

TEISINGUMO TEISMO (ketvirtoji kolegija) SPRENDIMAS

2011 m. spalio 20 d.\*

Byloje C-281/10 P

dėl 2010 m. birželio 3 d. pagal Europos Sąjungos Teisingumo Teismo statuto 56 straipsnį pateikto apeliacinio skundo

**PepsiCo Inc.**, įsteigta Niujorke (Jungtinės Valstijos), atstovaujama *abogado* E. Armijo Chávarri ir *Rechtsanwältin* V. von Bomhard,

apeliantė,

dalyvaujant kitoms proceso šalims:

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

ieškovei pirmojoje instancijoje,

\* Proceso kalba: anglų.

**Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui)  
(VRDT), atstovaujamai A. Folliard-Monguiral,**

atsakovei pirmojoje instancijoje,

TEISINGUMO TEISMAS (ketvirtoji kolegija),

kuri sudaro kolegijos pirmininkas J.-C. Bonichot, teisėjai K. Schiemann, L. Bay Larsen,  
C. Toader (pranešėja) ir E. Jarašiūnas,

generalinis advokatas P. Mengozzi,  
posėdžio sekretorė A. Impellizzeri, administratorė,

atsižvelgęs į rašytinę proceso dalį ir įvykus 2011 m. kovo 10 d. posėdžiui,

susipažinęs su 2011 m. gegužės 12 d. posėdyje pateikta generalinio advokato išvada,

priima šį

## Sprendimą

- 1 Apeliaciniu skundu *PepsiCo Inc.* (toliau – *PepsiCo*) prašo panaikinti 2010 m. kovo 18 d. Europos Sąjungos Bendrojo Teismo sprendimą *Grupo Promer Mon Graphic* prieš VRDT – *PepsiCo* (apskritimo formos reklaminio įtaiso vaizdavimas), (T-9/07, Rink. p. II-981, toliau – skundžiamas sprendimas), kuriuo Bendrasis Teismas patenkino *Grupo Promer Mon Graphic* (toliau – *Grupo Promer*) ieškinį panaikinti 2006 m. spalio 27 d. Vidaus rinkos derinimo tarnybos (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT) trečiosios apeliacinės tarybos sprendimą (byla R 1001/2005-3), susijusį su dizaino pripažinimo negaliojančiu procedūra tarp *Grupo Promer* ir *PepsiCo* (toliau – ginčijamas sprendimas).

## Teisinis pagrindas

- 2 2001 m. gruodžio 12 d. Tarybos reglamento (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) 4 straipsnyje nustatyta:

„1. Dizainas pagal Bendrijos dizainą saugomas atsižvelgiant į tai, ar jis yra naujas ir ar turi individualių savybių.

<...>“

3 Reglamento Nr. 6/2002 5 straipsnyje numatyta:

„1. Dizainas laikomas nauju, jeigu joks kitas tapatus dizainas netapo prieinamas visuomenei:

- a) iki tos datos, kai dizainas, kurį siekiama apsaugoti, tapo pirmą kartą prieinamas visuomenei, jeigu tai yra neregistruotasis Bendrijos dizainas;
- b) iki paraiškos įregistruoti dizainą, kurį siekiama apsaugoti, padavimo datos, o prašant prioriteto – iki prioriteto datos, jei tai yra registruotasis Bendrijos dizainas.

2. Dizainai laikomi tapačiais, jei jų savybės skiriasi tik neesminėmis detalėmis.“

4 To paties reglamento 6 straipsnyje numatyta:

„1. Dizainas laikomas turinčiu individualių savybių, jeigu jo bendras išpūdis informuotam vartotojui skiriasi nuo bendro išpūdzio, kurį tokiam vartotojui padaro bet koks kitas dizainas, kuris tapo prieinamas visuomenei:

- a) iki tos datos, kai dizainas, kurį siekiama apsaugoti, tapo pirmą kartą prieinamas visuomenei, jei tai yra neregistruotasis Bendrijos dizainas;

b) iki paraiškos įregistruoti dizainą, kurį siekiama apsaugoti, padavimo datos, o prašant prioriteto – iki prioriteto datos, jeigu tai yra registruotasis Bendrijos dizainas.

2. Vertinant individualias savybes, atsižvelgiama į dizainerio laisvės mastą kuriant tą dizainą.“

5 Pagal Reglamento Nr. 6/2002 10 straipsnį:

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

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

6 Šio reglamento 25 straipsnyje numatyta:

„1. Bendrijos dizainas pripažįstamas negaliojančiu tik šiais atvejais:

<...>

b) jeigu jis neatitinka 4–9 straipsnių reikalavimų;

<...>

- 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;

<...>

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

<...>“

- 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 Bendrijos dizaino paskelbimo negaliojančiu“.
- 8 Pagal Reglamento Nr. 6/2002 61 straipsnio 1–3 dalis:

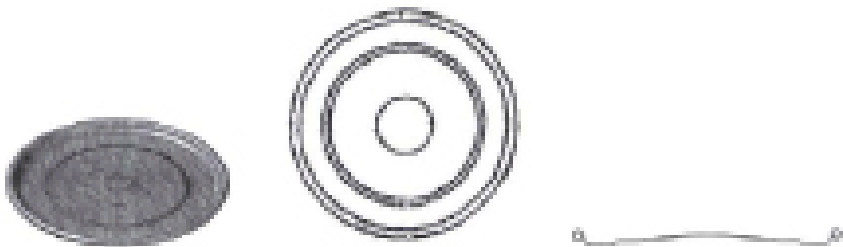
„1. Teisingumo Teisme galima iškelti bylas [Teisingumo Teismui galima pateikti ieškinį] dėl apeliacinių tarybų priimtų sprendimų dėl apeliacijų.

