



## Judikatūras krājums

TIESAS SPRIEDUMS (trešā palāta)

2019. gada 6. jūnijā \*

Kopienas dizainparaugs – Spēkā neesamības atzīšanas process – Reģistrēts Kopienas dizainparaugs, kurā attēlots mehāniskais transportlīdzeklis – Agrāks Kopienas dizainparaugs – Spēkā neesamības pamats – Individuāla rakstura neesamība – Regulas (EK) Nr. 6/2002 6. pants un 25. panta 1. punkta b) apakšpunkts

Lietā T-209/18

**Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG**, Štutgarte (Vācija), ko pārstāv *C. Klawitter*, advokāts,

prasītāja,

pret

**Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (EUIPO)**, ko pārstāv *S. Hanne*, pārstāvis,

atbildētājs,

otra procesa *EUIPO* Apelācijas padomē dalībiece, kas iestājusies lietā Vispārējā tiesā –

**Autec AG**, Nirnberga (Vācija), ko pārstāv *M. Krogmann*, advokāts,

par prasību par *EUIPO* Apelācijas trešās padomes 2018. gada 19. janvāra lēmumu lietā R 945/2016-3 attiecībā uz spēkā neesamības atzīšanas procesu starp *Autec AG* un *Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG*,

VISPĀRĒJĀ TIESA (trešā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs *S. Frimods Nilsens* [*S. Frimodt Nielsen*], tiesneši *N. Pultoraka* [*N. Pólttorak*] un *E. Perillo* [*E. Perillo*] (referents),

sekretāre: *R. Ūkelīte* [*R. Ūkelyté*], administratore,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 22. martā,

ņemot vērā *EUIPO* atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 13. jūlijā,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 4. jūlijā,

ņemot vērā 2018. gada 7. augusta lēmumu, ar kuru atteikts pievienot lietas materiāliem prasītājas 2018. gada 23. jūlija vēstuli,

\* Tiesvedības valoda – vācu.

ņemot vērā 2018. gada 23. augusta lēmumu, ar kuru atteikts pievienot lietas materiāliem prasītājas 2018. gada 13. augusta vēstuli,

ņemot vērā 2018. gada 20. septembra lēmumu, ar kuru atteikts apvienot lietas T-43/18, T-191/18, T-192/18, T-209/18 un T-210/18,

ņemot vērā cita tiesneša iecelšanu, lai papildinātu palātu viena no tās locekļiem prombūtnes dēļ,

ņemot vērā 2019. gada 14. janvāra lēmumu, ar kuru atteikts apvienot lietas T-209/18 un T-210/18 tiesvedības mutvārdu daļai,

pēc 2019. gada 12. februāra tiesas sēdes

pasludina šo spriedumu.

## Spriedums

### Tiesvedības priekšvēsture

- 1 2010. gada 20. augustā prasītāja *Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG* Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojā (*EUIPO*) iesniedza Kopienas dizainparauga reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz Padomes Regulu (EK) Nr. 6/2002 (2001. gada 12. decembris) par Kopienas dizainparaugiem (OV 2002, L 3, 1. lpp.).
- 2 Reģistrācijai pieteiktais Kopienas dizainparaugs ir attēlots šādi (turpmāk tekstā – “apstrīdētais dizainparaugs” vai “automašīnas “Porsche 911” 991. sērijas dizainparaugs”):





- 3 Ražojumi, kuriem paredzēts piemērot apstrīdēto dizainparaugu, ietilpst 12.08. klasē atbilstoši grozītajam 1968. gada 8. oktobra Lokarno Nolīgumam par dizainparaugu starptautiskās klasifikācijas izveidošanu un atbilst šādam aprakstam: “mehāniskie transportlīdzekļi”.
- 4 Apstrīdētais dizainparaugs tika publicēts 2010. gada 6. septembra *Bulletin des dessins ou modèles communautaires* [Kopienas Dizainparaugu Biļetenā] Nr. 2010/200 ar prioritātes datumu 2010. gada 27. aprīlī, un šī dizainparauga skati bija publicēti 2012. gada 7. septembra *Bulletin des dessins ou modèles communautaires* Nr. 2012/172.
- 5 2014. gada 8. jūlijā persona, kas iestājusies lietā, *Autec AG* iesniedza *EUIPO* pieteikumu par apstrīdētā dizainparauga spēkā neesamības atzīšanu. Šis pieteikums tika iesniegts, pamatojoties uz Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta b) apakšpunktu, lasot to kopsakarā ar šīs pašas regulas 4. panta 1. punktu un 5. un 6. pantu.
- 6 Būtībā persona, kas iestājusies lietā, uzskatīja, ka automašīnas “Porsche 911” 991. sērijas dizainparaugs nebija nedz jauns, nedz tam piemita individuāls raksturs, un tas bija šķērslis tā aizsardzībai. Sava pieteikuma pamatojumam tā galvenokārt apgalvoja, ka apstrīdētais dizainparaugs ievērojami neatšķirās no citiem automašīnas “Porsche 911” modeļiem, kas laisti tirgū kopš oriģinālās 1963. gada versijas.
- 7 Šajā ziņā persona, kas iestājusies lietā, it īpaši atsaucās uz šādiem Kopienas dizainparaugiem:
  - Kopienas dizainparaugs Nr. 735428-0001 (turpmāk tekstā – “agrākais dizainparaugs” vai “automašīnas “Porsche 911” 997. sērijas dizainparaugs”), kas reģistrēts attiecībā uz “mehāniskajiem transportlīdzekļiem” un publicēts 2008. gada 23. jūnijā un kas attēlots šādi:





- Kopienas dizainparaugs Nr. 633748-0001, kas reģistrēts attiecībā uz “automobiļiem” un publicēts 2007. gada 9. janvārī un kas attēlots šādi:





