opremiti na različite načine (vidjeti u tom smislu presude od 14. lipnja 2011., Sat pričvršćen na traku, T-68/10, EU:T:2011:269, t. 68. i 69.; od 21. studenoga 2013., El Hogar Perfecto del Siglo XXI/OHIM – Wenf International Advisers (Vadičep), T-337/12, EU:T:2013:601, t. 36. do 39. i od 29. listopada 2015., Roca Sanitario/OHIM – Villeroy & Boch (Slavine s jednom ručkom), T-334/14, neobjavljena, EU:T:2015:817, t. 45. do 52.). To je u biti tako u ovom slučaju, posebno u pogledu oblika i korištenih materijala.

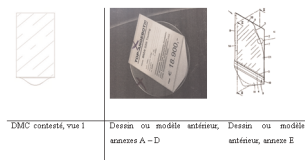
- 80 Iz toga slijedi da je stupanj slobode dizajnera u razvoju „informativnih ploča za vozila” povećan, kako u pogledu oblika i veličine proizvoda tako i što se tiče korištenog materijala, kao što je pravilno utvrdilo žalbeno vijeće u točkama 27. do 29. pobijane odluke.
- 81 Prvi prigovor se stoga ne može prihvatiti.

Usporedba općih dojmova

- 82 Drugim prigovorom tužitelj prigovara utvrđenju žalbenog vijeća iz točaka 33. i 34. pobijane odluke prema kojem upućeni korisnik ne pridaje posebnu pozornost razlici u odnosu između duljine i širine (u ovom slučaju 2:1 ili 2,2:1 umjesto formata A 4) te razlici u obliku krilca koje se nalazi u donjem dijelu osporavanog dizajna i dizajna na koji se poziva protiv njega. Prema tužiteljevu mišljenju osporavani je dizajn „izdužen i djeluje gotovo elegantno”, „nudi, s obzirom na niži stupanj slobode dizajnera u razvoju, vanjski izgled visoke kvalitete” i ostavlja „elegantan dojam izduženog pravokutnika” te „djeluje krhko, neagresivno, za razliku od dizajna iz Priloga E”, dok potonji ostavlja „teški i grubi dojam” te su dizajni navedeni u prilogima A do E svi „grubo i posve neskladno oblikovani”, kada je riječ o kombinaciji dijela s krilcem i dijela s tablicom koji daje oblik cijelom proizvodu, i ostavljaju „grubi i obrtnički dojam”, „bez profinjenosti ili elegancije.”
- 83 Prema ustaljenoj sudskoj praksi, individualni karakter dizajna proizlazi iz ukupnog dojma razlike ili nepostojanja „dèjà vu” efekta, sa stajališta upućenog korisnika, vezano za prvenstvo u okviru skupnosti postojećih dizajna, bez uzimanja u obzir razlika koje nisu dovoljno istaknute da bi utjecale na navedeni ukupni dojam, iako su veće od nebitnih detalja, ali uzimajući u obzir razlike koje su dovoljno istaknute da bi stvorile ukupno različite dojmove (vidjeti presudu od 7. studenoga 2013., Puma u skoku, T-666/11, neobjavljena, EU:T:2013:584, t. 29. i navedenu sudsku praksu; presude od 21. lipnja 2018., Otirač, T-227/16, neobjavljena, EU:T:2018:370, t. 72. i od 29. studenoga 2018., Raspršivač boje, T-651/17, neobjavljena, EU:T:2018:855, t. 39.).
- 84 Ocjenu individualnog karaktera dizajna treba provesti u odnosu na jedan ili više preciziranih pojedinačnih dizajna iz ukupnosti dizajna ranije učinjenih dostupnima javnosti, a ne u odnosu na kombinaciju pojedinih elemenata, koji se odnose na više ranijih dizajna (vidjeti, u tom smislu, presude od 19. lipnja 2014., Karen Millen Fashions, C-345/13, EU:C:2014:2013, t. 25. i 35. i od 21. rujna 2017., Easy Sanitary Solutions i EUIPO/Group Nivelles, C-361/15 P i C-405/15 P, EU:C:2017:720, t. 61.). Usporedba ukupnih dojmova koje ostavljaju dizajni mora biti sintetička i ne može se ograničiti na analitičku usporedbu nabiranja sličnosti i razlika. Ta usporedba mora se provesti na temelju značajki dizajna koji su dostupni javnosti i odnositi se samo na stvarno zaštićene elemente, a ne uzimaju se u obzir obilježja, osobito tehnička, koja su isključena od zaštite. Navedena usporedba mora se odnositi na dizajn kako je registriran, pri čemu se ne može zahtijevati od podnositelja zahtjeva za proglašavanje ništavosti grafički prikaz dizajna na koji se poziva, a koji je usporediv s prikazom navedenim u zahtjevu za registraciju osporavanog dizajna (vidjeti u tom smislu presudu od 7. studenoga 2013., Puma u skoku,

