



Coletânea da Jurisprudência

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL GERAL (Quarta Secção)

27 de fevereiro de 2018*

«Desenho ou modelo comunitário — Processo de declaração de nulidade — Desenho ou modelo comunitário registado que representa um estojo para telemóvel — Divulgação do desenho ou modelo — Artigo 7.º, n.º 1, do Regulamento (CE) n.º 6/2002 — Elementos de prova que só foram apresentados pela primeira vez no Tribunal Geral»

No processo T-166/15,

Claus Gramberg, com domicílio em Essen (Alemanha), inicialmente representado por S. Kettler e, em seguida, por F. Klopmeier e G. Becker, advogados,

recorrente,

contra

Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), representado por S. Hanne, na qualidade de agente,

recorrido,

sendo a outra parte no processo na Câmara de Recurso do EUIPO

Sorouch Mahdavi Sabet, com domicílio em Paris (França),

que tem por objeto um recurso da decisão da Terceira Câmara de Recurso do EUIPO de 13 de janeiro de 2015 (processo R 460/2013-3), relativa a um processo de declaração da nulidade entre C. Gramberg e S. Mahdavi Sabet,

O TRIBUNAL GERAL (Quarta Secção),

composto por: H. Kanninen, presidente, L. Calvo-Sotelo Ibáñez-Martín e I. Reine (relator), juízes,
secretário: E. Coulon,

vista a petição entrada na Secretaria do Tribunal Geral em 2 de abril de 2015,

vista a resposta apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 24 de agosto de 2015,

vista a réplica apresentada na Secretaria do Tribunal Geral em 1 de dezembro de 2015,

vistas as questões que o Tribunal Geral colocou por escrito às partes e as respetivas respostas a essas questões, apresentadas na Secretaria do Tribunal Geral em 10 e 11 de maio de 2017,

* Língua do processo: alemão.

vista as observações das partes, apresentadas na Secretaria do Tribunal Geral em 29 de maio de 2017, sobre as respetivas respostas às medidas de organização do processo,

vista a inexistência de pedido de marcação de audiência apresentado pelas partes no prazo de três semanas a contar da notificação do encerramento da fase escrita do processo e tendo decidido, ao abrigo do artigo 106.º, n.º 3, do Regulamento de Processo do Tribunal Geral, julgar o recurso sem fase oral,

profere o presente

Acórdão

I. Antecedentes do litígio

- 1 Em 25 de dezembro de 2011, Soroush Mahdavi Sabet requereu o registo de um desenho ou modelo comunitário ao Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO), ao abrigo do Regulamento (CE) n.º 6/2002 do Conselho, de 12 de dezembro de 2001, relativo aos desenhos ou modelos comunitários (JO 2002, L 3, p. 1). Reivindicava a prioridade de um depósito do pedido de registo realizado em França em 30 de junho de 2011.
- 2 O desenho ou modelo para que foi pedido o registo (a seguir «desenho ou modelo impugnado») é o seguinte:



- 3 Segundo o requerimento de registo, o desenho ou modelo impugnado destina-se a ser utilizado em «capas para telefones, sacos para computadores portáteis, estojos (para telemóveis), estojos para computadores, estojos para telemóveis» pertencentes à classe 03.01 na aceção do Acordo de Locarno que estabelece uma Classificação Internacional para os Desenhos e Modelos Industriais, de 8 de outubro de 1968, conforme alterado.
- 4 O EUIPO registou o desenho ou modelo impugnado em 25 de dezembro de 2011 com o número 001968496-0002 e a data de prioridade de 30 de junho de 2011. A sua publicação foi efetuada no *Boletim dos Desenhos e Modelos Comunitários* n.º 35/2012, de 17 de fevereiro de 2012.
- 5 Em 4 de maio de 2012, o recorrente, Claus Gramberg, apresentou no EUIPO, ao abrigo do artigo 52.º do Regulamento n.º 6/2002, um pedido de declaração da nulidade do desenho ou modelo impugnado, por não possuir caráter de novidade. O recorrente, segundo afirma, comercializa, sob a marca *mumbi*, acessórios para telemóveis, nomeadamente estojos para esses aparelhos, principalmente no portal de vendas *online* «amazon.de», utilizando como nome do vendedor HandyNow.