- 8 Persona, kas iestājusies lietā, savam pieteikumam par spēkā neesamības atzīšanu ir pievienojusi arī dažādus rakstus presē, kas attiecas uz automašīnas “Porsche 911” dizainu.
- 9 Ar 2016. gada 10. maija lēmumu *EUIPO* Anulēšanas nodaļa apmierināja pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu un pasludināja apstrīdēto dizainparaugu par spēkā neesošu individuāla rakstura neesamības dēļ.
- 10 2016. gada 23. maijā prasītāja, pamatojoties uz Regulas Nr. 6/2002 55.–60. pantu, iesniedza *EUIPO* apelācijas sūdzību par Anulēšanas nodaļas lēmumu.
- 11 Ar 2018. gada 19. janvāra lēmumu (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”) *EUIPO* Apelācijas trešā padome noraidīja apelācijas sūdzību individuāla rakstura neesamības dēļ Regulas Nr. 6/2002 6. panta 1. punkta izpratnē.
- 12 Vispirms Apelācijas padome uzskatīja, ka automobiļu gadījumā autora brīvību ierobežo attiecīgā ražojuma tehniskās iezīmes, piemēram, nepieciešamība pēc virsbūves un riteņiem, kā arī tiesību aktos noteiktās prasības, it īpaši tās, kas attiecas uz satiksmes drošību, piemēram, nepieciešamība pēc priekšējiem lukturiem, atpakaļskata spoguļiem un aizmugurējiem lukturiem.
- 13 Turpinājumā šī instance uzskatīja, ka attiecībā uz tādu iezīmju, ko nosaka tehniskā funkcija vai tiesību aktos noteiktās prasības, dizainu autora brīvība pati par sevi turpretim nav nekādi ierobežota. Tā arīdzan precizēja, ka attiecīgo ražojumu lietotājs ir vispārīgi informēts automobiļu lietotājs, proti, persona, kas vada, lieto un pazīst tirgū pieejamos automobiļu modeļus.
- 14 Šajā kontekstā Apelācijas padome secināja, ka konfliktējošie dizainparaugi galu galā sakrīt to būtisko iezīmju, piemēram, virsbūves formas vai silueta, to durvju un logu, ziņā.
- 15 Tādēļ Apelācijas padome secināja, ka tas, ka pastāv automašīnas “Porsche 911” 997. sērijas dizainparaugs, ir pietiekams šķērslis tās pašas automašīnas 991. sērijas dizainparauga individuālajam raksturam un tāpēc neesot nepieciešams veikt Kopienas dizainparauga Nr. 633748-0001, uz kuru atsaukusies persona, kas iestājusies lietā, pārbaudi, nedz arī izskatīt jautājumu par apstrīdētā dizainparauga novitāti.

### **Lietas dalībnieku prasījumi**

- 16 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
  - atcelt apstrīdēto lēmumu;
  - noraidīt pieteikumu par “dizainparauga [..] Nr. 198387-0001” spēkā neesamības atzīšanu.

17 *EUIPO* un personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

- noraidīt prasību;
- piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

### **Juridiskais pamatojums**

- 18 Savas prasības pamatojumam prasītāja būtībā izvirza vienu pamatu, kas balstīts uz Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta b) apakšpunkta, lasot to kopsakarā ar šīs pašas regulas 5. un 6. pantu, pārkāpumu.
- 19 Šajā ziņā tā galvenokārt apgalvo, ka kopējais iespaids, kuru apstrīdētais dizainparaugs rada informētām šāda veida automašīnas lietotājam, atšķiras no tā, ko rada agrākais dizainparaugs, uz kuru persona, kas iestājusies lietā, atsaucas sava pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu pamatojumam. Proti, abu konfliktējošo dizainparaugu “ārējais izskats” atšķiroties “ievērojami” un “tik acīmredzami”, ka Apelācijas padome nevarēja, nepieļaujot kļūdu vērtējumā, uzskatīt, ka apstrīdētajam dizainparaugam nepiemīt individuāls raksturs.
- 20 Pēc tam, kad šis pamats ir rezumēts, ir jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta b) apakšpunktu Kopienas dizainparaugu var atzīt par spēkā neesošu, ja tas neatbilst šīs pašas regulas 4.–9. panta prasībām.
- 21 Šajā ziņā Regulas Nr. 6/2002 4. panta 1. punktā ir precizēts, ka dizainparaugs ir aizsargāts kā Kopienas dizainparaugs vienīgi tad, ja tas ir jauns un tam ir individuāls raksturs.

### ***Par vienīgā prasības pamata pirmo daļu – Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta b) apakšpunkta, to lasot kopsakarā ar šīs pašas regulas 6. pantu, pārkāpumu***

- 22 No Regulas Nr. 6/2002 6. panta 1. punkta b) apakšpunkta formulējuma izriet, ka reģistrēta Kopienas dizainparauga individuālais raksturs vispirms jānovērtē, ņemot vērā kopējo iespaidu, ko tas rada informētam lietotājam (skat. spriedumu, 2013. gada 25. oktobris, *Merlin u.c./ITSB – Dusyma* (Spēles), T-231/10, nav publicēts, EU:T:2013:560, 28. punkts un tajā minētā judikatūra). Šim kopējam iespaidam turklāt jāatšķiras no tā, ko rada jebkurš dizainparaugs, kas ir darīts pieejams sabiedrībai pirms reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma vai, ja uz to attiecināta prioritāti, pirms prioritātes datuma.
- 23 Turklāt Regulas Nr. 6/2002 6. panta 2. punktā ir precizēts, ka, novērtējot individuālo raksturu, par kuru tajā ir runa, jāņem vērā dizainparauga autora brīvības pakāpe dizainparauga izveidē.
- 24 Tagad, kad ir atgādinātas šīs tiesību aktos noteiktās prasības, ir jānorāda, ka atbilstošajā judikatūrā šajā ziņā ir precizēts, ka dizainparauga individuālajam raksturam jāizriet no kopējā iespaida par atšķirīgumu vai no “dējā vu” [dežavū] sajūtas neesamības informēta lietotāja uztverē – salīdzinājumā ar jebkuru iepriekš pastāvošo dizainparaugu. Šajā ziņā nevar ņemt vērā atšķirības, kas nav pietiekami izteiktas, lai ietekmētu šo kopējo iespaidu, bet tikai atšķirības, kas ir pietiekami izteiktas, lai radītu atšķirīgu kopējo iespaidu, var būt noteicošas (skat. spriedumu, 2013. gada 7. novembris, *Budziewska/ITSB – Puma* (Lecošs kaķu dzimtas dzīvnieks), T-666/11, nav publicēts, EU:T:2013:584, 29. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 25 Ņemot vērā iepriekš minētos kritērijus, tātad ir jāpārbauda, vai, raugoties no informēta lietotāja skatpunkta un ņemot vērā brīvības pakāpi, kādu konkrētajā gadījumā var baudīt dizainparauga autors, apstrīdētā dizainparauga modeļa radītais kopējais iespaids atšķiras no tā, ko rada agrākais dizainparaugs.

