

GRUPO PROMER MON GRAPHIC / VRDT – PEPSICO
(APSKRITIMO FORMOS REKLAMINIO ĮTAISO PAVAIZDAVIMAS)
BENDROJO TEISMO (penktoji kolegija) SPRENDIMAS

2010 m. kovo 18 d.*

Byloje T-9/07

Grupo Promer Mon Graphic, SA, įsteigta Sabadelyje (Ispanija), atstovaujama
advokato R. Almaraz Palmero,

ieškovė,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui)
(VRDT), atstovaujamą A. Folliard-Monguiral,

atsakovę,

* Proceso kalba: anglų.

dalyvaujant kitai procedūros VRDT apeliacinėje taryboje šaliai, įstojusiai į bylą Bendrajame Teisme,

PepsiCo, Inc., įsteigta Niujorke, Niujorkas (Jungtinės Amerikos Valstijos), atstovaujama advokatų E. Armijo Chávarri ir A. Castán Pérez-Gómez,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2006 m. spalio 27 d. Vidaus rinkos derinimo tarnybos (VRDT) trečiosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 1001/2005-3), susijusio su dizaino registracijos pripažinimo negaliojančia procedūra tarp *Grupo Promer Mon Graphic, SA* ir *PepsiCo, Inc.*,

BENDRASIS TEISMAS (penktoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas M. Vilaras, teisėjai M. Prek ir V. M. Ciucă (pranešėjas),

posėdžio sekretorius J. Palacio González, vyriausiasis administratorius,

susipažinęs su ieškiniu, pateiktu Teismo kanceliarijoje 2007 m. sausio 9 d.,

susipažinęs su VRDT atsakymu į ieškinį, pateiktu Teismo kanceliarijoje 2007 m. balandžio 27 d.,

susipažinęs su įstojusios į bylą šalies atsakymu į ieškinį, pateiktu Teismo kanceliarijoje 2007 m. balandžio 30 d.,

įvykus 2009 m. liepos 8 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

Teisinis pagrindas

1. Reglamentas (EB) Nr. 6/2002

- 1 Taisyklės dėl Bendrijos dizaino įtvirtintos 2001 m. gruodžio 12 d. Tarybos reglamente (EB) Nr. 6/2002 dėl Bendrijos dizaino (OL L 3, 2002, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 13 sk., 27 t., p. 142).
- 2 Reglamento Nr. 6/2002 3 straipsnio a punkte nustatyta:

„Šiame reglamente:

„a) dizainas“ – tai viso gaminio ar jo dalies vaizdas, susidarantis dėl paties gaminio ir (arba) jo ornamentikos specifinių linijų, kontūrų, spalvų, formos, tekstūros ir (arba) medžiagų savybių.“

3 Pagal Reglamento Nr. 6/2002 10 straipsnį:

„1. Bendrijos dizaino teikiama apsauga saugo bet kokį dizainą, kuris informuotam vartotojui nesudaro skirtingo bendro įspūdžio.

2. Vertinant apsaugos apimtį, atsižvelgiama į dizainerio laisvės mastą kuriant tą dizainą.“

4 Reglamento Nr. 6/2006 bylos faktinėms aplinkybėms taikomoje 25 straipsnio redakcijoje numatyta:

„1. Bendrijos dizainas pripažįstamas negaliojančiu tik šiais atvejais:

a) jeigu tas dizainas neatitinka 3 straipsnio a punkte pateikto apibrėžimo;

b) jeigu jis neatitinka 4–9 straipsnių reikalavimų;

- c) teismui priėmus sprendimą, kad teisės savininkas neturi teisės į Bendrijos dizainą pagal 14 straipsnio nuostatas;

- d) jeigu yra prieštaravimas tarp Bendrijos dizaino ir ankstesnio dizaino, kuris tapo prieinamas visuomenei po paraiškos padavimo datos arba, jeigu prašoma prioriteto – po prioriteto datos, ir kuris nuo ankstesnės datos negu minėtoji data turi registruotojo Bendrijos dizaino arba paraiškos dėl registruotojo Bendrijos dizaino arba atitinkamos valstybės narės suteiktos teisės į dizainą arba paraiškos dėl tokios teisės teikiamą apsaugą;

- e) jeigu vėlesniame dizaine panaudotas skiriamasis ženklas ir jeigu tą ženklą reglamentuojanti Bendrijos teisė arba atitinkamos valstybės narės įstatymai teisių į ženklą savininkui suteikia teisę uždrausti taip naudoti ženklą;

- f) jeigu dizainas yra sukurtas be leidimo naudojant atitinkamos valstybės narės autorių teisės saugomą kūrinį;

- g) jeigu tas dizainas yra sukurtas nepagrįstai naudojant Paryžiaus konvencijos dėl pramoninės nuosavybės saugojimo (toliau – Paryžiaus konvencija) 6 ter straipsnyje išvardytus ženklus arba minėtosios konvencijos 6 ter straipsnyje nenurodytus ženklus, simbolius ir herbo skydus, turinčius atitinkamoje valstybėje narėje ypatingą visuomeninę reikšmę.

<...>

3. Šio straipsnio 1 dalies d, e ir f punktuose nurodytais pagrindais gali remtis tik pareiškėjas arba [ankstesnės teisės] savininkas.

<...>“

5 Reglamento Nr. 6/2002 36 straipsnyje nustatyta:

„<...>

2. Paraiškoje taip pat turi būti sąrašas gaminių, kuriuose numatyta pritaikyti dizainą arba kuriuose numatyta tą dizainą panaudoti.

<...>

6. Šio straipsnio 2 dalyje ir 3 dalies a ir d punktuose nurodyta informacija savaime neturi įtakos dizaino apsaugos apimčiai.“

6 Pagal Reglamento Nr. 6/2002 43 straipsnį „<...> 25 straipsnio 1 dalies d punkte <...> numatyta prioriteto data laikoma registruotojo Bendrijos dizaino paraiškos padavimo data“.

- 7 Reglamento Nr. 6/2002 52 straipsnio 1 dalyje numatyta, kad „pagal 25 straipsnio 2, 3, 4 ir 5 dalių nuostatas [nepažeidžiant 25 straipsnio 2, 3, 4 ir 5 dalių nuostatų] bet koks fizinis ar juridinis asmuo, taip pat įgaliota valdžios institucija gali paduoti (VRDT) paraišką dėl registruotojo [įregistruoto] Bendrijos dizaino paskelbimo negaliojančiu“.
- 8 Pagal Reglamento Nr. 6/2002 61 straipsnio 1 dalį „Teisingumo Teisme galima iškelti bylas dėl apeliacinių tarybų priimtų sprendimų dėl apeliacijų“.
- 9 Reglamento Nr. 6/2002 62 straipsnio pirmajame sakinyje nurodyta, kad „(VRDT) sprendimuose nurodomi juos pagrindžiantys motyvai“.