2. Galima kelti bylas esant šiems pagrindams: [Ieškinį galima pateikti] dėl kompetentingumo stokos, dėl esminių procedūrinių reikalavimų pažeidimo, dėl Sutarties pažeidimo, dėl šio reglamento arba dėl bet kokių taisyklių [teisės] nuostatų taikymo arba dėl neteisingo naudojimosi jų suteikiamais įgaliojimais [įgaliojimų viršijimo].

3. Teisingumo Teismas turi teisę panaikinti arba pakeisti ginčijamą sprendimą.“

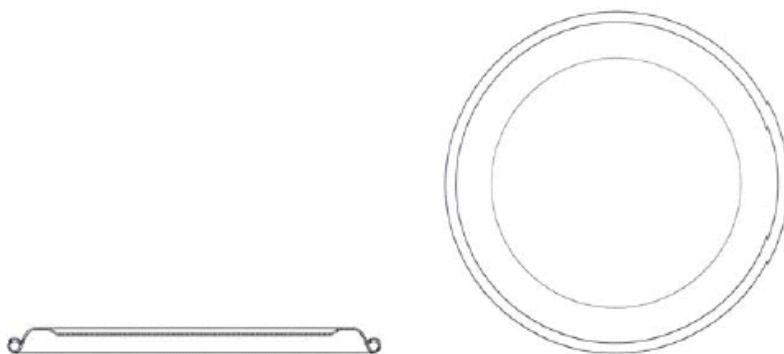
### Ginčo aplinkybės ir ginčijamas sprendimas

- 9 2003 m. rugsėjo 9 d., remdamasi Reglamentu Nr. 6/2002, *PepsiCo* pateikė 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 d.
- 10 VRDT Bendrijos dizainą įregistravo numeriu 74463-0001 šiems gaminiams, t. y. „Žaidimų reklaminiams gaminiams“. Jis pavaizduotas taip:



- 11 2004 m. vasario 4 d., remdamasi Reglamento Nr. 6/2002 52 straipsniu, *Grupo Pro-mer* pateikė prašymą pripažinti dizainą Nr. 74463-0001 (toliau – ginčijamas dizainas) negaliojančiu.

- 12 Prašymas pripažinti dizainą negaliojančiu buvo grindžiamas Bendrijos dizainu, įregistruotu numeriu 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 pateikta 2003 m. liepos 8 d. ir paskelbta 2003 m. lapkričio 1 d. Ankstesnis dizainas įregistruotas šiam gaminiui, t. y. „Žaidimų metalo plokštei“. Jis pavaizduotas taip:



- 13 Prašymas pripažinti dizainą negaliojančiu buvo motyvuojamas tuo, kad ginčijamas dizainas nepasižymi naujumu ir neturi individualių savybių, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies b punktą, ir tuo, kad egzistuoja ankstesnė teisė, kaip tai suprantama pagal šio reglamento 25 straipsnio 1 dalies d punktą.
- 14 2005 m. birželio 20 d. VRDT anuliavimo skyrius patenkino prašymą pripažinti ginčijamą dizainą negaliojančiu, remdamasis Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punktu.



- 15 2005 m. rugpjūčio 18 d. *PepsiCo*, remdamasi Reglamento Nr. 6/2002 55–60 straipsniais, pateikė apeliaciją dėl šio Anuliavimo skyriaus sprendimo.
- 16 Ginčijamu sprendimu VRDT trečioji apeliacinė taryba (toliau – Apeliacinė taryba) panaikino minėtą Anuliavimo skyriaus sprendimą ir atmetė prašymą pripažinti dizainą negaliojančiu. Atmesdama ieškovės argumentą, kad *PepsiCo* buvo nesąžininga, Apeliacinė taryba iš esmės manė, kad ginčijamas dizainas neprieštaruja ankstesnei ieškovės teisei, todėl neįvykdytos Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punkte nustatytos sąlygos.
- 17 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 „smarkiai apribota“. Tuo remdamasi Apeliacinė taryba padarė išvadą, jog nagrinėjamų dizainų profilio skirtumo pakanka padaryti išvadą, kad informuotam vartotojui jie sukelia skirtingą bendrą įspūdį.

### **Procesas Bendrajame Teisme ir skundžiamas sprendimas**

- 18 2007 m. sausio 9 d. *Grupo Promer* Pirmosios instancijos teismo (dabar – Bendrasis Teismas) kanceliarijai pateikė ieškinį, kuriame prašė panaikinti ginčijamą sprendimą ir priteisti iš VRDT ir *PepsiCo* bylinėjimosi išlaidas.

