

TIESAS SPRIEDUMS (ceturtā palāta)

2011. gada 20. oktobrī*

Lieta C-281/10 P

par apelācijas sūdzību atbilstoši Eiropas Savienības Tiesas Statūtu 56. pantam, ko 2010. gada 3. jūnijā iesniedza

PepsiCo, Inc., Ņujorka (Amerikas Savienotās Valstis), ko pārstāv E. Armijo Čavarri [*E. Armijo Chávarri*], *abogado*, un V. fon Bomharde [*V. von Bomhard*], *Rechtsanwältin*,

apelācijas sūdzības iesniedzēja,

pārējie lietas dalībnieki —

Grupo Promer Mon Graphic SA, Sabadeļa [*Sabadell*] (Spānija), ko pārstāv R. Almarasa Palmero [*R. Almaraz Palmero*], *abogada*,

prasītāja pirmajā instancē,

* Tiesvedības valoda — angļu.

Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv A. Foliārs-Mongirāls [*A. Folliard-Monguiral*], pārstāvis,

atbildētājs pirmajā instancē.

TIESA (ceturtnā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs Ž. K. Bonišo [*J.-C. Bonichot*], tiesneši K. Šimans [*K. Schiemann*], L. Bejs Larsens [*L. Bay Larsen*], K. Toadere [*C. Toader*] (referente) un E. Jarašūns [*E. Jarašiūnas*],

ģenerālvokāts P. Mengoci [*P. Mengozzi*],
sekretāre A. Impellicēri [*A. Impellizzeri*], administratore,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2011. gada 10. marta tiesas sēdi,

noklausījusies ģenerālvokāta secinājumus 2011. gada 12. maija tiesas sēdē,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

- 1 Savā apelācijas sūdzībā *PepsiCo Inc.* (turpmāk tekstā — “*PepsiCo*”) lūdz atcelt Eiropas Savienības Vispārējās tiesas 2010. gada 18. marta spriedumu lietā T-9/07 *Grupo Promer Mon Graphic/ITSB - PepsiCo* (Riņķveida veicināšanas ražojuma attēlojums) (Krājums, II-981. lpp.; turpmāk tekstā — “pārsūdzētais spriedums”), ar kuru tā apmierināja *Grupo Promer Mon Graphic SA* (turpmāk tekstā — “*Grupo Promer*”) prasību atcelt Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) Apelāciju trešās padomes 2006. gada 27. oktobra lēmumu lietā R 1001/2005-3 attiecībā uz spēkā neesamības atzīšanas procesu starp *Grupo Promer* un *PepsiCo* (turpmāk tekstā — “strīdīgais lēmums”).

Atbilstošās tiesību normas

- 2 Padomes 2001. gada 12. decembra Regulas (EK) Nr. 6/2002 par Kopienas dizainparaugiem (OV 2002, L 3, 1. lpp.) 4. pantā ir noteikts:

“1. Dizainparaugs ir aizsargāts kā Kopienas dizainparaugs, ja tas ir jauns un tam ir individuāla būtība [individuāls raksturs].

[..]”

3 Regulas Nr. 6/2002 5. pantā ir paredzēts:

“1. Dizainparaugu uzskata par jaunu, ja sabiedrībai nav darīts pieejams identisks dizainparaugs, šādos gadījumos:

- a) attiecībā uz neregistrētu Kopienas dizainparaugu, pirms tā datuma, kad dizainparaugs, kura aizsardzību pieprasa, ir pirmo reizi darīts pieejams sabiedrībai;
- b) attiecībā uz reģistrētu Kopienas dizainparaugu, pirms tā datuma, kad ir aizpildīts [iesniegts] reģistrācijas pieteikums attiecībā uz to dizainparaugu, kura aizsardzību pieprasa, vai, ja attiecina [pieprasa] prioritāti, pirms prioritātes datuma.

2. Dizainparaugus uzskata par identiskiem, ja to iezīmes atšķiras tikai nebūtiski.”

4 Šīs pašas regulas 6. pantā ir noteikts:

“1. Uzskata, ka dizainparaugam ir individuāla būtība [individuāls raksturs], ja vispārējais [kopējais] iespaids, ko tas rada informētam lietotājam, atšķiras no vispārējā [kopējā] iespaida, ko šādam lietotājam rada jebkurš dizainparaugs, kas ir darīts pieejams sabiedrībai, šādos gadījumos:

- a) attiecībā uz neregistrētu Kopienas dizainparaugu, līdz tam datumam, kad dizainparaugs, kura aizsardzību pieprasa, ir pirmo reizi darīts pieejams sabiedrībai;

b) attiecībā uz reģistrētu Kopienas dizainparaugu, līdz tam datumam, kad ir aizpildīts [iesniegts] reģistrācijas pieteikums, vai, ja attiecina [pieprasa] prioritāti, pirms prioritātes datuma.

2. Novērtējot individuālo būtību [raksturu], ņem vērā dizainparauga autora radošo pieeju [brīvības pakāpi], izveidojot dizainparaugu.”

5. Saskaņā ar Regulas Nr. 6/2002 10. pantu:

“1. Kopienas dizainparauga piešķirtā aizsardzība attiecas uz visiem dizainparaugiem, kas informētam lietotājam neatstāj atšķirīgu vispārējo [kopējo] iespaidu.

2. Novērtējot aizsardzības jomu, ņem vērā dizainparauga autora radošo pieeju [brīvības pakāpi], izveidojot dizainparaugu.”