- 6 Em apoio do seu pedido de declaração da nulidade, o recorrente alegou que o desenho ou modelo impugnado tinha sido divulgado antes da data de prioridade, 30 de junho de 2011, nas seguintes circunstâncias:
- em primeiro lugar, em 23 de maio de 2011, adquiriu a um comerciante por grosso estojos que correspondiam ao desenho ou modelo impugnado (fatura, anexo D1 do pedido de declaração da nulidade); em seguida, a 26 de maio de 2011, publicitou esses estojos, sem imagem, no *site* de vendas *online* «amazon.de» (impressão de ecrã do *site* Internet «amazon.de», anexo D 2 do pedido de declaração de nulidade); por último, em 30 de maio de 2011, vendeu o primeiro estojo (fatura, anexo D 3 do pedido de declaração da nulidade);
 - em 15 de junho de 2011, a proposta de venda no *site* «amazon.de» passou a incluir a imagem do estojo em questão (impressão de ecrã do portal Internet «amazon.de», anexo D 4a do pedido de declaração de nulidade);
 - em 27 de junho de 2011, a imagem do estojo em causa foi de novo publicada na Amazon (impressão de ecrã do portal Internet «amazon.de», anexo D 4b do pedido de declaração de nulidade); para que essa imagem fosse publicada, foi tirada uma fotografia em 26 de maio de 2011 (fotografia digital, anexo D 5 do pedido de declaração de nulidade).
- 7 O recorrente alegou que os documentos juntos ao seu pedido de declaração da nulidade mencionados no n.º 6, *supra*, provavam que o modelo ou desenho impugnado tinha sido divulgado antes da data da prioridade, ou seja, 30 de junho de 2011, o que era confirmado pelos seguintes elementos:
- uma declaração sob juramento pela qual um fornecedor certifica que o recorrente lhe «adquiriu», em 31 de maio de 2011, um estojo igual ao reproduzido na referida declaração (anexo D 6 do pedido de declaração da nulidade);
 - três folhetos informativos que lhe foram enviados por um *site* de vendas *online* entre 15 e 29 de junho de 2011 e que contêm a imagem do estojo em questão (anexos D 7 a D 9 do pedido de declaração da nulidade);
 - um prospecto que lhe foi enviado em 9 de junho de 2011 por um fornecedor e que reproduz o estojo em questão (anexo D 10 do pedido de declaração da nulidade);
 - a imagem, do *site* «amazon.de», de um estojo que está à venda desde 31 de dezembro de 2010 (anexo D 11 do pedido de declaração de nulidade);
 - uma confirmação da venda *online* de um estojo (anexo D 12 do pedido de declaração da nulidade);
 - impressões de ecrã do *site* Internet eBay.com em húngaro (anexo D 13 do pedido de declaração da nulidade).
- 8 Em 22 de janeiro de 2013, a Divisão de Anulação declarou a nulidade do desenho ou modelo impugnado, em virtude de não possuir carácter singular, em conformidade com o disposto nos artigos 6.º e 25.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 6/2002. Quanto à divulgação, a Divisão de Anulação entendeu que os anexos D 1 a D 11 do pedido de declaração da nulidade constituem provas válidas desse facto, dado que estavam datadas de antes da data de prioridade, ou seja, 30 de junho de 2011, e que S. Mahdavi Sabet não provou que a divulgação ocorreu nas condições indicadas no artigo 7.º, n.º 2, do Regulamento n.º 6/2002.
- 9 Em 8 de março de 2013, S. Mahdavi Sabet interpôs recurso, no EUIPO, ao abrigo dos artigos 55.º a 60.º do Regulamento n.º 6/2002, da decisão da Divisão de Anulação.

- 10 Nas observações que em 30 de outubro de 2013 apresentou sobre esse recurso, o recorrente, para além dos elementos de prova que apresentara durante o procedimento administrativo na Divisão de Anulação (anexos D 1 a D 13 do pedido de declaração da nulidade), apresentou os três novos elementos de prova seguintes:
- uma versão francesa do anexo D 6 do pedido de declaração da nulidade (anexo D 6b das observações do recorrente);
 - uma declaração sob juramento do recorrente certificando que as impressões de ecrã dos *sites* Internet não foram modificadas nem no que respeita à data, nem no que respeita aos componentes da imagem (anexo D 14 das observações do recorrente);
 - uma declaração sob juramento de um terceiro certificando que os folhetos informativos constantes dos anexos D 7 e D 8 do pedido de declaração de nulidade foram efetivamente enviados ao recorrente (anexo D 15 das observações do recorrente).
- 11 Por decisão de 13 de janeiro de 2015 (a seguir «decisão recorrida»), a Terceira Câmara de Recurso do EUIPO anulou a decisão da Divisão de Anulação e negou provimento ao pedido de declaração de nulidade. Considerou, no essencial, que os elementos apresentados eram insuficientes para fazer prova da divulgação do desenho ou modelo impugnado antes de 30 de junho de 2011.