*Par informētu lietotāju*

- 26 Saistībā ar informēta lietotāja jēdziena interpretāciju vispirms ir jāsecina, ka “informēta lietotāja” statuss nozīmē, ka attiecīgā persona lieto ražojumu, kurā iekļauts dizainparaugs, atbilstoši šā ražojuma mērķim. Apzīmētājs “informēts” turklāt liek domāt, ka, obligāti nebūdamas tehniskais eksperts, attiecīgais lietotājs pazīst dažādos dizainparaugus, kas eksistē attiecīgajā nozarē, viņam ir zināma izpratne par elementiem, kas parasti piemīt šiem dizainparaugiem, un, pateicoties savai interesei par šiem ražojumiem, viņš izrāda samērā augstu uzmanības pakāpi, tos lietojot (spriedumi, 2011. gada 20. oktobris, *PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic*, C-281/10 P, EU:C:2011:679, 59. punkts, un 2017. gada 28. septembris, *Rühland/EUIPO – 8 seasons design* (Lampa zvaigznes formā), T-779/16, nav publicēts, EU:T:2017:674, 19. punkts).
- 27 Informēta lietotāja jēdziens tātad ir jāsaprot kā tāds, kas atrodas pa vidu starp preču zīmju jomā piemērojamo vidusmēra patērētāja, kam netiek prasītas nekādas īpašas zināšanas un kas parasti tieši nesalīdzina konfliktējošās preču zīmes, jēdzienu un pazinēja, proti, eksperta, kam piemīt zināmas tehniskas zināšanas, jēdzienu. Tādējādi informēta lietotāja jēdzienu var saprast kā tādu, ar ko apzīmē nevis lietotāju ar vidējo uzmanības līmeni, bet gan lietotāju, kurš ir īpaši uzmanīgs pret attiecīgajiem ražojumiem, neatkarīgi no tā, vai tas tā ir viņa personīgās pieredzes dēļ vai plašu zināšanu attiecīgajā nozarē dēļ (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2011. gada 20. oktobris, *PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic*, C-281/10 P, EU:C:2011:679, 53. punkts).
- 28 Šajā gadījumā apstrīdētā lēmuma 19.–21. punktā Apelācijas padome uzskatīja, ka ražojumu, uz kuriem attiecas konfliktējošie dizainparaugi, informēts lietotājs ir nevis automašīnas “Porsche 911” lietotājs, bet gan vispārīgi automašīnu lietotājs, kurš pazīst tirgū pieejamos modeļus un izrāda augstu uzmanības un ieinteresētības līmeni. Turklāt tā zināšanas par attiecīgo tirgu ļautu šādam informētam lietotājam vispārīgi zināt, ka automobiļu konstruktori nemitīgi neprojektē jaunus modeļus, bet gan, ņemot vērā projektēšanas augstās izmaksas, vismaz iesākumā tikai modernizē esošos modeļus.
- 29 Apstrīdot Apelācijas padomes vērtējumu, prasītāja tomēr gan prasības pieteikumā, gan tiesas sēdē apgalvoja, ka šajā gadījumā informēts lietotājs būtu uzrādījis uzmanības līmeni, kurš ir augstāks nekā Apelācijas padomes norādītais, un viņam būtu par vidējām lielākas zināšanas, kas liktu viņam būt īpaši uzmanīgam pret automašīnas “Porsche 911” modeļu dažādajām versijām.
- 30 Tā tas esot tādēļ, ka lietotāja interese par automašīnām, kurās paredzēts izmantot konfliktējošos dizainparaugus, un viņa zināšanas par attiecīgo tirgu nozari esot īpaši svarīgas, jo runa esot par “limuzīniem” un “dārgām sporta automašīnām”, kā tas esot šajā gadījumā ar automašīnas “Porsche 911” modeli, kas tirgū esot jau desmitiem gadu. Tādēļ, pretēji Apelācijas padomes uzskatiem, informēts lietotājs nevarot būt “fiktīva persona” vai nenoteikts subjekts, bet gan viņu esot jāidentificē “empīriski, ņemot vērā konkrēto aplūkoto ražojumu”.
- 31 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus.
- 32 Kad prasītājas izvirzītie iebildumi ir šādi rezumēti, tagad pirmām kārtām jānorāda, ka tā vairākkārt ir apgalvojusi, ka ražojumi, uz ko attiecas konfliktējošie dizainparaugi, ietver vienīgi “sporta automašīnas” vai vienīgi “limuzīnus”, vai pat tikai automašīnu “Porsche 911”, nevis, kā vēlējās uzskatīt Apelācijas padome, “automobiļus” vispār vai “mehāniskos transportlīdzekļus”.
- 33 Šajā ziņā tomēr jāatgādina, pirmkārt, ka, lai noteiktu ražojumus, kuros paredzēts iekļaut vai piemērot dizainparaugu, vispirms ir jāņem vērā atbilstošā norāde, kas minēta reģistrācijas pieteikumā (spriedums, 2017. gada 18. jūlijs, *Chanel/EUIPO – Jing Zhou un Golden Rose 999* (Ornaments), T-57/16, EU:T:2017:517, 41. punkts).

- 34 Otrkārt, attiecīgā gadījumā ir jāņem vērā arī pats dizainparaugs, ciktāl tas ļauj precizēt ražojuma raksturu, izmantojumu vai funkciju. Proti, šāda ņemšana vērā var ļaut identificēt attiecīgo ražojumu plašākā ražojumu kategorijā, piemēram, tajā, kas norādīta reģistrācijas brīdī (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2010. gada 18. marts, *Grupo Promer Mon Graphic/ITSB – PepsiCo* (Rinķveida veicināšanas ražojuma attēlojums), T-9/07, EU:T:2010:96, 56. punkts).
- 35 Lai gan starp pusēm nav strīda, ka apstrīdētais dizainparaugs ir domāts izmantošanai mehāniskos transportlīdzekļos, ar vienkāršu “sporta automašīnas” vai “limuzīna” kvalifikāciju, ko prasītāja piešķirusi ražojumiem, kuros paredzēts izmantot apstrīdēto dizainparaugu, nepietiekot – jo šajā ziņā nav sniegti precizējumi –, lai pierādītu, ka tāds dizainparaugs kā automašīnas “Porsche 911” 991. sērijas dizainparaugs ļautu identificēt īpašu automobiļu kategoriju, jo šādas automašīnas atšķirtos no automobiļiem vispār – ar savu raksturu, izmantojumu vai arī funkciju.
- 36 Proti, no vienas puses, šāda specifiska kategorija neeksistē pašreizējā rūpniecisko dizainparaugu starptautiskajā klasifikācijā (skat. šā sprieduma 3. punktu) un, no otras puses, pati prasītāja bija pieteikusi un ieguvusi apstrīdētā dizainparauga reģistrāciju attiecībā uz 12.08. klases ražojumiem, kas atbilst šādam aprakstam: “vieglie un kravas automobiļi, autobusi”.
- 37 Šādos apstākļos prasītāja arīdzan nevarētu lietderīgi pārnest Apelācijas padomei, ka tā secinājusi, ka informēta lietotāja jēdziens attiecas uz “fiktīvu personu”, jo šādu juridisku jēdzienu, kas radīts tieši dizainparauga individuālā rakstura vērtējuma vajadzībām, balstoties uz Regulas Nr. 6/2002 6. pantu, varot definēt tikai vispārīgi, atsaucoties uz personu, kurai piemīt standarta īpašības, nevis uz katru atsevišķu gadījumu saistībā ar vienu vai otru modeli (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2013. gada 7. novembris, *Lecošs* kaķu dzimtas dzīvnieks, T-666/11, nav publicēts, EU:T:2013:584, 32. punkts).
- 38 Šajā ziņā ir taisnība, ka, lai noraidītu prasītājas argumentus par informēta lietotāja konkrēta vērtējuma trūkumu (skat. šā sprieduma 30. punktu), Apelācijas padome izmantoja vienīgi definīciju, kas sniegta iepriekš minētajā judikatūrā, tātad neizskaidrojot, kādā ziņā tas, ka daži modeļi tirgū ir desmitiem gadu, neļauj secināt, ka šādu modeļu lietotājs – kā tas ir gadījumā ar automašīnu “Porsche 911” – izrādītu īpašu uzmanību un viņam, kā uzsver prasītāja, būtu zināšanas, kas ir lielākas par vidējām.
- 39 Tomēr šāds apstāklis nevar norādīt uz nepietiekamu pamatojumu apstrīdētajā lēmumā, jo Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 20. punktā ir precīzi norādījusi, ka atbilstoši jau minētajai judikatūrai šajā gadījumā vajag aplūkot ražojumu kategoriju, nevis konkrēto ražojumu, līdz ar to ir jāņem vērā nevis informēts automašīnas “Porsche 911” lietotājs, bet gan vispār informēts automobiļu lietotājs.
- 40 Lai gan prasītāja nepiekrīt šādam vērtējumam, tomēr šajā ziņā Apelācijas padomes argumentācija ir sniegta skaidri un nepārprotami, ļaujot prasītājai juridiski pietiekami uzzināt veiktā pasākuma pamatojumu.
- 41 Līdz ar to Apelācijas padome, nepieļaujot kļūdu tiesību piemērošanā vai procesuālu kļūdu, varēja arī, novērtējot ražojumu, kuriem ir paredzēti konfliktējošie dizainparaugi, informēta lietotāja jēdzienu, neņemot vērā sporta automašīnu lietotāju aptaujas, lai gan prasītāja patiešām vēlējas izmantot šādas aptaujas savas argumentācijas pamatojumam. Katrā ziņā gadījumā, ja prasītāja būtu vēlējusies pārnest Apelācijas padomei, ka tā nav veikusi šādas aptaujas, šādam iebildumam nebūtu nozīmes, jo vispārīgi definēta ierindas lietotāja uzmanību nevar empīriski pārbaudīt.
- 42 Turklāt, pat pieņemot, ka prasītāja arī vēlējas atsaukties uz savu tiesību uz aizstāvību pārkāpumu tādēļ, ka tā nav varējusi “sniegt pretējus pierādījumus”, tikai ar to vien, ka prasības pieteikumā ir minētas “aptaujas”, kā arī žurnālu raksti par “GOLF VIII”, acīmredzami nepietiek, lai pamatotu prasītājas apgalvojumus, ka informēta sporta automašīnu lietotāja uzmanības un zināšanu līmenis esot augstāks nekā tas, kas piemīt vispārīgam automašīnu lietotājam, jo prasītāja šajā ziņā vienīgi apgalvo, ka