T-666/11, neobjavljena, EU:T:2013:584, t. 30. i navedenu sudsku praksu; od 13. lipnja 2017., Ball Beverage Packaging Europe/EUIPO – Crown Hellas Can (Limenke), T-9/15, EU:T:2017:386, t. 79. i od 17. studenoga 2017., Kuhinjska napa, T-684/16, neobjavljena, EU:T:2017:819, t. 43.).

85 U ovom slučaju žalbeno je vijeće usporedilo sljedeće dizajne:



- 86 Žalbeno vijeće u točki 32. pobijane odluke nije uzelo u obzir prikaz informacija koji se nalazio u dokumentaciji iz priloga A do D zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim jer je upućenom korisniku bilo jasno da informativne ploče za vozila služe za pojedinačni prikaz cijena, tako da u ukupnom dojmu neće pridati važnost konkretnom tekstu. U točki 33. pobijane odluke zaključilo je da se i osporavani i raniji dizajn sastoje od prozirne površine pod koju se može stavljati list papira; njihov je osnovni oblik pravokutan, ali postoje određene razlike u odnosu između duljine i širine; da ta dva dizajna u donjem dijelu imaju krilce u obliku parabole i da, dok kod ranijeg dizajna parabola siječe pravokutnik na rubovima, u osporavanom dizajnu parabola dotiče pravokutnik ponešto preusmjerena po širini. U točki 34. pobijane odluke žalbeno vijeće je, međutim, smatralo da su te razlike neznatne i ne mijenjaju ukupan dojam koji ostavljaju dva dizajna. Prema njegovu mišljenju, upućeni korisnik neće posvetiti posebnu pozornost razlici u odnosu između duljine i širine pravokutnika, posebno jer je oblik krilca gotovo isti; i činjenica da se kod ranijeg dizajna, za razliku od osporavanog dizajna, krilce proteže cijelim donjim dijelom ne smatra se bitnom.
- 87 U tom pogledu, Opći sud smatra da je dovoljno uzeti u obzir raniji dizajn prikazan u dokumentima iz priloga B i C zahtjevu za proglašavanje dizajna ništavim.
- 88 Najprije valja istaknuti da ukupnim dojmom koji na upućenog korisnika ostavljaju suprotstavljeni dizajni dominira pravokutni oblik s prozirnom površinom i trokutastim krilcem u donjem dijelu. Sinergija tih triju osnovnih svojstava ostavlja sličan ukupni dojam.
- 89 Nadalje, valja utvrditi da su razlike između suprotstavljenih dizajna koje se odnose na vezu između duljine i širine neznatno više izduljenog gornjeg pravokutnog dijela te neznatno više zakrivljeni ili paraboloidni oblik i ponešto po širini preusmjereno trokutasto krilce u osporavanom dizajnu relativno male.
- 90 Međutim, valja podsjetiti na to da usprkos relativno povećanom stupnju pažnje, upućeni korisnik neće detaljno primijetiti minimalne razlike koje bi mogle postojati među suprotstavljenim dizajnima (vidjeti točku 72. ove presude).
- 91 Prema tome, te razlike ne mogu otkloniti dojam „dèjà vu” koji ostavljaju suprotstavljeni dizajni s obzirom na njihove zajedničke elemente koji su dio njihovih najvidljivijih i najznačajnijih elemenata (vidjeti, u tom smislu, presude od 29. listopada 2015., Slavine s jednom ručkom, T-334/14, neobjavljena, EU:T:2015:817, t. 74. i od 28. rujna 2017., Rühland/EUIPO – 8 seasons design (Lampa u obliku zvijezde), T-779/16, neobjavljena, EU:T:2017:674, t. 43.).
- 92 Stoga valja zaključiti da su takve razlike i dalje nedovoljno izražene da bi same po sebi ostavile dojam različit od onog koji ostavlja raniji dizajn, uzimajući u obzir povećani stupanj slobode dizajnera u razvoju dizajna. One stoga ne mogu dati individualni karakter osporavanom dizajnu.