2. Direktyva 98/71/EB

- 10 1998 m. spalio 13 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 98/71/EB dėl teisinės dizaino apsaugos (OL L 289, p. 28, 2004 m.; specialusis leidimas lietuvių k., 13 sk., 21 t., p. 120) 1 straipsnio a punkte nustatyta:

„Šioje direktyvoje:

- a) „dizainas“ – tai viso gaminio ar jo dalies vaizdas, susidarantis dėl paties gaminio ir (arba) jo ornamentikos specifinių linijų, kontūrų, spalvų, formos, tekstūros ir (arba) medžiagų savybių.“

¹¹ Pagal Direktyvos 98/71 9 straipsnį:

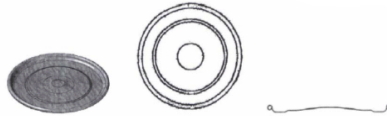
„1. Teisė į dizainą saugo bet kokią dizainą, kuris informuotam naudotojui nesudaro skirtingo bendro įspūdžio.

2. Vertinant apsaugos apimtį, atsižvelgiama į dizainerio laisvės mastą kuriant savo dizainą.“

Ginčo aplinkybės

¹² 2003 m. rugsėjo 9 d., remdamasi Reglamentu Nr. 6/2002, įstojusi į bylą šalis *PepsiCo, Inc.* pateikė Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT) paraišką įregistruoti Bendrijos dizainą. Pateikiant paraišką įregistruoti buvo paprašyta suteikti prioritetą Ispanijos dizainui Nr. 157156, kurio paraiška įregistruoti pateikta 2003 m. liepos 23 d. ir paskelbta 2003 m. lapkričio 16 dieną.

- 13 Bendrijos dizainas buvo įregistruotas Nr. 74463-0001 šiems gaminiams: „Žaidimų reklaminiai gaminiai“. Jis pavaizduotas taip:



- 14 2004 m. vasario 4 d., remdamasi Reglamento Nr. 6/2002 52 straipsniu, ieškovė *Grupo Promer Mon Graphic, SA* pateikė paraišką dėl dizaino registracijos Nr. 74463-0001 (toliau – ginčijamas dizainas) pripažinimo negaliojančia.

- 15 Paraiška dėl negaliojimo pripažinimo buvo grindžiama Bendrijos dizainu, įregistruotu Nr. 53186-0001 (toliau – ankstesnis dizainas), kurio paraiška įregistruoti pateikta 2003 m. liepos 17 d. ir dėl kurio paprašyta suteikti prioritetą Ispanijos dizainui Nr. 157098, kurio paraiška įregistruoti buvo pateikta 2003 m. liepos 8 d. ir paskelbta 2003 m. lapkričio 1 dieną. Ankstesnis dizainas įregistruotas šiam gaminiui: „Žaidimų metalo plokštės“. Jis pavaizduotas taip:



- 16 Paraiška dėl negaliojimo pripažinimo buvo grindžiama tuo, kad ginčijamas dizainas nepasižymi naujumu ir neturi individualių savybių Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies b punkto prasme, bei tuo, kad egzistuoja ankstesnė teisė šio reglamento 25 straipsnio 1 dalies d punkto prasme.
- 17 2005 m. birželio 20 d. VRDT anuliavimo skyrius pripažino ginčijamą dizainą negaliojančiu remdamasis Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punktu.
- 18 2005 m. rugpjūčio 18 d. įstojusi į bylą šalis, vadovaudamasi Reglamento Nr. 6/2002 55–60 straipsniais, pateikė apeliaciją VRDT dėl Anuliavimo skyriaus sprendimo.
- 19 2006 m. spalio 27 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) VRDT trečioji apeliacinė taryba panaikino Anuliavimo skyriaus sprendimą ir atmetė paraišką dėl negaliojimo pripažinimo. Atmesdama ieškovės argumentą, kad įstojusi į bylą šalis buvo nesąžininga, Apeliacinė taryba iš esmės manė, kad ginčijamas dizainas neprieštarauja ankstesnei ieškovės teisei ir kad neįvykdytos Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punkto sąlygos. Šiuo atžvilgiu Apeliacinė taryba manė, kad su nagrinėjamais dizainais susiję gaminiai priklauso ypatingai reklaminių gaminių kategorijai, t. y. „tazos“ arba „rappers“, ir kad dėl to dizainerio, kuriam pavesta kurti tokius reklaminius gaminius, laisvė yra „stipriai apribota“. Apeliacinė taryba iš to padarė išvadą, kad aptariamų dizainų profilio skirtumo pakanka padaryti išvadą, kad informuotam vartotojui jie sukelia skirtingą bendrą išpūdį.

Procesas ir šalių reikalavimai

20 Ieškovė Teismo prašo:

- panaikinti ginčijamą sprendimą,

- priteisti iš VRDT ir įstojusios į bylą šalies bylinėjimosi išlaidas, patirtas Teisme ir Trečiojoje apeliacinėje taryboje.

21 VRDT ir įstojusi į bylą šalis Teismo prašo:

- atmesti ieškinį,

- priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

1. Dėl Teisme pirmą kartą pateiktų dokumentų

- 22 VRDT ir įstojusi į bylą šalis ginčija ieškinio prieduose Nr. 6–9 esančių dokumentų, kurie nebuvo pateikti ankstesnėje procedūros stadijoje, priimtinumą. Dokumentas Nr. 6 yra ištrauka iš VRDT interneto tinklalapio, susijusi su dvių Bendrijos dizainų registracijomis, paskelbtomis 2004 m. kovo 9 d. ir vaizduojančiomis šešiakampes žaidimo detales. Dokumentas Nr. 7 yra ieškovės ir kitos bendrovės sudaryto privataus susitarimo kopijos dalis. Dokumentas Nr. 8 yra ištrauka iš interneto tinklalapio, kurioje pateikta informacija apie „pogs“ ir „tazos“. Dokumente Nr. 9 išdėstytas ieškovės gaminių asortimentas, vadinamas „BEYBLADE™ SPINNERS“.
- 23 Atsakydama į Teismo užduotą klausimą ieškovė patvirtino, kad dokumentus Nr. 6–9 pirmą kartą pateikė Teisme, kartu patikslindama, kad tai ji padarė atsižvelgusi į ginčijamo sprendimo motyvus ir jo rezoliucinę dalį.
- 24 Į šiuos pirmą kartą Teisme pateiktus dokumentus negali būti atsižvelgta. Iš tikrųjų Teisme nagrinėjamas ieškinys yra susijęs su VRDT Apeliacinių tarnybų sprendimų teisėtumo priežiūra Reglamento Nr. 6/2002 61 straipsnio prasme, todėl Teismo kompetencija nėra peržiūrėti faktines aplinkybes pagal pirmą kartą jam pateiktus dokumentus. Taigi minėti dokumentai yra atmestini, nesant reikalo nagrinėti jų įrodomosios galios (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2005 m. lapkričio 24 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Sadas prieš VRDT – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE)*, T-346/04, Rink. p. II-4891, 19 punktą ir nurodytą teismo praktiką).