- 19 Grįsdama savo ieškinį *Grupo Promer* rėmėsi trimis pagrindais, susijusiais, pirma, su *PepsiCo* nesąžiningumu ir siauru Reglamento Nr. 6/2002 aiškinimu, antra, su tuo, kad ginčijamas dizainas nepasižymi naujumu, ir, trečia, su Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punkto pažeidimu.
- 20 Skundžiamame sprendime Bendrasis Teismas atmetė pirmąjį ieškinio pagrindą, patenkino trečiąjį ir atitinkamai konstatavo, kad antrojo ieškinio pagrindo nebereikia nagrinėti.
- 21 Trečiąjį ieškinio pagrindą sudarė keturios dalys.
- 22 Pirmiausia *Grupo Promer* ginčijo su nagrinėjama dizainais susijusios gaminių kategorijos apibrėžimą kaip apimančią „pogs“, „rappers“ arba „tazos“, tvirtindama, kad tai – skirtingi gaminiai. *Grupo Promer* teigimu, Apeliacinė taryba turėjo atsižvelgti į bendrą žaidimų reklaminių gaminių kategoriją.
- 23 Šiuo klausimu skundžiamo sprendimo 60 punkte Bendrasis Teismas padarė išvadą, kad Apeliacinė taryba teisingai manė, jog nagrinėjamas gaminyje priklausė plačios žaidimų reklaminių gaminių kategorijos ypatingai kategorijai, kurią sudaro žaidimų detalės, žinomos pavadinimais „pogs“, „rappers“ arba „tazos“.
- 24 Antra, remdamasi tuo, kad ginčijamas dizainas susijęs su bendra žaidimų reklaminių gaminių kategorija, *Grupo Promer* ginčijo ginčijamame sprendime padarytą vertinimą, pagal kurį dizainerio laisvė kuriant ginčijamą dizainą buvo „smarkiai apribota“.

- 25 Skundžiamo sprendimo 70 punkte Bendrasis Teismas nusprendė, jog Apeliacinė taryba teisingai manė, kad tuo metu, kai dėl ginčijamo dizaino buvo prašoma prioriteto, dizainerio laisvė buvo „smarkiai apribota“ visų pirma tiek, kiek į savo dizainą jis turėjo įtraukti bendrus nagrinėjamų gaminių požymius.
- 26 Trečia, *Grupo Promer* nuomone, informuotas vartotojas yra maždaug 5–10 metų vaikas, o ne rinkodaros vadovas, kaip nurodyta ginčijamame sprendime. Toks vadovas maisto pramonėje nėra galutinis vartotojas ir jo pastabumo laipsnis yra didesnis nei paprasto vartotojo.
- 27 Šiuo klausimu skundžiamo sprendimo 62 punkte Bendrasis Teismas apibrėžė informuoto vartotojo sąvoką, o to paties sprendimo 64 ir 65 punktuose padarė išvadą, kad Apeliacinė taryba teisingai manė, jog nagrinėjamu atveju nesvarbu, ar informuotas vartotojas yra maždaug 5–10 metų vaikas, ar bendrovės, gaminančios prekes, kurių reklama užtikrinama siūlant „pogs“, „rappers“ arba „tazos“, rinkodaros vadovas, svarbu yra tai, kad abiem šioms asmenų kategorijoms žinomas „rappers“ fenomenas.
- 28 Ketvirta, *Grupo Promer* teigimu, nagrinėjami dizainai sukelia tą patį bendrą įspūdį, nes, priešingai nei teigiama ginčijamame sprendime Apeliacinės tarybos pateiktoje analizėje, nagrinėjamų dizainų profilio skirtumai nėra akivaizdūs, norint juos aptikti reikia ypatingo pastabumo ir dėmesingai apžiūrėti diską.
- 29 Šiuo klausimu skundžiamo sprendimo 72 punkte Bendrasis Teismas, atsižvelgdamas į dizainerio laisvės mastą kuriant ginčijamą dizainą, kaip ir Apeliacinė taryba, nusprendė, kad tiek, kiek nagrinėjamų dizainų panašumai yra susiję su bendrais požymiais,

šie panašumai mažai svarbūs bendram išpūdžiui, kurį minėti dizainai sukelia informuotam vartotojui. Be to, kuo labiau dizainerio laisvė kuriant ginčijamą dizainą yra ribota, tuo mažesnių nagrinėjamų dizainų skirtumų gali pakakti norint informuotam vartotojui sukelti skirtingą bendrą išpūdį.