6. Šīs regulas 25. pantā ir paredzēts:

“1. Kopienas dizainparaugu var pasludināt par spēkā neesošu tikai šādos gadījumos:

[..]

b) ja tas neatbilst 4. līdz 9. panta prasībām;

[..]

d) ja Kopienas dizainparaugs ir konfliktā ar iepriekšēju [agrāku] dizainparaugu, kas ir darīts pieejams sabiedrībai pēc pieteikuma iesniegšanas vai, ja attiecina [piepras] prioritāti, pēc Kopienas dizainparauga prioritātes datuma, un kas no datuma pirms minētā datuma ir aizsargāts kā reģistrēts Kopienas dizainparaugs, vai ar šā dizainparauga reģistrēšanas pieteikumu, vai arī kā dalībvalsts reģistrēts dizainparaugs, vai ar šādu tiesību iegūšanas pieteikumu;

[..]

3. Šā panta 1. punkta d), e) un f) apakšpunktā minētos iemeslus var norādīt tikai [agrāku] tiesību pieprasītājs vai [..] īpašnieks.

[..]”

7 Regulas Nr. 6/2002 52. panta 1. punktā ir paredzēts, ka “atbilstīgi [ievērojot] 25. panta 2., 3., 4. un 5. punktam [punktu,] jebkura fiziska vai juridiska persona, kā arī valsts iestāde, kam ir tādas pilnvaras, var iesniegt [ITSB] pieteikumu reģistrēta Kopienas dizainparauga spēkā neesamības pasludināšanai [atzīšanai]”.

8 Saskaņā ar Regulas Nr. 6/2002 61. panta 1.–3. punktu:

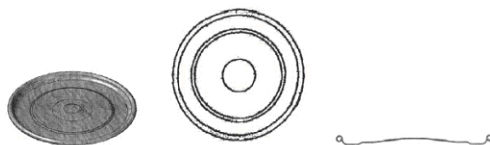
“1. Sūdzības [prasības] par Apelāciju padomes lēmumiem var iesniegt [..] Tiesā.

2. Sūdzību [prasību] var iesniegt, pamatojot to ar kompetences trūkumu, būtiski procedūras pārkāpumiem, Līguma, šīs regulas vai jebkuras ar to piemērošanu saistītas tiesību normas pārkāpumiem, vai arī ar pilnvaru ļaunprātīgu pārsniegšanu [izmantošanu].

2. [...] Tiesas kompetencē ir apstrīdētā lēmuma atcelšana vai grozīšana.”

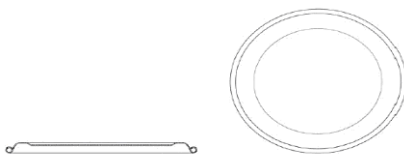
Tiesvedības priekšvēsture un strīdīgais lēmums

- 9 2003. gada 9. septembrī *PepsiCo* saskaņā ar Regulu Nr. 6/2002 iesniedza ITSB Kopienas dizainparauga reģistrācijas pieteikumu. Līdz ar reģistrācijas pieteikuma iesniegšanu tika pieprasīta prioritāte Spānijas dizainparaugam Nr. 157156, kurš iesniegts 2003. gada 23. jūlijā un kura reģistrācijas pieteikums publicēts 2003. gada 16. novembrī.
- 10 ITSB ir reģistrējis Kopienas dizainparaugu ar numuru 74463-0001 attiecībā uz šādām precēm: “spēlēm paredzētie veicināšanas ražojumi”. Tas ir attēlots šādi:



- 11 2004. gada 4. februārī *Grupo Promer* iesniedza pieteikumu par dizainparauga Nr. 74463-0001 (turpmāk tekstā — “apstrīdētais dizainparaugs”) atzīšanu par spēkā neesošu saskaņā ar Regulas Nr. 6/2002 52. pantu.

- 12 Pieteikums par spēkā neesamības atzīšanu bija balstīts uz Kopienas dizainparaugu ar reģistrācijas numuru 53186-0001 (turpmāk tekstā — “agrākais dizainparaugs”), kas iesniegts 2003. gada 17. jūlijā un attiecībā uz kuru prioritāte tika pieprasīta Spānijas dizainparaugam Nr. 157098, kas iesniegts 2003. gada 8. jūlijā un kura reģistrācijas pieteikums publicēts 2003. gada 1. novembrī. Agrākais dizainparaugs ir reģistrēts attiecībā uz šādu precī: “metāla plāksne spēlēm”. Tas ir attēlots šādi:



- 13 Pieteikumā par spēkā neesamības atzīšanu ietvertie pamati attiecās uz apstrīdētā dizainparauga novitātes un individuāla rakstura neesamību Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, kā arī uz agrāku tiesību esamību minētās regulas 25. panta 1. punkta d) apakšpunkta izpratnē.
- 14 Ar 2005. gada 20. jūnija lēmumu ITSB Anulēšanas nodaļa apmierināja pieteikumu par apstrīdētā dizainparauga atzīšanu par spēkā neesošu, pamatojoties uz Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta d) apakšpunktu.

- 15 2005. gada 18. augustā *PepsiCo* saskaņā ar Regulas Nr. 6/2002 55.–60. pantu iesniedza ITSB apelācijas sūdzību par šo Anulēšanas nodaļas lēmumu.
- 16 Ar strīdīgo lēmumu ITSB Apelāciju trešā padome (turpmāk tekstā — “Apelāciju padome”) atcēla minēto Anulēšanas nodaļas lēmumu un noraidīja pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu. Pēc tam, kad tā bija noraidījusi prasītājas argumentu, kas saistīts ar *PepsiCo* ļaunprātīgu rīcību, Apelāciju padome būtībā atzina, ka apstrīdētais dizainparaugs neesot konfliktā ar agrākajām prasītājas tiesībām un ka līdz ar to Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta d) apakšpunktā paredzētie nosacījumi neesot izpildīti.
- 17 Šajā sakarā Apelāciju padome ir norādījusi, ka ar attiecīgajiem dizainparaugiem saistītie ražojumi ietilpstot vienā īpašajā veicināšanas ražojumu kategorijā, proti, “tazos” vai “rappers”, un ka līdz ar to šādu veicināšanas ražojumu dizaina autora brīvība esot “ievērojami ierobežota”. Apelāciju padome no tā secināja, ka ar atšķirībām attiecīgo dizainparaugu sānskatā pietiekot, lai konstatētu, ka tie rada atšķirīgu kopējo iespaidu uz informētu lietotāju.