- 25 Be to, šios išvados nepaneigia per teismo posėdį ieškovės pateiktas argumentas, kad ji minėtus dokumentus pateikė atsižvelgusi į ginčijamo sprendimo turinį.

2. Dėl esmės

- 26 Ieškovė remiasi trimis ieškinio pagrindais, susijusiais, pirma, su įstojusios į bylą šalies nesąžiningumu ir siauru Reglamento Nr. 6/2002 aiškinimu ginčijamame sprendime, antra, su tuo, kad ginčijamas dizainas nepasižymi naujumu, ir, trečia, su Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punkto pažeidimu.

Dėl ieškinio pagrindo, susijusio su įstojusios į bylą šalies nesąžiningumu ir siauru Reglamento Nr. 6/2002 aiškinimu

- 27 Ieškovė ginčija ginčijamą sprendimą dėl to, kad Apeliacinė taryba siaurai aiškino Reglamentą Nr. 6/2002 neatsižvelgusi į įstojusios į bylą šalies nesąžiningumą. Šiuo klausimu ieškovė remiasi tuo, kad 2003 m. vasario 21 d. laišku per verslo susitikimą įstojusiai į bylą šaliai buvo „privačiai ir konfidencialiai“ „atskleistas“ jos ankstesnis dizainas ir vėliau pateikta pagrindinių minėto dizaino linijų ginčijamame dizaine kopija. Todėl data, kada ankstesnis dizainas tapo prieinamas visuomenei, mažai svarbi, o dėl to, kad paskelbimo datos abejotinos, šiuo atveju svarbu tik tai, ar ankstesnis dizainas buvo pateiktas registruoti prieš ginčijamą dizainą ir ar prašomo prioriteto data yra ankstesnė.

- 28 VRDT ir įstojusi į bylą šalis ginčija ieškovės argumentus.

- 29 Ginčijamo sprendimo 25 punkte Apeliacinė taryba nusprendė, kad argumentas, jog ginčijamo dizaino savininkas buvo nesąžiningas, nereikšmingas, nes svarbu sužinoti ne tai, ar vienas iš nagrinėjamų dizainų buvo nukopijuotas nuo kito, o tai, ar jie sukeltą tą patį bendrą įspūdį.
- 30 Teismas pažymi, kad Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalyje įtvirtintas Bendrijos dizaino negaliojimo pagrindų sąrašas. Šį sąrašą reikia laikyti baigtiniu, nes minėtame straipsnyje nustatyta, jog dizainas gali būti pripažintas negaliojančiu tik dėl kurio nors iš jame numatytų pagrindų. Reikia konstatuoti, kad tarp jų nėra paminėtas ginčijamo dizaino savininko nesąžiningumas.
- 31 Be to, reikia priminti, kad paraiškoje dėl negaliojimo pripažinimo ieškovė rėmėsi tuo, kad ginčijamas dizainas nepasižymi naujumu ir neturi individualių savybių Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies b punkto prasme, bei tuo, kad egzistuoja ankstesnė teisė minėto reglamento 25 straipsnio 1 dalies d punkto prasme. Todėl nagrinėjant šiuos negaliojimo pagrindus, reikia manyti, kad klausimas, ar įstojusi į bylą šalis tariamai buvo nesąžininga, nesvarbus, nes nereikia priimti sprendimo dėl ginčijamo dizaino savininko elgesio.
- 32 Galiausiai, priešingai nei teigia ieškovė, būtent data, kada dizainas, kuriuo remiamasi paraiškoje dėl negaliojimo pripažinimo, tapo prieinamas visuomenei, yra vienas iš Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies b ir d punktų taikymo kriterijų. Ieškovė nurodo, kad ankstesnis dizainas įstojusiai į bylą šaliai buvo „privaciai ir konfidencialiai“ „atskleistas“ 2003 m. vasario 21 d. laišku ir tapo prieinamas visuomenei 2003 m. lapkričio 1 dieną. Todėl reikia konstatuoti, kad 2003 m. vasario 21 d. minėtas dizainas netapo prieinamas visuomenei ir kad šiuo „atskleidimu“ negalima remtis siekiant taikyti Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies b ir d punktus.
- 33 Todėl reikia atmesti ieškinio pagrindą, susijusį su įstojusios į bylą šalies nesąžiningumu ir siauru Reglamento Nr. 6/2002 aiškinimu.

- 34 Toliau reikia išnagrinėti ieškinio pagrindą, susijusį su Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punkto pažeidimu.

Dėl ieškinio pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punkto pažeidimu

Šalių argumentai

- 35 Visų pirma ieškovė teigia, kad patys „tazos“ arba „rappers“ nėra gaminių kategorija, ir jie priklauso žaidimų reklaminių gaminių kategorijai. Ieškovė kaltina Apeliacinę tarybą, kad ji ginčijamo sprendimo 16–18 punktuose gaminius, kurie žinomi pavadinimais „tazos“, „pogs“ arba „rappers“, nurodė tarytum jie būtų tapatūs, ir nusprendė, kad žodis „tazos“ yra anglų kalbos žodžio „rappers“ vertimas į ispanų kalbą. 1920 metais sukurti „pogs“ yra dviejų labai plokščių sunkiai pajudinamų ar apverčiamų plokštumų detalės iš kartono. Tačiau „rappers“ paviršius yra metalinis, juos galima lengvai judinti ar apversti. Dėl jų centrinės dalies ir dėl to, kad sudaryti iš metalo, jie labai skiriasi nuo „pogs“ ir „tazos“, kurie sukurti 1994–1998 metais, ir dėl to su jais galima kitaip žaisti.
- 36 Antra, remdamasi žaidimų reklaminių gaminių kategorija, ieškovė ginčija ginčijamo sprendimo 20 punkte padarytą vertinimą, pagal kurį dizainerio laisvė kuriant ginčijamą dizainą buvo „smarkiai apribota“.
- 37 Trečia, informuotas vartotojas yra maždaug 5–10 metų vaikas, o ne rinkodaros vadovas, kaip tai nurodyta ginčijamo sprendimo 16 punkte. Toks vadovas maisto

pramonėje nėra galutinis vartotojas ir jo pastabumo laipsnis yra didesnis nei paprasto vartotojo.