II. Pedidos das partes

- 12 O recorrente conclui pedindo que o Tribunal Geral se digne:
- anular a decisão recorrida e declarar a nulidade do desenho ou modelo impugnado;
 - a título subsidiário, anular a decisão recorrida e devolver o processo à Câmara de Recurso para que tome uma nova decisão no que respeita à nulidade do desenho ou modelo impugnado;
 - condenar o EUIPO nas despesas em que incorreu na Câmara de Recurso e no Tribunal Geral.
- 13 O EUIPO conclui pedindo que o Tribunal Geral se digne:
- negar provimento ao recurso;
 - condenar o recorrente nas despesas.

III. Questão de direito

A. Quanto à admissibilidade dos elementos de prova apresentados pela primeira vez no Tribunal Geral

- 14 O EUIPO contesta a admissibilidade dos elementos de prova que o recorrente apresentou pela primeira vez no Tribunal Geral. Alega que, na petição, o recorrente faz uma nova exposição dos factos, mais aprofundada, e produz inúmeros elementos de prova novos (anexos A 2 a A 27 da petição) que não haviam sido mencionados no procedimento no EUIPO. Remetendo para a jurisprudência constante do Tribunal Geral, o EUIPO considera que essa nova exposição dos factos e os elementos de prova correspondentes não podem ser tidos em conta, pois modificam o objeto do litígio.

- 15 O recorrente sustenta que o Tribunal Geral é obrigado a tomar em consideração os elementos de prova contestados, na medida em que não modificam o objeto do litígio, mas tão-só esclarecem e aprofundam a sua anterior exposição dos factos.
- 16 Cabe sublinhar que o recorrente não contesta que os elementos de prova incluídos nos anexos A 2 a A 27 da petição só foram apresentados pela primeira vez no Tribunal Geral. Assim, esses elementos correspondem efetivamente a provas novas, de que a Câmara de Recurso não dispunha quando proferiu a decisão recorrida.
- 17 Os anexos em questão, produzidos pela primeira vez no Tribunal Geral, e a sua descrição na nova exposição dos factos constante da petição não podem, portanto, ser tomados em consideração. Com efeito, o recurso interposto no Tribunal Geral visa o controlo da legalidade das decisões das Câmaras de Recurso do EUIPO, na aceção do artigo 61.º do Regulamento n.º 6/2002, pelo que a função do Tribunal Geral não consiste em reexaminar as circunstâncias de facto à luz dos documentos nele apresentados pela primeira vez [Acórdão de 13 de novembro de 2012, Antrax It/IHMI — THC (Radiadores de aquecimento), T-83/11 e T-84/11, EU:T:2012:592, n.º 28]. Nestas condições, há que recusar, por inadmissíveis, os anexos A 2 a A 27 da petição e a nova exposição de factos, constante da petição, em que esses anexos são descritos.

B. Quanto ao mérito

1. Quanto ao pedido de anulação e de reenvio do processo à Câmara de Recurso

- 18 Em apoio do seu recurso, a recorrente apresenta três fundamentos. O primeiro é relativo à violação dos artigos 5.º, n.º 1, alínea b), e 7.º, n.º 1, do Regulamento n.º 6/2002. O segundo diz respeito à preterição de «formalidades essenciais». O terceiro tem a ver com o facto de a Câmara de Recurso não ter tido em conta que S. Mahdavi Sabet não podia validamente reivindicar a prioridade do desenho ou modelo impugnado.
- 19 No âmbito do primeiro fundamento, relativo à violação dos artigos 5.º, n.º 1, alínea b), e 7.º, n.º 1, do Regulamento n.º 6/2002, o recorrente alega que foi erradamente que a Câmara de Recurso considerou que o desenho ou modelo impugnado não tinha sido objeto de uma divulgação anterior suscetível de pôr em causa o seu caráter de novidade. Em especial, a Câmara de Recurso procedeu a uma apreciação errónea dos elementos de prova apresentados pelo recorrente, ao negar-lhes qualquer valor probatório. Na verdade, os documentos apresentados demonstravam de forma fiável que o desenho ou modelo impugnado já havia sido divulgado anteriormente ao seu registo, na aceção do artigo 7.º, n.º 1, do Regulamento n.º 6/2002.
- 20 O EUIPO contesta os argumentos do recorrente. Considera, no essencial, que o recorrente abreviou as longas explicações da Câmara de Recurso e não logra refutá-las.
- 21 Por força do artigo 7.º, n.º 1, do Regulamento n.º 6/2002, considera-se que um desenho ou modelo foi divulgado ao público se tiver sido divulgado na sequência do depósito do pedido de registo ou em qualquer outra circunstância, apresentado numa exposição e utilizado no comércio ou divulgado de qualquer outro modo, antes da data em que o desenho ou modelo para o qual é reivindicada proteção tiver sido pela primeira vez divulgado ao público, exceto se estes factos não puderem razoavelmente ter chegado ao conhecimento dos meios especializados do setor em causa que operam na União Europeia pelas vias normais e no decurso da sua atividade corrente.
- 22 Segundo a jurisprudência, presume-se que um desenho ou modelo foi divulgado se a parte que alega a divulgação tiver feito prova dos factos constitutivos dessa mesma divulgação. Para ilidir esta presunção, cabe, em contrapartida, à parte que contesta a divulgação fazer prova bastante de que as circunstâncias