Tiesvedība Vispārējā tiesā un pārsūdzētais spriedums

- 18 Ar prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas [tolaik — Pirmās instances tiesas] kancelejā reģistrēts 2007. gada 9. janvārī, *Grupo Promer* ir cēlusi prasību atcelt strīdīgo lēmumu un piespriest ITSB un *PepsiCo* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

- 19 Savas prasības atbalstam *Grupo Promer* izvirzīja trīs pamatus, kas saistīti, pirmkārt, ar *PepsiCo* ļaunprātīgu rīcību un Regulas Nr. 6/2002 šauru interpretāciju, otrkārt, ar apstrīdētā dizainparauga novitātes neesamību un, treškārt, ar Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta d) apakšpunkta pārkāpumu.
- 20 Pārsūdzētajā spriedumā Vispārējā tiesa pēc tam, kad bija noraidījusi pirmo prasības pamatu, apmierināja trešo prasības pamatu un konstatēja, ka līdz ar to nav jāizskata otrais prasības pamats.
- 21 Trešais prasības pamats bija sadalīts četrās daļās.
- 22 Pirmkārt, *Grupo Promer* iebilda pret to, kā tikusi definēta ražojumu kategorija, uz kuru attiecas attiecīgie dizainparaugi, proti, kā “pogs”, “rappers” vai “tazos” kategorija, norādot, ka tie ir dažādi ražojumi. *Grupo Promer* uzskatīja, ka Apelāciju padomei ir bijis jāņem vērā vispārīgā spēlēm paredzēto veicināšanas ražojumu kategorija.
- 23 Šajā sakarā pārsūdzētā sprieduma 60. punktā Vispārējā tiesa secināja, ka Apelāciju padome ir pamatoti uzskatījusi, ka attiecīgais ražojums — lielās spēlēm paredzēto veicināšanas ražojumu kategorijas ietvaros — ietilpst īpašajā kategorijā, kas ir spēles piederumi, kuri ir pazīstami kā “pogs”, “rappers” vai “tazos”.
- 24 Otrkārt, pamatojoties uz apstākli, ka apstrīdētais dizainparaugs attiecas uz vispārīgo spēlēm paredzēto veicināšanas ražojumu kategoriju, *Grupo Promer* iebilda pret strīdīgajā lēmumā ietvertu vērtējumu, saskaņā ar kuru autora brīvība apstrīdētā dizainparauga izstrādē ir “ievērojami ierobežota”.

- 25 Pārsūdzētā sprieduma 70. punktā Vispārējā tiesa norādīja, ka Apelāciju padome ir pareizi uzskatījusi, ka apstrīdētajam dizainparaugam pieprasītās prioritātes datumā autora brīvība ir “ievērojami ierobežota”, tostarp tādēļ, ka tam bija jāieestrādā savā dizainparaugā attiecīgajiem ražojumiem kopīgās īpašības.
- 26 Treškārt, *Grupo Promer* uzskatīja, ka informēts lietotājs ir bērns aptuveni 5–10 gadu vecumā, nevis mārketinga direktors, kā ir norādīts strīdīgajā lēmumā. Šāds direktors, kas darbojas pārtikas produktu nozarē, neesot gala lietotājs, un tam esot augstāks zināšanu līmenis nekā parastam lietotājam.
- 27 Šajā ziņā pārsūdzētā sprieduma 62. punktā Vispārējā tiesa definēja informēta lietotāja jēdzienu un šī paša sprieduma 64. un 65. punktā secināja, ka Apelāciju padome ir pamatoti uzskatījusi, ka aplūkojamajā lietā ir maz nozīmes jautājumam, vai informēts lietotājs ir bērns aptuveni 5–10 gadu vecumā vai sabiedrības, kas izgatavo ražojumus, kuru veicināšanu nodrošina, piedāvājot “pogs”, “rappers” vai “tazos”, mārketinga direktors; svarīgi ir tas, ka šo divu kategoriju personas zina par “rappers” fenomenu.
- 28 Ceturtkārt, *Grupo Promer* norādīja, ka attiecīgie dizainparaugi rada vienādu kopējo iespaidu, ņemot vērā, ka — pretēji strīdīgajā lēmumā ietvertajam Apelāciju padomes vērtējumam — atšķirības attiecīgo dizainparaugu sānskatā nav acīmredzamas, jo, lai tās atklātu, ir jāpievērš īpaša uzmanība un ir uzmanīgi jāapskata disks.
- 29 Šajā sakarā pārsūdzētā sprieduma 72. punktā Vispārējā tiesa, ņemot vērā autora brīvības pakāpi apstrīdētā dizainparauga izstrādē, — tāpat kā Apelāciju padome — uzskatīja, ka tiktāl, ciktāl līdzība starp attiecīgajiem dizainparaugiem attiecas uz

kopīgām īpašībām, šai līdzībai ir maz nozīmes kopējā iespaidā, ko rada minētie dizainparaugi uz informētu lietotāju. Turklāt, jo vairāk ir ierobežota autora brīvība apstrīdētā dizainparauga izstrādē, jo ar mazākām atšķirībām starp attiecīgajiem dizainparaugiem pietiek, lai radītu atšķirīgu kopējo iespaidu uz informētu lietotāju.