- 38 Ketvirta, nagrinėjami dizainai sukelia tą patį bendrą įspūdį, nes, priešingai nei ginčijamo sprendimo 22 ir 24 punktuose pateiktoje analizėje, nagrinėjamų dizainų profilio skirtumai nėra akivaizdūs, norint juos aptikti reikia ypatingo pastabumo ir dėmesingai apžiūrėti diską. Ieškovė abejoja, kad mažas vaikas juos labai dėmesingai apžiūrinės iš profilio, kad aptiktų jų skirtumus.
- 39 Pirma, VRDT teigia, kad šalys turi pateikti informaciją apie konkretų nagrinėjamo gaminio pobūdį, atitinkamos rinkos ypatybes ir apie tai, kaip informuotas vartotojas suvokia dizainus šioje rinkoje. Apeliacinėje taryboje įstojusi į bylą šalis pateikė informaciją apie nagrinėjamą gaminį ir „staiga paaiškėjo“, kad „pogs“ priklauso ypatingos kategorijos gaminiams, kurie turi savitą rinką ir kurių ypatingas vartojimo būdas daro įtaką formai ir charakteristikoms. Remdamasi ginčijamo sprendimo 17 punktu, VRDT teigia, kad ieškovė taip įrodė, jog informuotam vartotojui buvo pažįstamos apvalios ir plokščios formos žaidimo detalės, kurios galbūt buvo platinamos kaip reklaminiai gaminiai, ypač maisto produktų sektoriuje.
- 40 Antra, VRDT primena, kad, kaip nurodyta ginčijamo sprendimo 20 punkte, visi Apeliacinėje taryboje šalių pateikti „pogs“ yra sudaryti iš plokščių plastikinių arba kartoninių diskų, ant kurių yra išspausdinti paveikslėliai ir kurių centrinė iškilusi dalis naudojama išgauti garsą spaudžiant „pog“ centrą. VRDT priduria, kad ši centrinė iškilusi disko dalis turi būti iš metalo tam, kad sukeltų garsą; ši dalis leidžia padidinti jo gebėjimą apsiversti siekiant žaidimo netikėtumo, ir jos forma turi būti elementari, kad nedeformuotų ant „pogs“ pavaizduoto paveikslėlio. Saugos sumetimais kraštai turi būti suapvalinti, o iškilusi centrinė dalis neturi būti aukščiau nei kraštas, kad „pogs“ būtų galima sudėti į krūvą. Todėl pagrįsta Apeliacinės tarybos išvada, kad dizainerio laisvė dėl šių suvaržymų apribota. Galiausiai VRDT priduria, kad ginčijamo sprendimo 24 punkte padaryta išvada yra pagrįsta, jei Teismas pritartų, jog ankstesnio dizaino prioriteto dieną informuotas vartotojas tikėjosi tokio gaminio,

kaip antai „pog“, arba bent jau bet kokio kitokio šios ypatingos gaminių kategorijos disko formos gaminio, nes būtent tokia forma atitiko standartą nagrinėjamame pramonės sektoriuje.

- 41 Trečia, informuotas vartotojas turi žinių, taigi pastabus, ir jis turi tam tikros informacijos apie dizaino nuosavybę, taip pat apie gaminio tendencijas atitinkamoje rinkoje. Vis dėlto jis nėra nagrinėjamo gaminio dizaineris ar gamintojas. Jis, be kita ko, gali tiesiogiai palyginti nagrinėjamus dizainus. Atsakydama į ieškovės argumentą VRDT nurodo, kad šiuo atveju 5–10 metų amžiaus vaikas yra tiek pat ar netgi pastabesnis, nei bet kokios kitos kategorijos suaugusieji.
- 42 Ketvirta, VRDT teigimu, ieškovė pritaria ginčijamo sprendimo 22 ir 23 punktuose atliktą analizę, pagal kurią turi būti lyginami tik dizainų grafiniai pavaizdavimai. Tai, kad nagrinėjami dizainai yra skirti naudoti metaliniams diskams, yra nesvarbu, nes tai nenurodyta registracijose. Ginčijamame sprendime nurodyti profilio skirtumai, nes vaizdas iš viršaus neleidžia matyti nagrinėjamų dizainų perspektyvų. Atsižvelgiant į ribotą dizainerio laisvę, net sąlyginai mažų skirtumų pakanka skirtingam bendram įspūdžiui sukelti. Nagrinėjami dizainai skiriasi dviem pagrindiniais aspektais, kurių atžvilgiu pasireiškia dizainerio laisvė, t. y. dekoratyvinio motyvo „pogs“ centre pasirinkimas ir jo konfigūracija ant šios iškilusios plokštumos.
- 43 Pirma, įstojusios į bylą šalies teigimu, „tazos“ arba „rappers“ sudaro ypatingą reklaminį gaminių kategoriją, kuriai priklauso metaliniai „tazos“ arba „rappers“. Ji prekiauja šio tipo gaminiiais daugiau kaip 10 metų. Be to, tai, kad jie turi būti iš metalo, neturi reikšmės, nes tai tik funkcinis elementas.

- 44 Antra, visi šalių VRDT pateikti „tazos“ arba „rappers“ pavyzdžiai rodo, kad gaminiai, kurias prekiauja ieškovė ir įstojusi į bylą šalis, yra apvalios formos, plokšti, su suapvalintu kraštu ir spalvotais paveikslėliais. Nagrinėjamų gaminių atžvilgiu dizainerio laisvės mastas yra labai mažas, ir pakanka smulkių detalių skirtingam bendram išpūdžiui sukelti.
- 45 Trečia, kalbant apie informuotą vartotoją, ar tai būtų vaikas, ar rinkodaros vadovas, esminis dalykas yra tas, kad jis būtų informuotas apie „tazos“ arba „rappers“ fenomeną, kaip tai pažymi Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 17 ir 19 punktuose. Kadangi minėtas vartotojas galės pastebėti visus mažus nuo standarto nukrypstančius įvairių „tazos“ arba „rappers“ tipų skirtumus, rinkodaros bendrovės rinkoje pasiūlys juos labiau patobulintus.
- 46 Ketvirta, nagrinėjami dizainai sukelia skirtingą bendrą išpūdį, kaip tai įrodo Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 21–26 punktuose. Viršutinės nagrinėjamų dizainų dalys, t. y. vartotojų labiausiai matomos dalys, turi esminių skirtumų, kurių negalima laikyti nereikšmingais, juo labiau informuoto vartotojo požiūriu.