- 93 Slijedom toga, žalbeno je vijeće, a da pritom nije počinilo pogrešku, uzimajući u obzir u svojoj procjeni razlike na koje sa pozvao tužitelj, smatralo da suprotstavljeni dizajni ostavljaju isti ukupni dojam na upućenoga korisnika i da osporavani dizajn nema individualni karakter.
- 94 Drugi prigovor se stoga ne može prihvatiti.
- 95 S obzirom na sva prethodna razmatranja, valja odbiti četvrti tužbeni razlog kao neosnovan, a stoga i tužbu u cijelosti.

Troškovi

- 96 Sukladno članku 134. stavku 1. Poslovnika Općeg suda, stranka koja ne uspije u postupku dužna je, na zahtjev protivne stranke, snositi troškove. Međutim, prema članku 135. stavku 1. Poslovnika, kad to zahtijeva pravičnost, Opći sud može odlučiti da stranka koja ne uspije u postupku, osim vlastitih troškova, snosi samo dio troškova druge stranke ili da ih ne snosi uopće.
- 97 U konkretnom slučaju tužitelj je stranka koja nije uspjela u postupku i EUIPO je izričito zatražio da se tužitelju naloži snošenje troškova. Međutim, s obzirom na okolnosti slučaja, a posebno na EUIPO-ovu neurednu dostavu tužitelju stranica dvaju kataloga (vidjeti točke 28. do 39. ove presude), pravičnost zahtijeva u skladu s člankom 135. stavkom 1. Poslovnika da svaka stranka snosi vlastite troškove.

Slijedom navedenog,

OPĆI SUD (osmo vijeće)

proglašava i presuđuje:

- 1. Tužba se odbija.**
- 2. Visi/one GmbH i Ured Europske unije za intelektualno vlasništvo (EUIPO) snosit će vlastite troškove.**

Collins

Kancheva

De Baere

Objavljeno na javnoj raspravi u Luxembourggu 13. lipnja 2019.

Potpisi

Sadržaj

Okolnosti spora	2
Zahtjevi stranaka	4
Pravo	4
Prvi tužbeni razlog, koji se temelji na pogrešnoj ocjeni dokaza koji se odnose na otkrivanje „ranijeg dizajna” kršenjem članka 7. stavka 1. Uredbe br. 6/2002	4
Drugi tužbeni razlog, koji se temelji na povredi prava na saslušanje, u skladu s člankom 62. drugom rečenicom Uredbe br. 6/2002	9
Treći tužbeni razlog, koji se temelji na povredi obveze obrazlaganja, u skladu s člankom 62. prvom rečenicom Uredbe br. 6/2002	10
Četvrti tužbeni razlog, koji se temelji na pogrešnoj ocjeni individualnog karaktera osporavanog dizajna, kršenjem članka 6. i članka 25. stavka 1. točke (b) Uredbe br. 6/2002	11
Upućeni korisnik	12
Stupanj slobode dizajnera	13
Usporedba općih dojmova	15
Troškovi	17