automašīna “Porsche 911” “bez šaubām” būtu “ievērojami lielākas uzmanības” objekts nekā “parastie transportlīdzekļi”, kuriem nepiemērot īpašas raksturiezīmes un kuri esot “vairāk vai mazāk savstarpēji aizvietojami”.

- 43 Nemot vērā visu iepriekš minēto, iebildums par to, ka Apelācijas padome esot pieļāvusi kļūdas informēta lietotāja jēdziena definīcijā, līdz ar to ir jānoraida.

#### *Par autora brīvību*

- 44 No piemērojamās judikatūras izriet, ka autora brīvība ir nosakāma, ievērojot tostarp ierobežojumus saistībā ar iezīmēm, ko nosaka attiecīgā ražojuma vai ražojuma sastāvdaļas tehniskā funkcija vai ražojumam piemērojamās tiesību aktos noteiktās prasības. Proti, šie ierobežojumi vedina vai pat nosaka pienākumu standartizēt noteiktas attiecīgo ražojumu sastāvdaļas, kas līdz ar to kļūst kopīgas, pat nenovēršami, vairākiem dizainparaugiem, kurus izmanto attiecīgajam ražojumam (spriedums, 2015. gada 10. septembris, *H&M Hennes & Mauritz/ITSB – Yves Saint Laurent* (Rokassomas), T-525/13, EU:T:2015:617, 28. punkts; skat. arī spriedumu, 2015. gada 15. oktobris, *Promarc Technics/ITSB – PIS* (Durvju daļa), T-251/14, nav publicēts, EU:T:2015:780, 51. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 45 Tātad, jo lielāka ir autora brīvība dizainparauga izstrādē, jo mazāk pietiek ar nelielām atšķirībām starp konfliktējošiem dizainparaugiem, lai radītu informētam lietotājam atšķirīgu kopējo iespaidu. Un pretēji – jo vairāk ir ierobežota autora brīvība dizainparauga izstrādē, it īpaši ar iepriekš minētajiem ierobežojumiem, jo vairāk pietiek ar nelielām atšķirībām starp konfliktējošiem dizainparaugiem, lai radītu šai lietotāju kategorijai atšķirīgu kopējo iespaidu.
- 46 Tādējādi augstā autora brīvības pakāpe dizainparauga izstrādē atbalsta secinājumu, ka dizainparaugi, kuriem nav būtisku atšķirību, informētam lietotājam rada vienu un to pašu kopējo iespaidu (skat. spriedumu, 2015. gada 15. oktobris, *Durvju daļa*, T-251/14, nav publicēts, EU:T:2015:780, 52. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 47 Tomēr jāatgādina, ka faktors attiecībā uz autora brīvību pats par sevi vien nevar izšķirt dizainparauga individuālā rakstura vērtējumu, bet tas taču ir apstākļi, kas jāņem vērā šajā vērtējumā.
- 48 Šajā kontekstā autora brīvība ir faktors, kas drīzāk ļauj niansēt apstrīdētā dizainparauga individuālā rakstura vērtējumu, nevis autonomš faktors, kas noteiktu, cik atšķirīgiem jābūt abiem dizainparaugiem, lai viens no tiem varētu pretendēt uz individuālu raksturu. Citiem vārdiem sakot, faktors attiecībā uz autora brīvības pakāpi var stiprināt vai, gluži pretēji, niansēt secinājumu par attiecīgā dizainparauga radīto kopējo iespaidu (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2015. gada 10. septembris, *H&M Hennes & Mauritz/ITSB – Yves Saint Laurent* (Rokassomas), T-526/13, nav publicēts, EU:T:2015:614, 33. un 35. punkts).
- 49 Galu galā dizainparaugs pats par sevi nevar tikt uzskatīts par agrāka dizainparauga reprodukciju vai oriģinālās idejas, kura tajā ir tikusi atveidota pirmo reizi, vienkāršu grafisku attīstību (skat. spriedumu, 2017. gada 18. jūlijs, *Ornaments*, T-57/16, EU:T:2017:517, 32. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 50 Šajā gadījumā Apelācijas padome uzskatīja, ka attiecībā uz automobiļiem autora brīvību ierobežo šādu transportlīdzekļu, kuri kalpo personu un kravu pārvadāšanai, tehniskā funkcija, kas noteikti nozīmē, piemēram, ka ir jābūt riteniem un virsbūvei. Tāpat tā uzskatīja, ka autora brīvību ierobežo tiesību aktos noteiktās prasības, it īpaši satiksmes drošības jomā, piemēram, obligātie galvenie lukturi, aizmugurējie lukturi vai sānu spoguļi. Apelācijas padome uzskatīja, ka autora brīvība attiecībā uz to sastāvdaļu dizainu, kuru klātbūtni pieprasa minēto transportlīdzekļu izmantojums un tiesību normas par drošību, kas jāievēro, turpretim nav pakļauta nekādiem ierobežojumiem.