Bendrojo Teismo vertinimas

- 47 Pagal Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punktą Bendrijos dizainas pripažįstamas negaliojančiu, jeigu yra prieštaravimas tarp Bendrijos dizaino ir ankstesnio dizaino, kuris tapo prieinamas visuomenei po paraiškos padavimo datos arba, jeigu prašoma, prioriteto datos, ir kuris nuo ankstesnės datos negu minėtoji data turi registruotojo Bendrijos dizaino arba paraiškos dėl registruotojo Bendrijos dizaino, arba atitinkamos valstybės narės suteiktos teisės į dizainą, arba paraiškos dėl tokios teisės teikiamą apsaugą.

- 48 Kadangi pati prieštaravimo sąvoka neapibrėžta Reglamente Nr. 6/2002, reikia ją patikslinti. Ginčijamo sprendimo 14 ir 15 punktuose Apeliacinė taryba, kaip ir Anuliavimo skyrius, manė, kad tarp dviejų dizainų kyla prieštaravimas tada, kai informuotam vartotojui jie sukelia tą patį bendrą įspūdį, ir kad šiuo atžvilgiu reikia atsižvelgti į dizainerio laisvės mastą kuriant ginčijamą dizainą.
- 49 Aiškinant Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punktą reikia priminti, kad pagal Reglamento Nr. 6/2002 10 straipsnį, susijusį su Bendrijos dizainu, ir pagal Direktyvos Nr. 98/71 9 straipsnį, susijusį su valstybėje narėje įregistruotu dizainu, dizainu teikiama apsauga saugo bet kokią dizainą, kuris informuotam vartotojui nesukelia skirtingo bendro įspūdžio, ir, vertinant šios apsaugos apimtį, reikia atsižvelgti į dizainerio laisvės mastą kuriant dizainą.
- 50 Šiuo atžvilgiu visų pirma reikia pažymėti, kad Reglamento Nr. 6/2002 10 straipsnio 1 dalies tekste, kaip ir Direktyvos Nr. 98/71 9 straipsnio 1 dalies tekste, didžiojoje daugumoje kalbinių versijų nurodomas „skirtingas bendras įspūdis“. Dviejose kalbinėse Reglamento Nr. 6/2002 10 straipsnio versijose (prancūzų ir rumunų k. versijos) ir vienoje Direktyvos Nr. 98/71 9 straipsnio versijoje (prancūzų k. versija) nurodytas „skirtingas bendras vaizdinis skirtumas“ (pranc. k. „impression visuelle globale différente“). Tačiau kadangi pagal Reglamento Nr. 6/2002 3 straipsnio a punktą ir Direktyvos Nr. 98/71 1 straipsnio a punktą dizainas yra tik viso gaminio ar jo dalies vaizdas, darytina išvada, kad bendras įspūdis, į kurį daroma nuoroda Reglamento Nr. 6/2002 10 straipsnio 1 dalyje ir Direktyvos Nr. 98/71 9 straipsnio 1 dalyje, gali būti tik vaizdinis. Todėl skirtinga kalbinių versijų formuluotė šiuo atžvilgiu šiai nuostatai nesuteikia kitokios reikšmės.
- 51 Toliau iš Reglamento Nr. 6/2002 10 straipsnio 2 dalies ir Direktyvos Nr. 98/71 9 straipsnio 2 dalies matyti, kad vertinant, ar yra prieštaravimas tarp dizaino ir ankstesnio dizaino, reikia atsižvelgti į dizainerio laisvės mastą kuriant dizainą.

- 52 Todėl Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punktą reikia aiškinti taip, kad Bendrijos dizainas prieštarauja ankstesniam dizainui, kai, atsižvelgus į dizainerio laisvę kuriant minėtą Bendrijos dizainą, šis dizainas informuotam vartotojui nesukelia skirtingo bendro įspūdžio nei tas, kurį sukelia ankstesnis dizainas, kuriuo remiamasi. Taigi Apeliacinė taryba teisingai galėjo taip aiškinti.
- 53 Reikia pažymėti, kad toks Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punkto aiškinimas yra vienintelis, galintis užtikrinti dizaino, kuris yra ankstesnis, kaip aprašyta šioje nuostatoje, savininko teisių apsaugą nuo bet kokio kenkimo minėtam dizainui koegzistuojančiu vėlesniu Bendrijos dizainu, kuris informuotam vartotojui sukelia tokį patį bendrą įspūdį. Iš tikrųjų, aiškinant Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punktą kitaip, ankstesnės teisės savininkas neturėtų galimybės prašyti tokį vėlesnį Bendrijos dizainą pripažinti negaliojančiu ir neturėtų veiksmingos apsaugos, suteikiamos jo dizainu pagal Reglamento Nr. 6/2002 10 straipsnį arba Direktyvos 98/71 9 straipsnį.

— Dėl gaminio, kuriame numatyta pritaikyti ginčijamą dizainą arba kuriame numatyta tą dizainą panaudoti

- 54 Ieškovė ginčija ginčijamą sprendimą dėl to, kad Apeliacinė taryba su nagrinėjamais dizainais susijusią gaminių kategoriją apibrėžė kaip apimančią „pogs“, „rappers“ arba „tazos“, nors šie gaminiai nepriklauso vienai gaminių kategorijai. Ieškovės teigimu, Apeliacinė taryba turėjo atsižvelgti į žaidimų reklaminių gaminių kategoriją.
- 55 Šiuo atžvilgiu reikia pažymėti, kad pagal Reglamento Nr. 6/2002 3 straipsnio a punktą dizainas – tai gaminio vaizdas, todėl paraiškoje registruoti Bendrijos dizainą, vadovaujantis šio reglamento 36 straipsnio 2 dalimi, turi būti sąrašas gaminių, kuriuose

numatyta pritaikyti dizainą arba kuriuose numatyta tą dizainą panaudoti. Tačiau reikia patikslinti, kad nors šiuos gaminius privaloma nurodyti paraiškoje registruoti dizainą, pagal Reglamento Nr. 6/2002 36 straipsnio 6 dalį ši informacija savaime neturi įtakos dizaino apsaugos apimčiai.