- 30 Turpinājumā pārsūdzētā sprieduma 77.–82. punktā Vispārējā tiesa izskatīja piecas līdzības starp abiem konfliktējošajiem dizainparaugiem. Abi dizainparaugi ir gandrīz plakani diski, kas ietver koncentrisku apli ļoti tuvu malai, koncentrisku apli, kas atrodas attālumā, kurš atbilst aptuveni vienai trešdaļai no attāluma starp diska malu un centru, izliekto malu, kura ir paaugstināta attiecībā pret diska starpposma daļu, kas atrodas starp malu un paaugstināto centrālo daļu, un turklāt šie dizainparaugi ir līdzīgi attiecīgajās diska paaugstinātās centrālās daļas un tā starpposma daļas, kas atrodas starp malu un paaugstināto centrālo daļu, proporcijās.
- 31 Pēc tam, kad tā bija konstatējusi, ka pirmā līdzība ir iezīme, kas ir kopīga dizainparaugiem, kuri attiecas uz konkrētā veida ražojumiem, un ka otra līdzība varētu būt ierobežojums, kas saistīts ar drošības apsvērumiem, kuri jāņem vērā autoram, Vispārējā tiesa secināja, ka šīs līdzības nesaistīs informēta lietotāja uzmanību kopējā iespaidā, ko rada attiecīgie dizainparaugi.
- 32 Savukārt attiecībā uz trīs pēdējām līdzībām Vispārējā tiesa nosprieda, ka tās attiecas uz elementiem, attiecībā uz kuriem pastāv autora brīvība apstrīdētā dizainparauga izstrādē, un ka tāpat tās saistīs informēta lietotāja uzmanību, it īpaši tāpēc, ka aplūkojamajā lietā virspuses ir vislabāk redzamas šim lietotājam.

- 33 Saistībā ar atšķirībām starp attiecīgajiem dizainparaugiem Vispārējā tiesa pārsūdzētā sprieduma 83. punkta norādīja, ka apstrīdētais dizainparaugs virsskatā ietver par diviem koncentriskiem apliem vairāk nekā agrākais dizainparaugs un ka sānskatā divi dizainparaugi atšķiras ar to, ka apstrīdētajā dizainparaugā ir lielāks izliekums, lai gan šā izliekuma pakāpe ir ļoti maza.
- 34 Vispārējā tiesa tomēr uzskatīja, ka ar Apelāciju padomes konstatētajām atšķirībām nepietiek, lai apstrīdētais dizainparaugs radītu informētam lietotājam kopējo iespaidu, kas atšķirtos no kopējā iespaيدا, ko rada agrākais dizainparaugs. Tādēļ Vispārējā tiesa atcēla strīdīgo lēmumu.

Lietas dalībnieku prasījumi Tiesai

- 35 *PepsiCo* prasījumi Tiesai ir šādi:

- atcelt pārsūdzēto spriedumu;
- galīgi izspriest lietu, noraidot pirmajā instancē izvirzītos prasījumus, vai, pakārtoti, nodot lietu atpakaļ izskatīšanai Vispārējā tiesā un
- piespriest *Grupo Promer* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

- 36 ITSB lūdz Tiesu apmierināt apelācijas sūdzību un piespriest *Grupo Promer* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

37 *Grupo Promer* prasījumi Tiesai ir šādi:

- noraidīt apelācijas sūdzību kā nepieņemamu un nepamatotu;
- piespriest *PepsiCo* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, kas radušies šajā apelācijas tiesvedībā;
- piespriest *PepsiCo* un ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, kas tai radušies tiesvedībā Vispārējā tiesā, un
- piespriest *PepsiCo* atlīdzināt izdevumus, kas radušies procesā ITSB.

Par apelācijas sūdzību

38 Savas apelācijas sūdzības atbalstam *PepsiCo* izvirza vienīgo pamatu par Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta d) apakšpunkta pārkāpumu. Šis pamats ir iedalāms piecās daļās, no kurām pirmās četras attiecas uz dažādām kļūdām, ko Vispārējā tiesa esot pieļāvusi saistībā ar autora brīvības ierobežojumiem, informēta lietotāja jēdzienu un viņa uzmanības līmeni, pārbaudes, kas jāveic Vispārējai tiesai, apjomu un iespēju salīdzināt drīzāk preces, nevis attiecīgos dizainparaugus, bet piektā daļa attiecas uz apgalvojumu par faktu sagrozīšanu.