- 51 Apstrīdot šo vērtējumu, prasītāja apgalvo, ka šajā gadījumā autora brīvību tomēr ierobežo gaidas tirgū, jo patērētāji sagaidot, ka automašīnas “Porsche 911” “radošā ideja” vai par “ikonisku” uzskatītā oriģinālā forma tiks saglabāta nākamajos modeļos un tā tad mainīsies tikai zināmās robežās. Tādēļ Apelācijas padomei savā juridiskajā vērtējumā esot bijušas “jāatzīst un jāizsver” nelielās atšķirības starp automašīnas “Porsche 911” secīgajām sērijām.
- 52 EUIPO un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus.
- 53 Šajā ziņā vispirms ir jākonstatē, ka prasītājas argumentācija balstās uz premisu, saskaņā ar kuru, novērtējot apstrīdētā dizainparauga individuālo raksturu, saistībā ar autora brīvības pakāpi būtu jāņem vērā paša dizainparauga iezīmes, nevis ražojumu, kuros to paredzēts izmantot, iezīmes.
- 54 Tomēr, kā jau norādīts iepriekš 34. punktā, tā tas varētu būt vienīgi gadījumā, ja apstrīdētajā dizainparaugā būtu precizēts ražojuma, kurā šo dizainparaugu paredzēts izmantot, raksturs, izmantojums vai funkcija, taču tieši iepriekš 35. punktā minēto iemeslu dēļ tā tas nav šajā gadījumā. Līdz ar to, pamatojoties uz šā sprieduma 45. un 46. punktā minēto judikatūru, šajā gadījumā ir jānovērtē nevis automašīnas “Porsche 911” 991. sērijas autora brīvības pakāpe, bet gan vispārīgi automašīnu radītāja brīvības pakāpe.
- 55 Tātad Apelācijas padome varēja pamatoti uzskatīt, ka prasītājas argumentam nav nozīmes, un tādēļ neņemt to vērā, savā apstrīdētā dizainparauga individuālā rakstura vērtējumā izvērtējot autora brīvības pakāpi.
- 56 Katrā ziņā autora brīvības pakāpe Regulas Nr. 6/2002 6. panta izpratnē saskaņā ar šā sprieduma 44. punktā atgādināto judikatūru ir nosakāma, ievērojot ierobežojumus, kas var izraisīt ražojumu, kuros paredzēts izmantot attiecīgo dizainparaugu, noteiktu sastāvdaļu standartizācijas, proti, tādus pēc savas būtības normatīvus ierobežojumus, kas objektīvi un *ex lege* ir piemērojami visiem dizainparaugu, ko paredzēts izmantot attiecīgajos ražojumos, autoriem.
- 57 Patērētāju gaidas, par ko runā prasītāja, proti, automašīnas “Porsche 911” sākotnējā modeļa “radošo ideju” vai oriģinālo formu atkal ieraudzīt nākamajās sērijās, nevar tikt uzskatītas par normatīvu ierobežojumu, kas noteikti ierobežotu automobiļa radītāja brīvību, jo šīs gaidas nav saistītas nedz ar šāda ražojuma, kurā ir iekļauts apstrīdētais dizainparaugs, raksturu, nedz tā izmantojumu, nedz arī ar ražošanas nozari, pie kuras pieder šis ražojums.
- 58 Tieši pretēji, saskaņā ar pašas prasītājas vārdiem šīs gaidas ir saistītas vienīgi ar automašīnas “Porsche 911” dizaina “ikonisko” raksturu, proti, ar patērētāju apgalvoto vēlmi palikt tam uzticīgiem, lai gan autoram, neatkarīgi no estētiskiem vai komerciāliem apsvērumiem, nav obligāti jāņem vērā šī vēlme, lai nodrošinātu ražojuma, kurā ir paredzēts izmantot minēto dizainparaugu, darbību.
- 59 Tādējādi bija iespējams nolemt, ka vispārējo tendenci dizaina jomā, kas varētu atbilst ieinteresēto patērētāju gaidām, nevar uzskatīt par autora brīvību ierobežojošu faktoru (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2017. gada 17. novembris, *Ciarko/EUIPO – Maan* (Tvaika nosūcējs), T-684/16, nav publicēts, EU:T:2017:819, 29. un 30. punkts un tajos minētā judikatūra), turklāt tāpēc, ka šāda brīvība ļauj autoram atklāt jaunas formas, jaunas līnijas vai ieviest inovācijas jau pastāvošā grafiskajā tendencē (spriedums, 2012. gada 13. novembris, *Antrax It/ITSB – THC* (Apkures radiatorī), T-83/11 un T-84/11, EU:T:2012:592, 95. punkts).
- 60 Šajā ziņā Apelācijas padome, pretēji prasītājas apgalvotajam, tā tad varēja lietderīgi atsaukties uz šādu judikatūru, lai noraidītu prasītājas iebildumu un lai savā vērtējumā par autora brīvību apstrīdētā dizainparauga izstrādē atteiktos no automašīnas “Porsche 911” īpatnību vērā ņemšanas.
- 61 Tātad šādos apstākļos Apelācijas padome ir pamatoti uzskatījusi, ka nebija jāņem vērā potenciālās gaidas tirgū, lai šajā gadījumā noteiktu autora brīvības pakāpi.

- 62 Turklāt prasītāja nevarētu apstrīdēt šādu secinājumu, atsaucoties uz *Oberlandesgericht Stuttgart* (Federālās zemes Augstākā tiesa Štutgartē, Vācija) spriedumu. Proti, apelācijas padomju lēmumu tiesiskums ir jāizvērtē, balstoties vienīgi uz Regulu Nr. 6/2002, kā to interpretējusi Savienības tiesa, nevis uz valsts judikatūru, turklāt arī gadījumā, ja šī judikatūra būtu balstīta uz normām, kas ir analogas šīs regulas normām (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2017. gada 4. jūlijs, *Murphy/EUIPO – Nike Innovate* (Elektroniskā pulksteņa aprobe), T-90/16, nav publicēts, EU:T:2017:464, 72. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 63 Šī paša iemesla dēļ prasītāja tāpat nevarētu uzspiest *EUIPO* apsvērumus, kas minēti Komisijas Zaļajā grāmatā par rūpniecisko dizainparaugu tiesisko aizsardzību, pat ja tiktu pieņemts, ka šāds dokuments varētu būt juridiski saistošs.