- 56 Todėl iš Reglamento Nr. 6/2002 36 straipsnio 6 dalies matyti, kad norint nustatyti gaminį, kuriame numatyta pritaikyti ginčijamą dizainą arba kuriame numatyta tą dizainą panaudoti, reikia atsižvelgti į paraiškoje registruoti minėtą dizainą pateiktą nuorodą į jį bei taip pat prireikus į patį dizainą, jei jis nurodo gaminio pobūdį, paskirtį arba funkciją. Iš tikrųjų atsižvelgimas į patį dizainą gali leisti gaminį identifikuoti registruojant nurodytoje platesnėje gaminių kategorijoje ir todėl realiai nustatyti informuotą vartotoją ir dizainerio laisvės mastą kuriant dizainą.
- 57 Reikia priminti, kad ginčijamo sprendimo 16 ir 20 punktuose Apeliacinė taryba nusprendė, kad gaminiai, kuriuose numatyta pritaikyti nagrinėjamą dizainą arba kuriuose numatyta tą dizainą panaudoti, yra vadinami „pogs“ arba „rappers“ anglų kalba arba „tazos“ ispanų kalba, o Anuliavimo skyrius atsižvelgė į žaidimų reklaminių gaminių kategoriją.
- 58 Šioje byloje ginčijamas dizainas buvo įregistruotas šiems gaminiams: „Žaidimų reklaminiai gaminiai“.
- 59 Nors šalys sutaria, kad ginčijamas dizainas, kaip ir ankstesnis dizainas, skirtas būti panaudotas žaidimų reklaminiams gaminiams, išnagrinėjus patį minėtą dizainą, matyti, kad tai ypatinga žaidimų reklaminių gaminių kategorija. Be to, kaip ginčijamo

sprendimo 17 punkte pažymėjo Apeliacinė taryba, įstojusi į bylą šalis Apeliacinėje taryboje pateikė su aptariamais gaminiais susijusios informacijos, ir ypač susijusios su „tazos“, kuriais ji prekiauja nuo 1995 metų. Taigi Apeliacinė taryba pagrįstai galėjo manyti, kad įstojusi į bylą šalis leido konkrečiai nustatyti gaminių, kuriuos sudaro žaidimų detalės, žinomos pavadinimais „pogs“, „rappers“ arba „tazos“, pobūdį ir funkciją. Be to, ginčijamo sprendimo 16 punkte Apeliacinė taryba patikslino, kad konkrečių žaidimų reklaminiai gaminiai skirti mažiems vaikams ir paprastai naudojami sausainių ir bulvinių traškučių reklamai, ir to šalys neginčijo.

- 60 Darytina išvada, kad Apeliacinė taryba teisingai manė, jog nagrinėjamas gaminys priklausė ypatingai platesnės žaidimų reklaminių gaminių kategorijos kategorijai, kurią sudaro žaidimų detalės, žinomos pavadinimais „pogs“, „rappers“ arba „tazos“.

— Dėl informuoto vartotojo

- 61 Ieškovė ginčija ginčijamą sprendimą dėl to, kad Apeliacinė taryba nusprendė, jog informuotas vartotojas gali būti ir rinkodaros vadovas, nors šioje byloje jis yra maždaug 5–10 metų amžiaus vaikas.

- 62 Kalbant apie informuotą vartotoją, reikia manyti, kad jis nėra nei gaminių, kuriuose numatyta pritaikyti nagrinėjamą dizainą arba kuriuose numatyta tą dizainą panaudoti, gamintojas, nei prekiautojas. Informuotas vartotojas yra ypatingai pastabus ir turi tam tikrų žinių apie ankstesnio kūrinio būklę, t. y. apie su nagrinėjamu gaminiu susijusių dizainų, kurie buvo prieinami paraiškos registruoti ginčijamą dizainą pateikimo dieną, nuosavybę arba tam tikru atveju prašomo prioriteto dieną.

- 63 Šiuo klausimu reikia konstatuoti, kad nors Apeliacinė taryba tiksliai neapibrėžė informuoto vartotojo šioje byloje, ji, priešingai nei tvirtina ieškovė, neatmetė galimybės, kad jis gali būti maždaug 5–10 metų vaikas.
- 64 Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 16 ir 17 punktuose teisingai manė, kad informuotas vartotojas gali būti maždaug 5–10 metų amžiaus vaikas arba bendrovės, gaminančios gaminius, kurių reklama užtikrinama nemokamai dalinant „pogs“, „rappers“ arba „tazos“, rinkodaros vadovas. Iš tiesų iš šio sprendimo 62 punkte pateikto informuoto vartotojo apibrėžimo matyti, kad šioje byloje, kadangi gaminiai, kuriuose numatyta ginčijamą dizainą panaudoti, yra „pogs“, „rappers“ arba „tazos“, reikia manyti, kad informuotas vartotojas turi tam tikrų žinių apie ankstesnio kūrinio, susijusio su šiais gaminiais, būklę. Be to, kalbant apie žaidimų detales, konkrečiau skirtas vaikams, šis vartotojas, kaip tai nurodė Apeliacinė taryba ginčijamame sprendime, gali būti maždaug 5–10 metų vaikas, ir to neginčija nei VRDT, nei įstojusi į bylą šalis. Tačiau, kalbant taip pat apie reklamos gaminį, šioje byloje informuotas vartotojas gali būti ir bendrovės, naudojančios šio tipo gaminius reklamuojant savus gaminius, rinkodaros vadovas.
- 65 Kaip ginčijamo sprendimo 16 ir 17 punktuose teisingai pažymėjo Apeliacinė taryba, nesvarbu, ar informuotas vartotojas būtų maždaug 5–10 metų vaikas ar bendrovės, gaminančios prekes, kurių reklama užtikrinama siūlant „pogs“, „rappers“ arba „tazos“, rinkodaros vadovas, svarbu yra tai, kad abi šios asmenų kategorijos žino „rappers“ fenomeną.

— Dėl dizainerio laisvės masto

- 66 Remdamasi tuo, kad ginčijamas dizainas susijęs su bendra reklaminių gaminių kategorija, ieškovė ginčija ginčijamą sprendimą dėl to, jog šio 20 punkte Apeliacinė taryba padarė išvadą, kad dizainerio laisvė šioje byloje „stipriai apribota“.