- 30 Toliau skundžiamo sprendimo 77–82 punktuose Bendrasis Teismas išnagrinėjo penkis dviejų dizainų, dėl kurių kilo ginčas, panašumus. Abu dizainai sudaryti iš beveik plokščių diskų, juose labai arti krašto yra koncentrinis apskritimas, šis yra maždaug per trečdalį nuo disko krašto iki centro, užlenktas kraštas yra iškilęs, palyginti su tarpine disko dalimi, esančia tarp krašto ir iškilusios centrinės dalies, be to, dizainai yra panašūs dėl atitinkamos iškeltos centrinės dalies ir disko tarpinės dalies, esančios tarp krašto ir iškilusios centrinės dalies, proporcijų.
- 31 Konstatavęs, kad pirmasis panašumas yra bendras dizainų, susijusių su nagrinėjamos rūšies gaminiais, požymis, o antrasis panašumas galėjo būti siejamas su saugos, kurią turi užtikrinti dizaineris, reikalavimais susijusiu suvaržymu, Bendrasis Teismas padarė išvadą, kad šie panašumai nepatrauks informuoto vartotojo dėmesio vertinant bendrą nagrinėjamų dizainų keliamą išpūdį.
- 32 Dėl trijų likusių panašumų Bendrasis Teismas nusprendė, kad jie susiję su elementais, kurių atžvilgiu dizaineris turėjo laisvę kurdamas ginčijamą dizainą, todėl jie patrauks informuoto vartotojo dėmesį, juo labiau dėl to, kad nagrinėjamu atveju viršutinės dalys šiam vartotojui yra labiausiai matomos.

- 33 Dėl nagrinėjamų dizainų skirtumų skundžiamo sprendimo 83 punkte Bendrasis Teismas konstatavo, kad, žiūrint iš viršaus, ginčijamame dizaine yra dviem koncentriniais apskritimais daugiau nei ankstesniame dizaine, o iš šono abu dizainai skiriasi tuo, kad ginčijamas dizainas yra labiau išgaubtas, tačiau išgaubtumas labai nedidelis.
- 34 Vis dėlto Bendrasis Teismas nusprendė, jog Apeliacinės tarybos konstatuotų skirtumų nepakanka, kad informuotam vartotojui ginčijamas dizainas sukeltų skirtingą bendrą įspūdį nei tas, kurį sukelia ankstesnis dizainas. Todėl Bendrasis Teismas panaikino ginčijamą sprendimą.

### Šalių reikalavimai Teisingumo Teisme

- 35 *PepsiCo* Teisingumo Teismo prašo:

- panaikinti skundžiamą sprendimą,
- priimti galutinį sprendimą dėl ginčo ir atmesti pirmosios instancijos teisme pateiktus reikalavimus, o nepatenkinus šio reikalavimo, perduoti bylą iš naujo nagrinėti Bendrajam Teismui, ir
- priteisti iš *Grupo Promer* bylinėjimosi išlaidas.

- 36 VRDT Teisingumo Teismo prašo apeliacinį skundą patenkinti ir priteisti iš *Grupo Promer* bylinėjimosi išlaidas.

37 *Grupo Promer* Teisingumo Teismo prašo:

- atmesti apeliacinį skundą dėl to, kad jis nepriimtinas ir nepagrįstas,
  
- priteisti iš *PepsiCo* bylinėjimosi šioje apeliacinėje instancijoje išlaidas,
  
- priteisti iš *PepsiCo* ir VRDT bylinėjimosi išlaidas, kurias ji patyrė Bendrajame Teisme,
  
- priteisti iš *PepsiCo* vykstant procedūrai VRDT patirtas bylinėjimosi išlaidas.

### **Dėl apeliacinio skundo**

38 Grįsdama savo apeliacinį skundą *PepsiCo* remiasi vieninteliu apeliacinio skundo pagrindu, susijusiu su Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punkto pažeidimu. Šį apeliacinio skundo pagrindą sudaro penkios dalys, kurių keturios pirmosios susijusios su įvairiomis Bendrojo Teismo padarytomis klaidomis dėl dizainerio laisvės ribų, informuoto vartotojo sąvokos ir jo dėmesingumo lygio, Bendrajam Teismui tenkančios kontrolės apimties, galimybės lyginti gaminius, o ne nagrinėjamus dizainus, o paskutinė dalis susijusi su faktinių aplinkybių iškraipymu.

*Dėl pirmosios vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalies, susijusios su dizainerio laisvės ribomis*

Šalių argumentai

- 39 *PepsiCo* teigia, kad Bendrojo Teismo nurodyti trys panašumai (apskrita centrinės dalies forma, iškeltas kraštas ir proporcijos) atsirado dėl nagrinėjamų gaminių funkcijų ir yra jiems bendri požymiai, todėl dizainerio laisvė apribota. Tačiau lygindamas nagrinėjamus dizainus Bendrasis Teismas į šias ribas neatsižvelgė. Sprendimas, kad nagrinėjami dizainai panašūs dėl šių konkrečių bendrų požymių, reiškia ne ką kitą, kaip išimtinių teisių naudoti šiuos bendrus požymius suteikimą *Grupo Promer*, o tai neatitinka Reglamento Nr. 6/2002 25 straipsnio 1 dalies d punktu siekiamo tikslo.
- 40 VRDT tvirtina, kad net jeigu tokius požymius, kaip antai plokščio disko forma ar išgaubta centrinė dalis, lemia ne funkcija ar teisės aktuose numatyti reikalavimai, vis dėlto jie atsiranda dėl rinkos suvaržymų, ir taip ribojama dizainerio laisvė.
- 41 Iš bylos medžiagoje pateiktos informacijos matyti, kad didžiojoje dalyje ar net visuose „pogs“ prieš ginčijamo dizaino prioriteto datą buvo apskrita ir išgaubta centrinė dalis. Tai paaiškinama tuo, kad „pogs“ su išgaubta, bet ne apskrita centrine dalimi negalima uždėti ant daugumos šiuo požymiu pasižyminčių „pogs“.