*Par konfliktējošo dizainparaugu radītā kopējā iespaida salīdzinājumu*

- 64 Apelācijas padome uzskatīja, ka apstrīdētais dizainparaugs informēta lietotāja apziņā nerada kopējo iespaidu, kas atšķirtos no agrākā dizainparauga radītā. Proti, tā uzskatīja, ka šo abu dizainparaugu skatos sakrīt to forma un virsbūves siluets, it īpaši izmēru un proporciju ziņā, logu un durvju formas un izvietojuma ziņā, aizmugurējā motora pārsega formas, aizmugurējā spoilerā, kā arī priekšējo lukturu formas un izvietojuma ziņā. Tā līdz ar to secināja, ka nelielās atšķirības, kas redzamas šo divu dizainparaugu pretskatā un mugurskatā, tostarp priekšējā bagāžnieka vāka slīpumā, sānu spoguļu formā, aizmugurējo lukturu formā un izvietojumā vai aizmugurējā bufera risinājumā vai izpūtēja formā, nevar uzskatīt par pietiekami izteiktām iezīmēm, kas ievērojami ietekmētu informētām lietotājam radīto kopējo iespaidu.
- 65 Savukārt prasītāja nolūkā apstrīdēt minēto Apelācijas padomes vērtējumu vispirms apgalvo, ka tā, izvērtējot apstrīdētā dizainparauga individuālo raksturu, ir pieļāvusi vairākas tiesību kļūdas vai procesuālas kļūdas.
- 66 Apelācijas padomei esot bijis jāņem vērā ražojuma attēlojums reklāmā un lietas materiāliem pievienotajās fotoreprodukcijās, kas attēlo šī ražojuma konkrētas lietošanas situācijas, nevis tikai skati, kas pievienoti reģistrācijas pieteikuma un pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu pamatojumam. Proti, šādi elementi ļaujot saprast ražojuma izmantošanu atbilstoši tā paredzētajam lietošanas mērķim, kas Apelācijas padomei esot bijis jāņem vērā, tieši salīdzinot konfliktējošos dizainparaugus.
- 67 Tālāk prasītāja pārmet Apelācijas padomei, ka tā nav ņēmusi vērā informēta lietotāja iepirkšanās paradumu īpatnības un it īpaši faktu, ka šis lietotājs kā potenciālais pircējs noteikti pievērsīs uzmanību atšķirībām, pat sīkām, starp viena modeļa dažādām sērijām, ciktāl viņš no reklāmas un masu medijiem ir guvis informāciju par piedāvājumu tirgū un modes tendencēm un – līdz ar to – par to, ar ko jaunais automašīnas modelis atšķiras no agrākiem modeļiem. Tādēļ, šajā gadījumā runājot par līdzīgu ražojumu salīdzinājumu, apstrīdētā dizainparauga individuālais raksturs esot jānovērtē, ņemot vērā tirgus prasības.
- 68 Turklāt Apelācijas padome esot pieļāvusi tiesību kļūdu, jo nolūkā atzīt dizainparauga individuālo raksturu tā esot izvirzījusi “prasības, kas ir būtiski augstākas” nekā judikatūrā izvirzītās prasības šāda dizainparauga novitātes vērtējumam. Proti, šāda novitāte tiek atzīta, pat ja atšķirības starp apstrīdēto dizainparaugu un agrāko dizainparaugu – ja arī tās netiktu atzītas par nenozīmīgām – varētu uzskatīt par nelielām.
- 69 Visbeidzot Apelācijas padome neesot veikusi visaptverošu analīzi, bet gan ieņēmusi “drīzāk tehnisku un sadrumstalotu” nostāju, nosakot vienīgi kopīgo un atšķirīgo konfliktējošos dizainparaugos, bet galu galā neveicot kopējā iespaida, ko tie radītu, salīdzinājumu.
- 70 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd visus šos argumentus.

- 71 Šajā ziņā iesākumā jāatgādina, ka no piemērojamās judikatūras izriet, ka dizainparaugu radīto kopējo iespaidu salīdzinājumam ir jābūt sintētiskam un tas nevar ietvert vienīgi līdzību un atšķirību uzskaitījuma analītisku salīdzinājumu (spriedums, 2015. gada 29. oktobris, *Roca Sanitario/ITSB – Villeroy & Boch* (Krāns ar vienu rokturi), T-334/14, nav publicēts, EU:T:2015:817, 58. punkts).
- 72 Līdz ar to, izvērtējot dizainparauga individuālo raksturu, salīdzinājums ir jāveic starp kopējo iespaidu, ko rada apstrīdētais Kopienas dizainparaugs, no vienas puses, un kopējo iespaidu, ko rada katrs no agrākiem dizainparaugiem, uz kuriem pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu iesniedzējs ir likumīgi atsaucies, no otras puses (spriedums, 2010. gada 22. jūnijs, *Shenzhen Taiden/ITSB – Bosch Security Systems* (Sakaru iekārta), T-153/08, EU:T:2010:248, 24. punkts).
- 73 Turklāt šis salīdzinājums ir jāattiecina vienīgi uz faktiski aizsargātajiem elementiem, neņemot vērā iezīmes, uz kurām neattiecas aizsardzība. Tātad minētajam salīdzinājumam jāattiecas uz dizainparaugiem, kādi tie ir tikuši reģistrēti, un pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu iesniedzējam nedrīkst prasīt attiecīgā dizainparauga grafisku attēlojumu, kas būtu salīdzināms ar attēlojumu, kurš iekļauts apstrīdētā dizainparauga reģistrācijas pieteikumā (skat. spriedumu, 2013. gada 7. novembris, *Lecošs kaķu dzimtas dzīvnieks*, T-666/11, nav publicēts, EU:T:2013:584, 30. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 74 Tomēr pienākums veikt salīdzinājumu starp kopējiem iespaidiem, ko rada minētie dizainparaugi, neizslēdz to, ka var ņemt vērā elementus, kas tikuši darīti pieejami sabiedrībai dažādos veidos, it īpaši – prezentējot ražojumu, kas ietver reģistrēto dizainparaugu.
- 75 Proti, dizainparauga reģistrācijas mērķis ir iegūt ekskluzīvās tiesības tostarp ražot un tirgot ražojumu, kurā iekļauts šis dizainparaugs, kas nozīmē, ka reģistrācijas pieteikumā iekļautie attēli parasti ir cieši saistīti ar tirgū laistā ražojuma izskatu (spriedums, 2010. gada 22. jūnijs, *Sakaru iekārta*, T-153/08, EU:T:2010:248, 25. punkts).
- 76 Šajā kontekstā faktiski tirgū laisto ražojumu ņemšana vērā – pat tikai ilustrēšanas mērķiem – minētajā salīdzinājumā ir pieļaujama tikai, ciktāl šie ražojumi atbilst dizainparaugiem, kādi tie ir tikuši reģistrēti (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2011. gada 20. oktobris, *PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic*, C-281/10 P, EU:C:2011:679, 73. un 74. punkts).
- 77 Tagad, kad ir atgādināta šī agrākā judikatūra, vispirms jānorāda, ka Apelācijas padome, kā izriet no apstrīdētā lēmuma 30. punkta, ir uzskatījusi, ka apstrīdētā dizainparauga radītais kopējais iespaids, kā tas attēlots specializētajos izdevumos, uz kuriem atsaucas prasītāja, nebija apstiprināts ar šī dizainparauga skatiem, kas pievienoti lietas materiāliem.
- 78 Tāpat – un pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, – Apelācijas padome, kā izriet no apstrīdētā lēmuma 23. punkta, ir veikusi tiešu salīdzinājumu starp kopējo iespaidu, ko radījis apstrīdētais dizainparaugs, un to, ko radījis agrākais dizainparaugs. Šajā ziņā tāpat nevar apgalvot, ka šāds salīdzinājums būtu veikts, neņemot vērā attiecīgā ražojuma izmantošanu atbilstoši tā lietošanas mērķim, jo apstrīdētā lēmuma 21. punktā Apelācijas padome skaidri norādīja, ka informēts lietotājs ir tas, kurš vada un lieto automobiļus.
- 79 Turklāt prasītāja nevar arī pamatot, ka Apelācijas padome nav ņēmusi vērā attiecīgā tirgū valdošos apstākļus. Patiesībā šī pēdējā tajā pašā apstrīdētā lēmuma 21. punktā ir arīdzan precizējusi, ka bija jāuzskata, ka šāds lietotājs nevarēja nezināt, ka augsto izmaksu dēļ konstruktori nemitīgi nerada jaunus modeļus, bet labprātāk veic esošo modeļu regulāru modernizāciju, it īpaši tad, ja informēti lietotāji šos modeļus novērtējuši attiecīgajā tirgū, jo šāda modeļa attīstība ļauj sekot vispārējām modes tendencēm, tomēr neatsakoties no katra attiecīgās automašīnas modeļa tipiskām iezīmēm.