Par vienīgā pamata pirmo daļu, kas attiecas uz autora brīvības ierobežojumiem

Lietas dalībnieku argumenti

- 39 *PepsiCo* apgalvo, ka visas trīs Vispārējās tiesas norādītās līdzības (centrēta riņķveida forma, paaugstināta mala, proporcijas) ir saistītas ar attiecīgo ražojumu funkcijām un ir šiem ražojumiem kopīgas iezīmes, tādējādi ierobežojot autora brīvību. Vispārējā tiesa, veicot attiecīgo dizainparaugu salīdzināšanu, šos ierobežojumus tomēr neesot ņēmusi vērā. Atzīšana, ka attiecīgie dizainparaugi ir līdzīgi tieši tiem kopīgu iezīmju dēļ, nozīmējot tikai to, ka *Grupo Promer* tiek piešķirtas ekskluzīvas tiesības izmantot šīs kopīgās iezīmes, un tas neatbilstot Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta d) apakšpunkta mērķim.
- 40 ITSB norāda, ka, pat ja tādas iezīmes kā plakanā diska forma vai izliektā centrālā daļa netiek noteiktas ar kādu funkciju vai juridiskām prasībām, tomēr tās nosaka tirgus spiedienu, tādējādi ierobežojot autora brīvību.
- 41 Lietas materiāli liecinot, ka lielākajai daļai — ja ne visiem — “pogs”, kas pastāvēja apstrīdētā dizainparauga prioritātes datumā, bija riņķveida izliekums centrālajā daļā. Iemesls esot tas, ka “pogs” ar tādu izliekumu centrālajā daļā, kuram nebūtu riņķveida forma, nevarētu tikt salikti stabiņos ar ļoti lielu skaitu “pogs”, kuriem ir šī iezīme.

- 42 *Grupo Promer* uzskata, ka šī vienīga pamata pirmā daļa nav pieņemama, jo ar to tiek apstrīdēti pārsūdzētajā spriedumā ietvertie faktiskie vērtējumi.

Tiesas vērtējums

- 43 Ir jākonstatē, ka ar sava vienīgā pamata pirmo daļu *PepsiCo* būtībā pārmet Vispārējai tiesai, ka tā esot uzskatījusi, ka centrēta riņķveida forma, paaugstināta mala un līdzīgās proporcijas attiecīgajos dizainparaugos neizriet no to autora brīvības ierobežojuma, kaut arī īstenībā šie līdzīgie elementi esot nepieciešami, lai attiecīgie ražojumi varētu pildīt savu funkciju. *PepsiCo* uzskata, ka tādēļ Vispārējā tiesa esot nepareizi izvērtējusi kopējo iespaidu, ko rada katrs no konfliktējošajiem dizainparaugiem.
- 44 Tātad *PepsiCo* apstrīd Vispārējās tiesas izdarīto faktiskā rakstura vērtējumu, nepārādot faktu sagrozīšanu un neapstrīdot ne to elementu atbilstību, kas nosaka autora brīvības pakāpi dizainparauga izstrādē un ko Vispārējā tiesa norādījusi pārsūdzētā sprieduma 67. punktā, proti, citu starpā ierobežojumi, kuri saistīti ar īpašībām, ko nosaka ražojuma vai ražojuma sastāvdaļas tehniskā funkcija, vai arī ražojumiem piemērojamas juridiskas prasības, ne arī no tā izrietošās sekas, ko Vispārējā tiesa noteikusi minētā sprieduma 72. punktā.
- 45 Tomēr saskaņā ar pastāvīgo judikatūru tikai Vispārējai tiesai ir kompetence, pirmkārt, konstatēt faktus, izņemot gadījumos, kad būtiskas neprecizitātes tās konstatējumos izriet no tai iesniegtajiem lietas materiāliem, un, otrkārt, novērtēt šos faktus. Līdz ar to faktu novērtējums, izņemot gadījumos, kad tai iesniegtie pierādījumi ir sagrozīti,

nav tiesību jautājums, ko Tiesa pārbauda apelācijas tiesvedībā (2004. gada 29. aprīļa spriedums lietā C-470/00 P Parlaments/*Ripa di Meana* u.c., *Recueil*, I-4167. lpp., 40. punkts un tajā minētā judikatūra).

⁴⁶ Līdz ar to ir jākonstatē, ka vienīgā pamata pirmā daļa nav pieņemama.

Par vienīgā pamata otro daļu, kas attiecas uz informēta lietotāja jēdzienu un viņa uzmanības līmeni

Lietas dalībnieku argumenti

⁴⁷ *PepsiCo* uzskata, ka Vispārējā tiesa ir izmantojusi nepiemērotus kritērijus, noliedzot, ka attiecīgie dizainparaugi rada “informētam lietotājam” atšķirīgu kopējo iespaidu. Informēta lietotāja [jēdziens] neatbilst ne samērā informētam, uzmanīgam un apdomīgam vidusmēra patērētājam, kāds tas definēts preču zīmju tiesībās, ne arī tikai attiecīgo ražojumu gala lietotājam.

⁴⁸ No otras puses, esot jāpieņem, ka informēts lietotājs var salīdzināt vienu otram blakus esošus dizainparaugus un ka — atšķirībā no situācijas preču zīmju tiesībās — viņam nav jāpaļaujas uz “neskaidrām atmiņām”.

⁴⁹ Ja Vispārējā tiesa būtu piemērojusi atbilstošus kritērijus, tā būtu secinājusi, ka informēts lietotājs viegli nošķir attiecīgos dizainparaugus, ņemot vērā divas vislielākās

atšķirības starp tiem, proti, pirmkārt, divus koncentriskos apļus, kas ir skaidri redzami apstrīdētā dizainparauga virspusē, un, otrkārt, apstrīdētā dizainparauga izliekto formu salīdzinājumā ar agrākā dizainparauga pilnīgo plakanumu (izņemot malu).

- 50 Turklāt *PepsiCo* uzskata, ka informēts lietotājs neņems vērā tikai dizainparauga “vislabāk redzamās puses”, koncentrējoties uz “viegli uztveramiem” elementiem (pārsūdzētā sprieduma 83. punkts), bet viņam būs iespēja detalizētāk apskatīt dizainparaugu kopumā un to salīdzināt ar agrākiem dizainparaugiem, ņemot vērā autoram pieejamo brīvību.
- 51 Tāpat ITSB apgalvo, ka salīdzinājums ir jāveic, pamatojoties nevis uz informētā lietotāja neskaidrām atmiņām, bet uz dizainparaugu tiešo salīdzināšanu.
- 52 *Grupo Promer* uzskata, ka arī šī vienīgā pamata daļa attiecas uz faktiskā rakstura jautājumu. Tāpat tā apgalvo, ka Vispārējā tiesa nav piemērojusi kritēriju, kas attiecas uz preču zīmju tiesībām, tādu kā attiecīgo konfliktējošo dizainparaugu sajaukšanas iespēja.