- 67 Šiuo atžvilgiu reikia pažymėti, kad dizainerio laisvės mastas kuriant dizainą apibrėžtas, be kita ko, suvaržymais, susijusiais su gaminio arba gaminio sudėtinės dalies techninės paskirties charakteristikoms, ar netgi gaminiui taikomomis teisės aktų nuostatomis. Dėl šių suvaržymų nustatomi tam tikrų charakteristikų standartai, kurie tampa bendrai taikomi aptariamam gaminiui naudojamiems dizainams.
- 68 Ginčijamo sprendimo 18 punkte Apeliacinė taryba nurodė, kad visi šioje byloje nagrinėjami „rappers“ arba „tazos“ yra maži, plokšti arba šiek tiek išgaubti diskai, kurie gali būti iš plastiko ar metalo. Iš to šio sprendimo 20 punkte ji padarė išvadą, kad dizainerio, kuriam pavesta sukurti tokį gaminį, laisvė yra „stipriai apribota“, nes šio tipo gaminio „paradigmą galima reziumuoti taip: mažas, plokščias arba beveik plokščias diskas, ant kurio gali būti išspausdinti spalvoti paveikslėliai (ir) dažnai diskas centro link yra išgaubtas, todėl vaikui pirštu paspaudus disko centrą sklis garsas“, kartu patikslindama, kad „rapper, kuriam nebūdingi šie požymiai, turi mažai galimybių patekti į rinką“.
- 69 Šiuo atžvilgiu reikia konstatuoti, kad „pogs“, „rappers“ arba „tazos“ yra apvalios formos ir kad paraiškos registruoti ginčijamą dizainą pateikimo dieną, šiuo atveju minėtam dizainui prašomo prioriteto dieną, „pogs“, „rappers“ arba „tazos“ turėjo bendrų požymių, kaip antai aprašytieji ginčijamo sprendimo 18 ir 20 punktuose ir priminti šio sprendimo 68 punkte, į kuriuos dizaineris turėjo atsižvelgti. Šios išvados, beje, neneigia ir šalys.
- 70 Todėl reikia manyti, kad ginčijamame sprendime Apeliacinė taryba teisingai manė, kad dėl ginčijamo dizaino prašomo prioriteto dieną dizainerio laisvė buvo „stipriai apribota“, nes į nagrinėjamam gaminiui skirtą dizainą jis turėjo įtraukti šiuos bendrus požymius. Be to, kaip tai ginčijamo sprendimo 20 punkte pažymėjo Apeliacinė taryba, dizainerio laisvė taip pat buvo apribota poreikiu, kad tai būtų nebrangūs gaminiai, atitinkantys vaikų saugos normas, ir kuriuos būtų galima pridėti prie gaminių, kuriuos jie reklamuoja.

— Dėl informuotam vartotojui nagrinėjamų dizainų sukeliama bendro įspūdžio

- 71 Ieškovė ginčija Apeliacinės tarybos ginčijamame sprendime padarytą išvadą, kad nagrinėjami dizainai informuotam vartotojui sukelia skirtingą bendrą įspūdį.
- 72 Konkrečiai vertinant informuotam vartotojui, kuris turi tam tikrų žinių apie ankstesnio kūrinio būklę, nagrinėjamų dizainų sukeliama bendrą įspūdį, reikia atsižvelgti į dizainerio laisvės mastą kuriant ginčijamą dizainą. Todėl, kaip ginčijamo sprendimo 19 punkte pažymėjo Apeliacinė taryba, kadangi nagrinėjamų dizainų panašumai yra susiję su bendrais požymiais, kaip antai aprašytieji šio sprendimo 67 punkte, šie panašumai yra mažai svarbūs bendram įspūdžiui, kurį sukelia informuotam vartotojui minėti dizainai. Be to, kuo labiau dizainerio laisvė kuriant ginčijamą dizainą yra ribota, tuo mažesnių nagrinėjamų dizainų skirtumų gali pakakti norint informuotam vartotojui sukelti skirtingą bendrą įspūdį.
- 73 Kaip priminta šio sprendimo 68 punkte, ginčijamo sprendimo 18 ir 20 punktuose nustačiusi, kokie suvaržymai taikomi dizaineriui kuriant ginčijamą dizainą, Apeliacinė taryba nusprendė, kad dizainerio laisvė šioje byloje „stipriai apribota“.
- 74 Ginčijamo sprendimo 19 punkte kalbėdama apie informuotam vartotojui nagrinėjamų dizainų sukeliama bendrą įspūdį, Apeliacinė taryba taip pat nurodė, kad šis informuotas vartotojas iš karto atmes elementus, „kurie yra visiškai banalūs ir bendri visiems nagrinėjamo gaminio tipo pavyzdžiams“ ir dėmesį sutelks tik į požymius, „kurie yra subjektyviai pasirinkti arba neįprasti“.

- 75 Toliau ginčijamo sprendimo 21–24 punktuose, prieš padarydama išvadą, kad „skiriasi diskų centre iškilusios dalies kontūrai“, Apeliacinė taryba palygino nagrinėjamus dizainus, apibūdinama ankstesnį dizainą, po to – ginčijamą dizainą. Šio sprendimo 24 punkte ji padarė išvadą, jog kadangi dizainerio laisvės mastas kuriant ginčijamą dizainą yra ribotas, šio profilio skirtumo pakanka padaryti išvadą, jog informuotam vartotojui jie sukelia skirtingą bendrą įspūdį.
- 76 Būtent atsižvelgiant į šiuos 72 punkte nurodytus kriterijus reikia palyginti nagrinėjamus dizainus, vertinant jų panašumus ir skirtumus, siekiant nustatyti, ar atsižvelgdama į dizainerio laisvės mastą kuriant ginčijamą dizainą Apeliacinė taryba galėjo neklysdama padaryti išvadą, jog informuotam vartotojui jie sukelia skirtingą bendrą įspūdį.
- 77 Kalbėdama apie nagrinėjamų dizainų panašumus, pirma, ginčijamo sprendimo 22 punkte Apeliacinė taryba pažymėjo, kad jie abu yra sudaryti iš beveik plokščių diskų. Tačiau manytina, kad kalbant apie vieną iš su nagrinėjamo gaminio tipo gaminiiais susijusių dizainų bendrą požymį, buvusį ginčijamam dizainui prašomo prioriteto datą, kaip tai ginčijamo sprendimo 18 ir 20 punktuose pažymėjo Apeliacinė taryba, šio panašumo informuotas vartotojas nepastebės bendrame nagrinėjamų dizainų keliamame įspūdyje.
- 78 Antra, ginčijamo sprendimo 22 punkte Apeliacinė taryba taip pat nurodė, kad abiejuose nagrinėjamuose dizainuose labai arti krašto yra koncentrinis apskritimas, skirtas sukelti įspūdžiui, jog diskas išilgai krašto yra išlenktas. Reikia pažymėti, kad nagrinėjami dizainai gali būti panaudoti iš metalo pagamintam gaminiui, ir to neginčija ieškovė bei įstojusi į bylą šalis. Gaminys yra skirtas visų pirma vaikams, taigi šis išlenktas kraštas dizaineriui gali būti su saugos reikalavimais susijęs suvaržymas, kad jo kraštas nebūtų aštrus, jeigu gaminys yra iš metalo ar netgi plastiko ar kartono. Todėl reikia manyti, kad informuotas vartotojas neatkreips dėmesio į šį nagrinėjamų dizainų panašumą, susijusį su vienu iš jų požymių, kuris dizaineriui gali būti suvaržymas.

