

Lieta C-281/10 P

PepsiCo Inc.

pret

Grupo Promer Mon Graphic SA

Apelācija — Regula (EK) Nr. 6/2002 — 5., 6., 10. pants un 25. panta 1. punkta d) apakšpunkts — Kopienas dizainparaugs — Reģistrētais Kopienas dizainparaugs, kuru veido riņķveida veicināšanas ražojums — Agrāks Kopienas dizainparaugs — Atšķirīgs kopējais iespaids — Autora brīvības pakāpe — Informēts lietotājs — Pārbaudes tiesā apjoms — Faktu sagrozīšana

Ģenerāladvokāta P. Mengoci [*P. Mengozzi*] secinājumi, sniegti 2011. gada
12. maijā I - 10156
Tiesas (ceturtā palāta) 2011. gada 20. oktobra spriedums I - 10178

Sprieduma kopsavilkums

1. *Kopienas dizainparaugi — Spēkā neesamības pamati — Konflikts ar agrāku dizainparaugu — Dizainparaugs, kas nerada informētam lietotājam kopējo iespaidu, kurš atšķirtos no iespaida, ko rada agrāks dizainparaugs — Informēts lietotājs — Jēdziens (Padomes Regulas Nr. 6/2002 6. panta 1. punkts, 10. panta 1. punkts un 25. panta 1. punkta d) apakšpunkts)*
2. *Kopienas dizainparaugi — Apelācijas process — Prasība Kopienas tiesā — Vispārējās tiesas kompetence — Acīmredzamas kļūdas vērtējumā — Biroja rīcības brīvība (Padomes Regulas Nr. 6/2002 61. pants)*

1. Informēta lietotāja jēdziens ir jāsaprot kā starpposma jēdziens starp preču zīmju jomā piemērojamo vidusmēra patērētāja jēdzienu, 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.

Saistībā ar informēta lietotāja uzmanības līmeni — 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, viņš nav arī eksperts vai pazinējs, kas varētu detalizēti novērot 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.

(sal. ar 53., 55., 57. un 59. punktu)

Pati informētā lietotāja būtība 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. Tā kā Regulā Nr. 6/2002 par Kopienas dizainparaugiem šajā ziņā nav sniegtas precīzas norādes, nevar uzskatīt, ka Savienības likumdevējam bija nodoms paredzēt, ka iespējamo dizainparaugu izvērtēšanu var veikt tikai ar tiešo salīdzināšanu.

2. Izskatot prasību par Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) lēmuma atcelšanu, Vispārējās tiesas kompetencē ietilpst pilnas pārbaudes veikšana par to vērtējumu tiesiskumu, ko Birojs sniedzis attiecībā uz elementiem, kurus iesniedzis pieteikuma iesniedzējs.

Saistībā ar Vispārējās tiesas veiktās pārbaudes apjomu — tā var atzīt, ka Birojam, it īpaši gadījumos, kad tam 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.

(sal. ar 66. un 67. punktu)