Tiesas vērtējums

- 53 Pirmkārt, ir jānorāda, ka Regulā Nr. 6/2002 informēta lietotāja jēdziens nav definēts. Tomēr — kā ģenerālvokāts pareizi norādījis savu secinājumu 43. un 44. punktā — tas ir jāsaprot kā “starpposma” jēdziens starp preču zīmju jomā piemērojamo

jēdzienu “vidusmēra patērētājs”, no kura netiek prasītas nekādas speciālas zināšanas un kurš parasti nenodarbojas ar konfliktējošu preču zīmju tiešu salīdzināšanu, un pazinēja, eksperta, kam būtu padziļinātas tehniskas zināšanas, jēdzienu. Tātad informēta lietotāja jēdzienu var saprast kā tādu, ar ko apzīmē nevis lietotāju ar vidējo uzmanības līmeni, bet gan lietotāju, kurš ir īpaši uzmanīgs, neatkarīgi no tā, vai tas tā ir viņa personīgas pieredzes dēļ vai plašu zināšanu dēļ attiecīgajā nozarē.

- 54 Ir jākonstatē, ka tieši šo starpposma jēdzienu izmantojusi Vispārējā tiesa pārsūdzētā sprieduma 62. punktā. Tas turklāt ilustrēts ar secinājumu, kas no iepriekš minētā izdarīts pārsūdzētā sprieduma 64. punktā, nosakot, ka aplūkojamajā lietā informēts lietotājs var būt bērns aptuveni 5–10 gadu vecumā vai sabiedrības, kas izgatavo ražojumus, kuru veicināšanu nodrošina, piedāvājot “pogs”, “rappers” vai “tazos”, mārketinga direktors.
- 55 Otrkārt, kā ģenerālvokāts norādījis savu secinājumu 51. un 52. punktā, ir tiesa, ka pati informētā lietotāja būtība, kā tā definēta iepriekš, nozīmē, ka viņš attiecīgos dizainparaugus salīdzinās pēc iespējas tieši. Tomēr nevar tikt izslēgta iespēja, ka šāda salīdzināšana nav iespējama vai ierasta attiecīgajā nozarē, citstarp ņemot vērā īpašus apstākļus vai to objektu īpašības, kurus attēlo attiecīgie dizainparaugi.
- 56 Līdz ar to nevar lietderīgi pārmest Vispārējai tiesai, ka tā esot pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, jo veikusi konfliktējošo dizainparaugu radītā kopējā iespaida novērtēšanu, nepamatojoties uz premisu, ka informēts lietotājs jebkurā gadījumā dizainparaugus salīdzinās tieši.

- 57 To apstiprina arī apstākļi, ka, tā kā Regulā Nr. 6/2002 šajā ziņā nav sniegtas precīzas norādes, nevar uzskatīt, ka Savienības likumdevējam bija nodoms paredzēt, ka iespējamo dizainparaugu izvērtēšanu var veikt tikai ar tiešo salīdzināšanu.
- 58 No tā izriet, ka apstākļi, ka pārsūdzētā sprieduma 77. punktā Vispārējā tiesa ir izmantojusi formulējumu, saskaņā ar kuru “ši līdzība nebūs iekļauta attiecīgo dizainparaugu kopējā iespaidā uz informētu lietotāju”, lai arī ārpus sava konteksta tas liecinātu, ka Vispārējā tiesa savā argumentācijā būtu balstījusies uz netiešas salīdzināšanas metodi, kuras pamatā ir neskaidras atmiņas, nenozīmē, ka tā būtu pieļāvusi kādu kļūdu tiesību piemērošanā.
- 59 Treškārt, saistībā ar informēta lietotāja uzmanības līmeni ir jāatgādina, ka, lai gan informēts lietotājs nav uzskatāms par samērā informētu, uzmanīgu un apdomīgu vidusmēra patērētāju, kurš dizainparaugu parasti uztvertu kā vienu veselumu un neanalizētu tā dažādās sastāvdaļas (pēc analogijas skat. 1999. gada 22. jūnija spriedumu lietā *C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, Recueil*, I-3819. lpp., 25. un 26. punkts), viņš nav arī eksperts vai pazinējs, kas varētu detalizēti apskatīt minimālās atšķirības, kuras var pastāvēt starp konfliktējošajiem dizainparaugiem. Tātad īpašības vārds “informēts” norāda uz to, ka lietotājam, lai gan viņš nav projektētājs vai tehnisks eksperts, ir pazīstami dažādi dizainparaugi, kas pastāv attiecīgajā nozarē, ka viņam ir noteiktas zināšanas par elementiem, kas parasti ietverti šajos dizainparaugos, un ka viņš, ņemot vērā viņa ieinteresētību attiecīgajos ražojumos, to lietošanas laikā izrāda pietiekami augstu uzmanības līmeni.
- 60 Līdz ar to vārdu “uztvers viegli” izmantošana pārsūdzētā sprieduma 83. punktā ir jāinterpretē plašākā kontekstā tādējādi, ka ar tiem tiek sniegts tikai vienreizējs precīzējums attiecībā uz lielāku izliekuma pakāpi apstrīdētā dizainparauga gadījumā. Tā kā Vispārējā tiesa ir piemērojusi pareizu pieeju attiecībā uz informēta lietotāja definīciju, nevar secināt, ka 83. punktā ietvertie vārdi vien nozīmētu, ka Vispārējā tiesa ir nepareizi izvērtējusi informēta lietotāja uzmanības līmeni.