- 79 Trečia, abiejuose nagrinėjamuose dizainuose yra koncentrinis apskritimas, esantis maždaug trečdalyje atstumo nuo disko krašto iki centro. Ginčijamo sprendimo 22 punkte Apeliacinė taryba akcentavo šį panašumą, nurodydama, kad šis apskritimas skirtas sukelti įspūdį, jog centrinė dalis yra šiek tiek iškilusi. Tačiau darytina išvada, kad ši centrinė dalis galėjo būti apibrėžta kitokia nei apskritimas forma. Tai įrodyta prašymu įregistruoti ginčijamą dizainą, esančiu Teismui pateiktos VRDT bylos medžiagoje, iš kurio matyti, jog ginčijamam dizainui yra prašoma suteikti prioritetą Ispanijos dizainui Nr. 157156, kuris yra trijų variantų ir kurio ši iškilusi centrinė dalis, kaip matyti iš šių variantų, yra apibrėžta apskritimu, trikampiū arba šešiakampiū. Be to, šio vertinimo negali paneigti per teismo posėdį VRDT pateiktas argumentas, kad forma turi būti elementari, idant nedeformuotų paveikslėlio, kuris gali būti pavaizduotas ant disko, nes trikampė, šešiakampė, ar netgi kvadrato ar ovalo forma vietoj apskritimo labiau neiškraipys paveikslėlio. Be to, šio vertinimo negali paneigti VRDT argumentas, jog turėtų būti apskritimas, kad ši iškilusi centrinė dalis galėtų būti išgaubta, nes galėtų būti, pavyzdžiui, ovalo forma.
- 80 Ketvirta, nagrinėjami dizainai panašūs dėl to, kad disko užlenktas kraštas yra iškilęs, palyginti su tarpine disko dalimi, esančia tarp krašto ir iškilusios centrinės dalies.
- 81 Penkta, nagrinėjami dizainai yra panašūs atitinkamomis iškeltos centrinės dalies ir disko tarpinės dalies, esančios tarp krašto ir iškilusios centrinės dalies, proporcijomis.
- 82 Nesant kokio nors ypatingo suvaržymo dizaineriui, šio sprendimo 79–81 punktuose nurodyti panašumai susiję su elementais, kurių atžvilgiu dizaineris turėjo laisvę kurdamas ginčijamą dizainą. Iš to galima daryti išvadą, kad jie patrauks informuoto vartotojo dėmesį, tuo labiau dėl to, kad, kaip tai nurodė pati įstojusi į bylą šalis, šiuo atveju viršutinės dalys šiam vartotojui yra labiau matomos.

- 83 Kalbant apie nagrinėjamų dizainų skirtumus, kaip ginčijamo sprendimo 23 punkte nurodė Apeliacinė taryba, ginčijamame dizaine, atsižvelgus į jų apačias, yra dviem koncentriniais apskritimais daugiau nei ankstesniame dizaine. Abu dizainai iš profilio skiriasi tuo, kad ginčijamas dizainas yra labiau išgaubtas. Tačiau reikia konstatuoti, kad išgaubtumo lygis yra mažas, o atsižvelgiant į nedidelį patį diskų storį, informuotas vartotojas, ypač žiūrėdamas iš viršaus, lengvai nepastebės šio išgaubtumo, ir tai patvirtina gaminiai, kuriais realiai prekiaujama, kaip antai nurodyti Teismui pateiktoje VRDT nagrinėtoje bylos medžiagoje.
- 84 Atsižvelgus į šio sprendimo 79–81 punktuose nurodytus panašumus, darytina išvada, kad ginčijamo sprendimo 23 punkte (žr. šio sprendimo 83 punktą) Apeliacinės tarybos konstatuotų skirtumų nepakanka, kad informuotam vartotojui ginčijamas dizainas sukeltų skirtingą bendrą įspūdį nei tas, kurį sukelia ankstesnis dizainas.
- 85 Iš viso to, kas išdėstyta, matyti, kad Apeliacinė taryba ginčijamame sprendime padarė klaidingą išvadą, jog nagrinėjami dizainai informuotam vartotojui sukelia skirtingą bendrą įspūdį ir kad nėra tarp jų prieštaravimo Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punkto prasme. Darytina išvada, kad ginčijamas sprendimas buvo priimtas pažeidžiant šią nuostatą ir dėl to turi būti panaikintas, nesant reikalo nagrinėti paskutinio ieškovės iškelto panaikinimo pagrindo.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

- 86 Pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 87 straipsnio 2 dalį pralaimėjęs šalis nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to reikalavo. Be to, pagal tą pačią nuostatą, jeigu byloje yra kelios pralaimėjusios šalys, Bendrasis Teismas nusprendžia, kaip turi būti paskirstytos išlaidos.

87 Kadangi šiuo atveju VRDT ir įstojusi į bylą šalis pralaimėjo bylą, jos turi padengti ieškovės Bendrajame Teisme patirtas bylinėjimosi išlaidas pagal pastarosios pateiktus reikalavimus.

88 Be to, ieškovė reikalavo priteisti iš VRDT ir įstojusios į bylą šalies bylinėjimosi išlaidas, kurias ji patyrė VRDT vykusioje procedūroje. Šiuo atžvilgiu reikia priminti, kad pagal Procedūros reglamento 136 straipsnio 2 dalį šalių patirtos būtinos išlaidos, susijusios su bylos nagrinėjimu Apeliacinėje taryboje, laikomos atlygintinomis. Todėl kadangi VRDT ir įstojusi į bylą šalis pralaimėjo bylą, jos taip pat turi padengti ieškovės per Apeliacinėje taryboje vykusią procedūrą patirtas išlaidas pagal pastarosios pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (penktoji kolegija)

nusprendžia:

- 1. Panaikinti 2006 m. spalio 27 d. Vidaus rinkos derinimo tarnybos (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT) trečiosios apeliacinės tarybos sprendimą (byloje R 1001/2005-3).**

- 2. VRDT ir *PepsiCo, Inc.* padengia savo ir *Grupo Promer Mon Graphic, SA* bylinėjimosi išlaidas, patirtas per procesą Bendrajame Teisme.**

- 3. VRDT ir *PepsiCo* padengia savo ir *Grupo Promer Mon Graphic* bylinėjimosi išlaidas, patirtas per procedūrą Apeliacinėje taryboje.**

Vilaras

Prek

Ciucă

Paskelbta 2010 m. kovo 18 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Parašai.