- 42 *Grupo Promer* mano, kad ši vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalis nepriimtina, nes ja siekiama užginčyti skundžiamame sprendime atliktą faktinio pobūdžio vertinimą.

#### Teisingumo Teismo vertinimas

- 43 Pabrėžtina, kad pirmąją savo vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalimi *PepsiCo* iš esmės kaltina Bendrąjį Teismą, kad šis nusprendė jog nagrinėjamų dizainų apskritą centrines dalies formą, iškeltą kraštą ir panašias proporcijas lėmė ne dizainerio laisvės suvaržymas, nors iš tikrųjų šie panašumo elementai būtini, kad nagrinėjami gaminiai galėtų atlikti savo funkciją. *PepsiCo* teigimu, dėl to Bendrasis Teismas klaidingai įvertino kiekvieno iš dizainų, dėl kurių kilo ginčas, daromą bendrą įspūdį.
- 44 Taip *PepsiCo* siekia užginčyti Bendrojo Teismo atliktą faktinio pobūdžio vertinimą, nors neįrodoma, kad buvo iškraipytos faktinės aplinkybės, ir neginčijama dizainerio laisvės mastą kuriant dizainą apibrėžiančių elementų, kuriuos Bendrasis Teismas nustatė skundžiamo sprendimo 67 punkte, svarba, kaip antai, be kita ko, suvaržymai, susiję su gaminio arba gaminio sudėtinės dalies techninės paskirties charakteristikoms, ar gaminiams taikomi teisės aktuose nustatyti reikalavimai; neginčijamos ir dėl to kylančios pasekmės, kurias Bendrasis Teismas nustatė minėto sprendimo 72 punkte.
- 45 Tačiau pagal nusistovėjusią teismo praktiką tik Bendrasis Teismas kompetentingas, pirma, nustatyti faktines aplinkybes, išskyrus atvejus, kai jo išvados iš esmės neatitinka jam pateiktų bylos dokumentų, ir, antra, vertinti šias faktines aplinkybes. Taigi faktinių aplinkybių vertinimas, jeigu Bendrajam Teismui pateikti įrodymai nebuvo iškraipyti, nėra teisės klausimas, kurį nagrinėdamas apeliacinį skundą gali patikrinti



Teisingumo Teismas (2004 m. balandžio 29 d. Sprendimo *Parlamentas prieš Ripa di Meana ir kt.*, C-470/00 P, Rink. p. I-4167, 40 punktas ir jame nurodyta teismo praktika).

- 46 Todėl reikia konstatuoti, kad pirmoji vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalis nepriimtina.

*Dėl antrosios vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalies, susijusios su informuoto vartotojo sąvoka ir jo dėmesingumo lygiu*

### Šalių argumentai

- 47 *PepsiCo* mano, kad neigdamas, jog nagrinėjami dizainai „informuotam vartotojui“ sukelia skirtingą bendrą įspūdį, Bendrasis Teismas, taikė netinkamus kriterijus. „Informuotas vartotojas“ nėra nei paprastas pakankamai informuotas ir protingai pasitabus bei nuovokus vartotojas, kaip apibrėžta prekių ženklų teisėje, nei tik galutinis nagrinėjamų gaminių vartotojas.
- 48 Be to, reikėtų daryti prielaidą, kad informuotas vartotojas gali palyginti dizainus vieną šalia kito, ir, priešingai nei prekių ženklų teisės atveju, jis negali pasitikėti „netiksliau prisiminimu“.
- 49 Jeigu Bendrasis Teismas būtų taikęs tinkamus kriterijus, būtų padaręs išvadą, kad nagrinėjamus dizainus informuotas vartotojas lengvai skiria dėl dviejų svarbiausių tarp

jų esančių skirtumų, t. y. dėl, pirma, ant ginčijamo dizaino paviršaus aiškiai matomų dviejų papildomų koncentrinų apskritimų ir, antra, šio dizaino išlenktos formos (išskyrus kraštą), palyginti su ankstesniu dizainu, kuris visiškai plokščias.

- 50 Be to, *PepsiCo* mano, kad informuotas vartotojas atsižvelgs ne tik į dizaino „labiau-siai matomas dalis“ ir sutelks dėmesį į „lengvai pastebimus“ elementus (skundžiamo sprendimo 83 punktas), bet ir turės galimybę detaliau išnagrinėti visą dizainą ir jį, atsižvelgdamas į dizainerio turimą laisvę, palyginti su ankstesniais dizainais.
- 51 VRDT taip pat teigia, kad palyginimas turi būti paremtas ne netiksliai informuoto vartotojo prisiminimu, bet tiesioginiu dizainų palyginimu.
- 52 *Grupo Promer* mano, kad ši vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalis taip pat susijusi su faktinėmis aplinkybėmis. Be to, ji teigia, kad Bendrasis Teismas netaikė prekių ženklų teisėje naudojamo kriterijaus – dviejų nagrinėjamų dizainų, dėl kurių kilo ginčas, galimybės supainioti.