- 61 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, šī vienīgā pamata otrā daļa ir jānoraida kā nepamatota.

Par vienīgā pamata trešo daļu, kas attiecas uz pārbaudes tiesā apjomu

Lietas dalībnieku argumenti

- 62 *PepsiCo*, atsaucoties uz nesen pasludināto Tiesas spriedumu saistībā ar augu šķir-nēm (2010. gada 15. aprīļa spriedums lietā C-38/09 P *Schröder*/KAŠB, Krājums, I-3209. lpp., 77. punkts), apgalvo, ka ļoti rūpīgā attiecīgo dizainparaugu atšķirību un līdzību pārbaude, ko veikusi Vispārējā tiesa, pārsniedz tās uzdevumu atbilstoši Regulas Nr. 6/2002 61. panta 2. punktam. Tādēļ *PepsiCo* uzskata, ka jautājums par to, vai būtu jākonstatē līdzīgs kopējais iespaids, ir bijis jāatstāj Apelāciju padomes izskatīšanā.
- 63 Tāpat ITSB uzskata, ka, neierobežojot savu pārbaudi ar acīmredzamām kļūdām vērtējumā, Vispārējā tiesa ir pārsniegusi to, kas atļauts ar Regulas Nr. 6/2002 61. pantu Kopienas dizainparaugu jomā.
- 64 *Grupo Promer* uzskata, ka *PepsiCo* izvirzītais arguments nav pamatots. Konstatējumi, ko Tiesa izdarījusi iepriekš minētajā spriedumā lietā *Schröder*/KAŠB, izrietot no apstākļa, ka runa bija par tehnisku un sarežģītu pārbaudi; savukārt šī lieta attiecoties tikai uz dizainparaugu pārbaudi nolūkā noskaidrot, vai apstrīdētajam dizainparaugam trūkst individuāla rakstura.

Tiesas vērtējums

- 65 Aplūkojamajā lietā nav strīda par to, ka Vispārējā tiesa ir veikusi padziļinātu attiecīgo dizainparaugu pārbaudi, lai atceltu Apelāciju padomes lēmumu.
- 66 Šajā kontekstā ir jāatgādina, ka Vispārējās tiesas kompetencē ietilpst pilnas pārbaudes veikšana par to vērtējumu tiesiskumu, ko ITSB sniedzis attiecībā uz elementiem, kurus iesniedzis pieteikuma iesniedzējs (skat. 2011. gada 5. jūlija spriedumu lietā C-263/09 P *Edwin*/ITSB, Krājums, I-5853. lpp., 52. punkts).
- 67 Ir tiesa, ka pēc analogijas ar iepriekš minēto spriedumu lietā *Schröder*/KAŠB Vispārējā tiesa var atzīt, ka ITSB — it īpaši gadījumos, kad ITSB ir jāveic ļoti tehniska rakstura vērtējumi, — ir noteikta rīcības brīvība, un, ciktāl runa ir par Vispārējās tiesas veikto pārbaudi attiecībā uz Apelāciju padomes lēmumiem rūpniecisko dizainparaugu jomā, var ierobežoties ar acīmredzamu kļūdu vērtējumā izskatīšanu.
- 68 Tomēr ir jānorāda, ka šīs lietas īpašajos apstākļos Vispārējā tiesa nav pārsniegusi strīdīgā lēmuma pārbaudes robežas, kas atbilst grozīšanas pilnvarām, kuras tai piešķirtas ar Regulas Nr. 6/2002 61. pantu.
- 69 Līdz ar to vienīgā pamata trešā daļa ir jānoraida kā nepamatota.

Par vienīgā pamata ceturto daļu, kas attiecas uz pārbaudes veikšanu drīzāk attiecībā uz precēm, nevis attiecīgajiem dizainparaugiem

Lietas dalībnieku argumenti

- 70 *PepsiCo* uzskata, ka konfliktējošo dizainparaugu izvērtējums nav jābalsta uz reālo ražojumu paraugu, ko lietas dalībnieki iesnieguši savu argumentu ilustrēšanai, salīdzināšanu. It īpaši ITSB neesot nekādas vajadzības — šādu prasību par spēkā neesamības atzīšanu ietvaros — aizsteigties priekšā iespējamām paralēlām vai nākotnē paredzamām prasībām sakarā ar nelikumīgu izmantošanu, kas būtu balstītas uz to pašu agrāku dizainparaugu un to pašu vēlāku dizainparaugu tādā veidā, kādā tie tiek izmantoti tirgū.
- 71 *Grupo Promer* atgādina, ka ražojumu paraugus ir apskatījušas arī Anulēšanas nodaļa un Apelāciju padome. Līdz ar to Vispārējās tiesas sniegtais vērtējums par visiem pierādījumiem, kas jau pievienoti lietas materiāliem, esot faktiska rakstura jautājums, uz kuru nevar balstīt Tiesai iesniegtās apelācijas sūdzības pamatu.

Tiesas vērtējums

- 72 Ir jāatzīmē, ka pārsūdzētā sprieduma 83. punktā Vispārējā tiesa ir norādījusi, ka tās vērtējumu par attiecīgo dizainparaugu izliekuma pakāpi “apstiprina faktiski tirgotie ražojumi, kas minēti [ietverti] lietas materiālos, kurus ITSB ir pārsūtījusi Vispārējai tiesai”.