- 80 Tālāk attiecībā uz tiesību kļūdu, ko Apelācijas padome esot pieļāvusi, apstrīdētā dizainparauga individuālā rakstura atzīšanai izvirzot “prasības, kas ir būtiski augstākas” nekā tās, kas bija nepieciešamas, lai atzītu tā “novitāti”, jānorāda, ka, lai gan Regulas Nr. 6/2002 5. pantā izvirzītais nosacījums par novitāti un šīs pašas regulas 6. pantā minētais nosacījums par individuālo raksturu var zināmā mērā pārklāties, kā prasītāja pamatoti norādījusi tiesas sēdē, tomēr šos divus nosacījumus nedrīkst sajaukt, raugoties no juridiskā aspekta, jo to ievērošana attiecas uz diviem atšķirīgiem spēkā neesamības pamatiem, kas līdz ar to atbilst juridiski dažādiem kritērijiem.
- 81 Proti, no Regulas Nr. 6/2002 5. panta 2. punkta izriet, ka divus dizainparaugus uzskata par identiskiem, ja to iezīmes atšķiras tikai nebūtiski, proti, atšķiras tādas detaļas, kas nerada pat nelielas atšķirības starp minētajiem dizainparaugiem. *A contrario*, lai novērtētu dizainparauga novitāti, ir jāpārbauda, vai starp agrākiem un jauniem dizainparaugiem pastāv atšķirības, kuras, pat ja tās ir nelielas, nav nebūtiskas (spriedums, 2013. gada 6. jūnijs, *Kastenholz/ITSB – Qwatchme* (Pulksteņu ciparnīcas), T-68/11, EU:T:2013:298, 37. punkts).
- 82 Tādējādi 6. panta formulējums un tvērums, kā tie atgādināti šā sprieduma 22. punktā, neatbilst Regulas Nr. 6/2002 5. panta formulējumam un tvērumam, kā tomēr vēlas apgalvot prasītāja, turklāt kļūdaini interpretējot 2013. gada 6. jūnija spriedumu “Pulksteņu ciparnīcas” (T-68/11, EU:T:2013:298). Līdz ar to dizainparaugu var uzskatīt par jaunu Regulas Nr. 6/2002 5. panta izpratnē arī tad, ja tam nepiemīt individuāls raksturs minētās regulas 6. panta izpratnē (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2018. gada 14. marts, *Gifi Diffusion/EUIPO – Crocs* (Kurpe), T-424/16, nav publicēts, EU:T:2018:136, 48. punkts).
- 83 No iepriekš minētā izriet, ka fakts, ka Apelācijas padome kā “nepietiekamas” noraidīja atšķirības, kuras, pat uzskatot tās par nelielām, nevarēja uzskatīt par nenozīmīgām, nav atzīstams par tiesību kļūdu.
- 84 Tādējādi, tā kā prasītāja nav precizējusi “prasības, kas ir būtiski augstākas”, kuras, pēc tās domām, Apelācijas padome esot piemērojusi, šim iebildumam nevar piekrist.
- 85 Galu galā, pretēji prasītājas apgalvotajam, Apelācijas padome patiesībā – un turklāt atbilstošā veidā – veica visu konfliktējošo dizainparaugu atšķirīgo un līdzīgo elementu kopuma vērtējumu, veicot salīdzinājumu starp kopējo iespaidu, ko rada apstrīdētais dizainparaugs, un to, kādu informētām lietotājam radīja agrākais dizainparaugs.
- 86 Turklāt Apelācijas padome ne vien izvērtēja abu konfliktējošo dizainparaugu pretskatu un mugurskatu, “raugoties uz tiem atsevišķi”, bet arī, kā izriet no apstrīdētā lēmuma 29. punkta, izvērtēja tos “kombinēti”, secinot, ka atšķirības, kas redzamas šajos skatos, nav tādas, kas varētu ievērojami ietekmēt kopējo iespaidu informētām lietotājam. Tātad šim iebildumam trūkst arī faktiskā pamata.
- 87 Turklāt arī apstrīdētā dizainparauga sānskatu – kādi tie ir tikuši reģistrēti un kādi tie tika iesniegti pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu pamatojumam – salīdzinājums neļauj apstiprināt prasītājas aizstāvēto nostāju, ka apstrīdētā dizainparauga galvenie lukturi esot “izliekti uz ārpusi” un “skaidri” atšķiroties no agrākā modeļa galvenajiem lukturiem, nedz arī, ka durvju rokturi esot “pilnībā pārveidoti”. Proti, sānskati, kuros attēlots katra dizainparauga kopējais siluets, neļauj nedz precīzi, nedz “skaidri” novērtēt konfliktējošos dizainparaugus tik detalizētā līmenī.
- 88 Pat pieņemot, ka informēts lietotājs var ievērot šādas atšķirības, tās katrā ziņā nevar tikt atzītas par pietiekami izteiktām, lai pašas par sevi liktu apšaubīt Apelācijas padomes vērtējumu. Proti, šī instance uzskata, ka visi attiecīgo dizainparaugu skati, ne tikai sānskati, parāda, ka šo dizainparaugu forma un virsbūves siluets sakrīt gan izmēru un proporciju ziņā, gan logu un durvju formas un izvietojuma ziņā.