#### Teisingumo Teismo vertinimas

- 53 Pabrėžtina, pirma, kad Reglamente Nr. 6/2002 neapibrėžiama informuoto vartotojo sąvoka. Tačiau, kaip savo išvados 43 ir 44 punktuose teisingai nurodė generalinis advokatas, ją reikia suprasti kaip tarpinę sąvoką tarp prekių ženklų srityje taikomos

paprasto vartotojo, iš kurio nereikalaujama, kad jis turėtų kokių nors specialiųjų žinių ir kuris paprastai tiesiogiai nelygina prekių ženklų, dėl kurių kyla ginčas, sąvokos ir specialisto – eksperto, turinčio išsamių techninių žinių. Taigi informuoto vartotojo sąvoką galima suprasti kaip apibrėžiančią ne vidutiniškai dėmesingą, bet dėl turimos asmeninės patirties arba dėl gerų aptariamo sektoriaus žinių ypač pastabų vartotoją.

54 Reikia konstatuoti, kad skundžiamo sprendimo 62 punkte Bendrasis Teismas rėmėsi būtent šia tarpine sąvoka. Tai patvirtina ir skundžiamo sprendimo 64 punkte ja remiantis padaryta išvada, kai nustatydamas nagrinėjamu atveju tinkamą informuotą vartotoją jis nusprendė, kad toks vartotojas gali būti būtų maždaug 5–10 metų vaikas ar bendrovės, gaminančios prekes, kurių reklama užtikrinama siūlant „pogs“, „rapers“ arba „tazos“, rinkodaros vadovas.

55 Antra, kaip savo išvados 51 ir 52 punktuose nurodė generalinis advokatas, iš tiesų informuotas vartotojas vien dėl pirma nustatytų jam būdingų savybių, esant galimybės, nagrinėjamus dizainus palygins tiesiogiai. Tačiau neatmestina, kad atitinkamame sektoriuje tokio palyginimo nebus galimybės atlikti arba jis bus neįprastas būtent dėl specifinių faktinių aplinkybių ar nagrinėjamais dizainais vaizduojamų daiktų savybių.

56 Taigi negalima pritarti kaltinimui, kad Bendrasis Teismas padarė teisės klaidą dėl to, jog įvertino dizainų, dėl kurių kilo ginčas, keliamą bendrą išpūdį ir nesirėmė prielaida, kad informuotas vartotojas bet kuriuo atveju šiuos dizainus lygintų tiesiogiai.

- 57 Tai patvirtina ir aplinkybė, kad šiuo klausimu nesant aiškios nuorodos Reglamente Nr. 6/2002 negalima manyti, jog Sąjungos teisės aktų leidėjas norėjo nustatyti, kad galimi dizainai turi būti lyginami tik tiesiogiai.
- 58 Iš to matyti, kad skundžiamo sprendimo 77 punkte pavartodamas formuluotę „šio panašumo informuotas vartotojas nepastebės vertindamas bendrą nagrinėjamų dizainų keliamą įspūdį“, net jeigu vertinant be konteksto ji reikštų, kad Bendrasis Teismas savo motyvuose rėmėsi netiesioginio palyginimo, paremto netiksliu prisiminimu, metodu, minėtas teismas nepadarė teisės klaidos.
- 59 Trečia, dėl informuoto vartotojo dėmesingumo lygio primintina, kad jis nėra paprastas pakankamai informuotas ir protingai pastabus bei nuovokus vartotojas, kuris dažniausiai dizainą suvokia kaip visumą ir nenagrinėja įvairių jo detalių (pagal analogiją žr. 1999 m. birželio 22 d. Sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97*, Rink. p. I-3819, 25 ir 26 punktus), arba ekspertas ar specialistas, galintis detalai pastebėti minimalius tarp dizainų, dėl kurių kilo ginčas, galinčius egzistuoti skirtumus. Taigi apibūdinimas „informuotas“ leidžia manyti, kad vartotojas, kuris nėra dizaineris ar techninis ekspertas, žino apie įvairius atitinkamame sektoriuje esančius dizainus, turi tam tikrų žinių apie tokių dizainų įprastai turimus elementus, o tai, kad jis domisi atitinkamais gaminiais, įrodo santykinai didelį dėmesingumo laipsnį jais naudojantis.
- 60 Todėl skundžiamo sprendimo 83 punkte vartojamus žodžius „lengvai pastebimi“ reikia aiškinti platesniame kontekste ir ne tik kaip atskirą patikslinimą dėl ginčijamo dizaino didesnio išgaubtumo laipsnio. Kadangi Bendrasis Teismas laikėsi teisingos nuomonės apibrėždamas informuoto vartotojo sąvoką, negalima daryti išvados, kad minėtame 83 punkte vartojami žodžiai savaime reiškia, jog Bendrasis Teismas klaidingai įvertino informuoto vartotojo dėmesingumo lygį.

- 61 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, šią antrąją vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalį reikia atmesti kaip nepagrįstą.