- 73 Tomēr, tā kā dizainparaugu jomā salīdzināšanu veicošā persona ir informēts lietotājs, kas — kā konstatēts šā sprieduma 53. un 59. punktā — atšķiras no parastā vidusmēra patērētāja, nav atzīstams par kļūdu tas, ka attiecīgo dizainparaugu radītā kopējā iespaids izvērtēšanā ņem vērā faktiski tirgotos ražojumus, kas atbilst šiem dizainparaugiem.
- 74 Katrā ziņā no darbības vārda “apstiprina” izmantošanas pārsūdzētā sprieduma 83. punktā izriet, ka īstenībā Vispārējā tiesa savus vērtējumus ir balstījusi uz konfliktējošajiem dizainparaugiem, kādi tie ir aprakstīti un attēloti attiecīgajos reģistrācijas pieteikumos, un līdz ar to reālo ražojumu salīdzinājums ir ticis izmantots tikai ilustrēšanas mērķiem, lai apstiprinātu jau izdarītos secinājumus, un nevar tikt uzskatīts par pārsūdzētā sprieduma pamatojuma pamatu.
- 75 Līdz ar to vienīgā pamata ceturtdaļa ir noraidāma kā nepamatota.

Par vienīgā pamata piekto daļu, kas attiecas uz apgalvojumu par faktu sagrozīšanu

Lietas dalībnieku argumenti

- 76 *PepsiCo*, kuru atbalsta ITSB, norāda uz Vispārējās tiesas pieļauto faktu sagrozīšanu, citstarp uzskatot, ka prezumpcija, ka informēts lietotājs ierobežos savu konkrētā objekta uztveri ar “virsskatu”, nav reāla un ir pretrunā dzīves pieredzei. Turklāt, pat

aplūkojot attiecīgos dizainparaugus virsskatā un plakaniski, tūlīt tiek uztvertas atšķirības starp tiem.

- ⁷⁷ *Grupo Promer* uzskata, ka apgalvojums par faktu sagrozīšanu, kas izvirzīts, nenorādot uz pierādījumu novērtējuma sagrozīšanu, ir arguments, kas nevar pamatot Tiesai iesniegto apelācijas sūdzību. Šis faktu un pierādījumu novērtējums, izņemot gadījumus, kad [Vispārējai tiesai] iesniegtie pierādījumi ir sagrozīti, neesot tiesību jautājums, kuru Tiesai varētu pārbaudīt apelācijas tiesvedības ietvaros.

Tiesas vērtējums

- ⁷⁸ Tiesa jau ir nospriedusi, ka, ņemot vērā iebilduma par sagrozīšanu izņēmuma raksturu, ar LESD 256. pantu, Eiropas Savienības Tiesas Statūtu 58. panta pirmo daļu un Tiesas Reglamenta 112. panta 1. punkta pirmās daļas c) apakšpunktu apelācijas sūdzības iesniedzējam it īpaši ir noteikts pienākums precīzi norādīt elementus, kurus Vispārējā tiesa esot sagrozījusi, un norādīt kļūdas vērtējumā, kuras, apelācijas sūdzības iesniedzēja ieskatā, esot izraisījušas to, ka Vispārējā tiesa pieļāvusi šo sagrozīšanu (šajā ziņā skat. 2004. gada 7. janvāra spriedumu apvienotajās lietās C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P un C-219/00 P *Aalborg Portland* u.c./Komisija, *Recueil*, I-123. lpp., 50. punkts).
- ⁷⁹ Šādai faktu sagrozīšanai ir acīmredzami jāizriet no lietas materiāliem tādējādi, ka nav nepieciešams no jauna novērtēt faktus un pierādījumus (2008. gada 18. decembra spriedums lietā C-16/06 P *Les Éditions Albert René/ITSB*, Krājums, I-10053. lpp., 69. punkts un tajā minētā judikatūra).

- 80 Konkrētajā gadījumā *PepsiCo* būtībā pārmēt Vispārējai tiesai, ka tā esot sagrozījusi faktus, salīdzinot attiecīgos dizainparaugus vienīgi saistībā ar to uztveršanu “virsskatā”, tādējādi neņemot vērā atšķirības, kas esot acīmredzamas, aplūkojot dizainparaugus sānskatā. Tajā pašā laikā *PepsiCo* precīzi nenorāda elementus, ko būtu sagrozījusi Vispārējā tiesa, un nenorāda kļūdas vērtējumā, kuras, tās ieskatā, esot izraisījušas to, ka Vispārējā tiesa pieļāvusi šo sagrozīšanu.
- 81 Šajos apstākļos ir jākonstatē, ka argumenti, ko šajā sakarā izvirzījusi apelācijas sūdzības iesniedzēja, neatbilst iepriekš minētajā judikatūrā noteiktajām prasībām. Līdz ar to vienīgā pamata piektā daļa ir jānoraida kā nepieņemama.
- 82 Tā kā neviena no vienīgā apelācijas sūdzības iesniedzējas izvirzītā pamata daļām nav apmierināta, apelācijas sūdzība ir pilnībā noraidāma.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 83 Atbilstoši Reglamenta 69. panta 2. punktam, kas piemērojams apelācijas tiesvedībā, pamatojoties uz šī paša reglamenta 118. pantu, lietas dalībniekam, kuram spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā *Grupo Promer* ir lūgusi piespriezt *PepsiCo* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus un tā kā tai spriedums ir nelabvēlīgs, tai ir jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (ceturtā palāta) nospriež:

- 1) **apelācijas sūdzību noraidīt;**

- 2) ***PepsiCo Inc.* atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

[Paraksti]