- 89 Tas pats attiecas uz argumentu, ka arī miglas lukturi abiem dizainparaugiem atšķiroties un ka apstrīdētajā dizainparaugā atpakaļskata spoguļi esot novietoti vairāk uz aizmuguri un tagad esot stiprināti tieši pie durvīm. Turklāt, pretēji prasītājas apgalvotajam, apstrīdētā dizainparauga riteņi nav tik krietni lielāki, ka izmainītu konfliktējošo dizainparaugu sānskatu. Visbeidzot pagriezīenu rādītāju forma un novietojums ir stipri līdzīgi abos dizainparaugos.
- 90 Turklāt, no vienas puses, runājot par mugurskata salīdzinājumu, ir taisnība, kā tiesas sēdē atzinusi EUIPO un kā Apelācijas padome uzsvērusi apstrīdētā lēmuma 28. punktā, ka tajos ir vērojamas zināmas atšķirības, it īpaši aizmugurējo lukturu formas un izvietojuma ziņā, buferu, izpūtēja un arī, kā pamatoti norāda prasītāja, aizmugurējā spoileru un aizmugurējā motora pārsega ziņā.
- 91 No otras puses, runājot par pretskatu salīdzinājumu, tāpat ir nešaubīgi skaidrs, ka priekšējā bagāžnieka vāka izliekums automašīnas “Porsche 911” 991. sērijas dizainparaugā ir izteiktāks nekā 997. sērijas dizainparaugā, “tādējādi priekšpuse kopumā šķiet zemāka un plātāka”, kā to norāda arī Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 27. punktā.
- 92 Lai gan šādas atšķirības – un vēl arī citas, ko norādījusi prasītāja, – kopumā var pastiprināt iespaidu, ka detaļas ir atjauninātas, tomēr tās nešķiet pietiekami izteiktas, lai liktu apšaubīt kopējās līdzības iespaidu, kas pastāv starp šo dizainparaugu skatiem, it īpaši ņemot vērā konfliktējošo dizainparaugu, kuru forma un siluets lielākoties sakrīt, ļoti līdzīgi vispārējo uzbūvi.
- 93 Visbeidzot šā sprieduma 62. un 63. punktā jau minēto iemeslu dēļ prasītāja savas argumentācijas pamatojumam nevar lietderīgi atsaukties uz *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) vai uz *Oberlandesgericht Düsseldorf* (Federālās zemes Augstākā tiesa Diseldorfā, Vācija) judikatūru vai uz Komisijas Zaļo grāmatu par rūpniecisko dizainparaugu tiesisko aizsardzību.
- 94 Šajos apstākļos un ņemot vērā, ka, pretēji prasītājas apgalvotajam, Apelācijas padome, kā izriet no apstrīdētā lēmuma 26.–28. punkta, ir objektīvi ievērojusi visas atšķirības starp konfliktējošiem dizainparaugiem, šī instance, nepieļaujot kļūdu vērtējumā, apstrīdētā lēmuma 29. punktā varēja secināt, ka, aplūkojot individuāli vai kombinēti, to atšķirību kopums, kas pastāv vairākos konfliktējošo dizainparaugu skatos, ir pārāk neliels, lai varētu ievērojami ietekmēt informētā lietotājam radīto kopējo iespaidu, jo šādu iespaidu galvenokārt nosaka attiecīgo dizainparaugu būtiskās iezīmes, proti, virsbūves, durvju un logu forma.
- 95 Šajā ziņā prasītāja, lai apšaubītu šādu secinājumu, nevar lietderīgi atsaukties uz rakstiem specializētos izdevumos vai uz žūrijas viedokli dizaina jomā, jo runa ir par kopējā iespaيدا novērtējumu no informēta lietotāja skatpunkta, kurš, lai gan viņš pazīst dažādus dizainparaugus attiecīgajā tirgus nozarē un viņam ir zināšanas, kas ļauj izrādīt salīdzinoši augstu uzmanības līmeni, nav nedz tehnikais eksperts, nedz dizaina speciālists.
- 96 Tādēļ tostarp uz faktu, ka “red dot award: product design 2012” žūrija ir uzsvērusi, ka apstrīdētā dizainparauga forma esot “pilnībā jauna” vai ka “proporcijas [ir tikušas] krietni izmainītas”, nevar lietderīgi atsaukties, lai apstrīdētu vērtējumu, ko Apelācijas padome veikusi par minētā dizainparauga individuālo raksturu, ievērojot Regulas Nr. 6/2002 6. panta prasības. Turklāt persona, kas iestājusies lietā, atsauca uz rakstiem presē, kuros izdarīts pretējs secinājums tam, kādu izvirza prasītāja, un saskaņā ar kuriem tostarp prasītājas valdes agrākais priekšsēdētājs esot norādījis, ka tā vēloties izcelt “siluetu, kas paliek nemainīgs, pieskaņojot to laikmeta garam”.
- 97 Ņemot vērā visu iepriekš minēto, vienīgā pamata pirmā daļa ir jānoraida.

**Par vienīgā prasības pamata otro daļu – Regulas Nr. 6/2002 25. panta 1. punkta b) apakšpunkta, lasot to kopsakarā ar šīs pašas regulas 5. pantu, pārkāpumu**

- 98 Prasītāja apgalvo, ka apstrīdētais dizainparaugs jāuzskata par jaunu Regulas Nr. 6/2002 5. panta izpratnē.
- 99 Tomēr jānorāda, ka šāda argumentācija katrā ziņā ir neiedarbīga šajā lietā, jo Apelācijas padome nav piemērojusi šādu normu tādēļ, ka tā pamatoti varēja uzskatīt, ka apstrīdētā dizainparauga novitātes pārbaude nebija nepieciešama, ciktāl individuālā rakstura neesamība bija pietiekams šķērslis tā aizsardzībai atbilstoši Regulas Nr. 6/2002 4. panta 1. punktam.
- 100 Ņemot vērā iepriekš minēto, vienīgā prasības pamata otrā daļa un līdz ar to arī prasība kopumā ir jānoraida.

**Par tiesāšanās izdevumiem**

- 101 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 1. punktam lietas dalībniekam, kuram nolēmums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram nolēmums ir labvēlīgs.
- 102 Tā kā prasītājam spriedums ir nelabvēlīgs, tai jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar EUIPO un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (trešā palāta)

nospriež:

**1) Prasību noraidīt.**

**2) Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

Frimodt Nielsen

Póltorak

Perillo

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2019. gada 6. jūnijā.

[Paraksti]