*Dėl trečiosios vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalies, susijusios su teismo kontrolės apimtimi*

#### Šalių argumentai

- 62 *PepsiCo* daro nuorodą į neseniai priimtą Teisingumo Teismo sprendimą dėl augalų veislių (2010 m. balandžio 15 d. Sprendimo *Schröder prieš BAVT*, C-38/09 P, Rink. p. I-3209, 77 punktas) ir teigia, kad detalai išanalizavęs nagrinėjamų dizainų panašumus ir skirtumus Bendrasis Teismas viršijo pagal Reglamento Nr. 6/2002 61 straipsnio 2 dalį jam pavestą užduotį. *PepsiCo* tvirtina, jog į klausimą, ar darytina išvada, kad egzistuoja panašus bendras išpūdis, turėjo atsakyti Apeliacinė taryba.
- 63 VRDT taip pat teigia, kad neapsiribodamas akivaizdžių vertinimo klaidų analize Bendrasis Teismas viršijo tai, kas Bendrijos dizaino srityje leidžiama pagal Reglamento Nr. 6/2002 61 straipsnį.
- 64 *Grupo Promer* mano, kad *PepsiCo* argumentas nepagrįstas. Teisingumo Teismo išvados minėtame Sprendime *Schröder prieš BAVT* padarytos dėl to, kad jame atlikta techninė ir kompleksinė analizė, o šioje byloje dizainai buvo analizuojami tik tam, kad būtų nustatyta, ar ginčijamas dizainas turi individualių savybių.

## Teisingumo Teismo vertinimas

- 65 Nagrinėjama atveju neginčijama, jog Bendrasis Teismas išsamiai išanalizavo nagrinėjamus dizainus, kad panaikintų Apeliacinės tarybos sprendimą.
- 66 Šiuo klausimu primintina, kad Bendrasis Teismas kompetentingas vykdyti neribotą VRDT atlikto pareiškėjo pateiktų įrodymų vertinimo teisėtumo kontrolę (žr. 2011 m. liepos 5 d. Sprendimo *Edwin prieš VRDT*, C-263/09 P, Rink. p. I-5853, 52 punktą).
- 67 Žinoma, analogiškai minėtam Sprendimui *Schröder prieš BAVT* Bendrasis Teismas gali pripažinti VRDT tam tikrą diskreciją, be kita ko, tuo atveju, kai ši turi atlikti labai techninį vertinimą, o kiek tai susiję su jo atliekamos apeliacinių tarybų sprendimų pramoninio dizaino srityje kontrolės apimtimi, – apsiriboti akivaizdžių vertinimo klaidų analize.
- 68 Tačiau reikia pastebėti, kad, atsižvelgiant į šios bylos ypatingas aplinkybes, Bendrasis Teismas neviršijo ginčijamo sprendimo kontrolės ribų, kurios atitinka pagal Reglamento Nr. 6/2002 61 straipsnį jam suteiktą kompetenciją pakeisti sprendimą.
- 69 Todėl trečiąją vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalį reikia atmesti kaip nepagrįstą.

*Dėl ketvirtosios vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalies, susijusios su atlikta gaminių, o ne nagrinėjamų dizainų kontrole*

Šalių argumentai

- 70 *PepsiCo* nuomone, dizainus, dėl kurių kilo ginčas, klaidinga vertinti palyginant tikrų gaminių pavyzdžius, kuriuos bylos šalys pateikė savo argumentams paremti. Ypač VRDT nėra jokio reikalo panašių prašymų dėl dizaino pripažinimo negaliojančiu atveju numatyti galimas panašias ar būsimas su teisių pažeidimų susijusias bylas, kuriose būtų remiamasi rinkoje naudojamu tuo pačiu ankstesniu arba naujesniu dizainu.
- 71 *Grupo Promer* primena, kad gaminių pavyzdžius turėjo nagrinėti ir Anuliavimo skyrius, ir Apeliacinė taryba. Todėl Bendrojo Teismo atliktas visų bylos medžiagoje jau esančių įrodymų vertinimas yra fakto klausimas, kuriuo negali būti grindžiamas apeliacinio skundo pagrindas Teisingumo Teisme.

Teisingumo Teismo vertinimas

- 72 Pabrėžtina, jog skundžiamo sprendimo 83 punkte Bendrasis Teismas teigė, kad jo vertinimą dėl nagrinėjamų dizainų išgaubtumo laipsnio „patvirtina gaminiai, kuriais realiai prekiaujama, kaip antai nurodyti Bendrajam Teismui pateiktoje VRDT nagrinėtoje bylos medžiagoje“.

- 73 Vis dėlto tiek, kiek dizainų srityje palyginimą atliekantis asmuo yra informuotas vartotojas, kuris, kaip konstatuota šio sprendimo 53 ir 59 punktuose, skiriasi nuo paprasto vartotojo, nepadaroma klaida, jeigu vertinant nagrinėjamų dizainų sukeltą bendrą įspūdį atsižvelgiama į gaminius, kuriais iš tikrųjų prekiaujama ir kurie atitinka šiuos dizainus.
- 74 Bet kuriuo atveju iš to, kad skundžiamo sprendimo 83 punkte vartojamas veiksmazodis „patvirtinti“, matyti, kad Bendrasis Teismas savo vertinimą iš tikrųjų grindė dizainais, dėl kurių kilo ginčas ir kurie aprašyti bei pavaizduoti atitinkamose paraiškose įregistruoti, todėl tikri gaminiai palyginti tik norint pateikti pavyzdį, kad būtų patvirtintos jau padarytos išvados, ir negalima manyti, kad tokiu palyginimu grindžiami skundžiamame sprendime pateikti motyvai.
- 75 Todėl ketvirtąją vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalį reikia atmesti kaip nepagrįstą.

*Dėl penktosios apeliacinio skundo pagrindo dalies, susijusios su tariamu faktinių aplinkybių iškreipimu*

### Šalių argumentai

- 76 *PepsiCo*, kuriai pritaria VRDT, tvirtina, kad Bendrasis Teismas iškreipė faktines aplinkybes, nes, be kita ko, prielaida, kad informuotas vartotojas atitinkamą objektą vertins tik „pagal vaizdą iš viršaus“, neatitinka tikrovės ir prieštarauja bendrai praktikai.



Be to, net analizuojant nagrinėjamus dizainus iš viršaus ir ant plokščio paviršiaus tarp jų esantys skirtumai bus tuoj pat pastebėti.

- <sup>77</sup> *Grupo Promer* mano, kad tariamas faktinių aplinkybių iškreipimas, kuriuo remiamasi neužsimenant, kad iškreipytas įrodymų vertinimas, yra argumentas, kuriuo negali būti grindžiamas apeliacinis skundas Teisingumo Teisme. Šis faktinių aplinkybių ir įrodymų vertinimas nėra Teisingumo Teismo kontrolei apeliaciniame procese pateiktinas teisės klausimas, išskyrus atvejį, kai iškreipti jam pateikti įrodymai.

#### Teisingumo Teismo vertinimas

- <sup>78</sup> Teisingumo Teismas jau yra nusprendęs, kad dėl išskirtinio kaltinimo dėl iškreipimo pobūdžio pagal SESV 256 straipsnį, Europos Sąjungos Teisingumo Teismo statuto 58 straipsnio pirmą pastraipą ir Teisingumo Teismo procedūros reglamento 112 straipsnio 1 dalies pirmos pastraipos c punktą ypač reikalaujama, kad apeliantas tiksliai nurodytų, kokius įrodymus iškreipė Bendrasis Teismas, ir įrodytų nagrinėjimo klaidas, dėl kurių, jo nuomone, minėtas teismas iškreipė įrodymus (šiuo klausimu žr. 2004 m. sausio 7 d. Sprendimo *Aalborg Portland ir kt. prieš Komisiją*, C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P; C-213/00 P, C-217/00 P ir C-219/00 P, Rink. p. I-123, 50 punktą).
- <sup>79</sup> Toks iškreipimas turi būti aiškiai matomas iš bylos medžiagoje esančių dokumentų, nesant reikalo iš naujo vertinti faktinių aplinkybių ir įrodymų (2008 m. gruodžio 18 d. Sprendimo *Les Éditions Albert René prieš VRDT*, C-16/06 P, Rink. p. I-10053, 69 punktą ir jame nurodyta teismo praktika).

- 80 Nagrinėjamu atveju *PepsiCo* Bendrąjį Teismą kaltina iš esmės tuo, kad jis iškreipė faktines aplinkybes, kai palygino nagrinėjamus dizainus tik pagal tai, kaip jie bus vertinami „iš viršaus“, ir taip neatsižvelgė į skirtumus, kurie akivaizdūs žiūrint į šiuos dizainus iš šono. Tai darydama *PepsiCo* tiksliai nenurodo, kokius įrodymus iškreipė Bendrasis Teismas, ir neįrodo nagrinėjimo klaidų, dėl kurių vertindamas Bendrasis Teismas taip iškreipė faktines aplinkybes.
- 81 Šiomis aplinkybėmis reikia konstatuoti, kad šiuo atžvilgiu apeliančės pateikti įrodymai neatitinka minėtoje teismo praktikoje nustatytų reikalavimų. Todėl penktąją vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalį reikia atmesti kaip nepriimtina.
- 82 Kadangi visos apeliančės vienintelio apeliacinio skundo pagrindo dalys buvo atmes-  
tos, reikia atmesti visą apeliacinį skundą.

### **Dėl bylinėjimosi išlaidų**

- 83 Pagal Procedūros reglamento 69 straipsnio 2 dalį, taikomą apeliacinėse bylose pagal šio reglamento 118 straipsnį, pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jei laimėjusi šalis to reikalavo. Kadangi *Grupo Promer* reikalavo priteisti bylinėjimosi išlaidas iš *PepsiCo*, o pastaroji bylą pralaimėjo, ji turi padengti bylinėjimosi išlaidas.

Remdamasis šiais motyvais, Teisingumo Teismas (ketvirtoji kolegija) nusprendžia:

- 1. Atmesti apeliacinį skundą.**
- 2. Priteisti iš *PepsiCo Inc.* bylinėjimosi išlaidas.**

Parašai.