do caso podiam razoavelmente obstar a que esses factos fossem conhecidos dos meios especializados do setor em causa na prática corrente da vida comercial [Acórdão de 21 de maio de 2015, *Senz Technologies/IHMI — Impliva* (Chapéus de chuva), T-22/13 e T-23/13, EU:T:2015:310, n.º 26].

- 23 A divulgação de um desenho ou modelo anterior não é suscetível de ser demonstrada por meio de probabilidades ou presunções, antes devendo assentar em elementos concretos e objetivos que provem a divulgação efetiva do desenho ou modelo anterior no mercado [v. Acórdão de 9 de março de 2012, *Coverpla/IHMI — Heinz-Glas* (Frasco), T-450/08, não publicado, EU:T:2012:117, n.º 24 e jurisprudência aí indicada].
- 24 Da jurisprudência também resulta que os elementos de prova produzidos pelo requerente da declaração da nulidade devem ser apreciados em conjugação uns com os outros. Com efeito, embora alguns desses elementos possam, por si só, ser insuficientes para demonstrar a divulgação de um desenho ou modelo anterior, também é certo que, quando associados ou conjugados com outros documentos ou informações, podem contribuir para a formação da prova da divulgação (Acórdão de 9 de março de 2012, *Frasco*, T-450/08, não publicado, EU:T:2012:117, n.º 25).
- 25 Além disso, para se apreciar o valor probatório de um documento, há que verificar a verosimilhança e a veracidade da informação nele contida. Deve atender-se, designadamente, à origem do documento, às circunstâncias da sua elaboração e do seu destinatário e questionar-se sobre se, em função do seu conteúdo, parece judicioso e fiável (v. Acórdão de 9 de março de 2012, *Frasco*, T-450/08, não publicado, EU:T:2012:117, n.º 26 e jurisprudência aí indicada).
- 26 Cabe recordar que da regulamentação da União Europeia em vigor, aplicável aos desenhos ou modelos comunitários, resulta, por um lado, que o requerente da declaração da nulidade tem liberdade de escolha no que respeita à prova que considera útil apresentar ao EUIPO em apoio do referido pedido e, por outro, que o EUIPO é obrigado a analisar todos os elementos produzidos para poder concluir se, efetivamente, os mesmos constituem uma prova da divulgação do desenho ou modelo anterior [v., neste sentido, Acórdãos de 9 de março de 2012, *Frasco*, T-450/08, não publicado, EU:T:2012:117, n.ºs 21 a 23; e de 14 de julho de 2016, *Thun 1794/EUIPO — Adekor* (Símbolos gráficos decorativos), T-420/15, não publicado, EU:T:2016:410, n.º 26].
- 27 No Tribunal Geral, a fim de provar que o desenho ou modelo impugnado já tinha sido divulgado ao público antes do seu registo pelo EUIPO com a data de prioridade de 30 de junho de 2011, o recorrente invocou, de entre os elementos de prova apresentados na Câmara de Recurso, os anexos D 2, D 3, D 4a, D 4b, D 5, D 6, D 7 a D 9 e D 11 do seu pedido de declaração da nulidade e os anexos D 6b e D 14 das observações que apresentou na Câmara de Recurso.
- 28 Esses elementos de prova correspondem a impressões de ecrã do sítio na Internet «amazon.de» (anexos D 2, D 4a, D 4b e D 11), a uma fatura (anexo D 3), a um ficheiro informático com uma fotografia do estojo (anexo D 5), a três folhetos informativos (anexos D 7 a D 9), a duas declarações de um terceiro (anexos D 6 e D 6b) e a uma declaração do próprio recorrente (anexo D 14).
- 29 É à luz desses elementos de prova e da jurisprudência indicada nos n.ºs 22 a 26, *supra*, que se deve apreciar se foi corretamente que a Câmara de Recurso considerou que o desenho ou modelo impugnado não tinha sido objeto de divulgação antes de 30 de junho de 2011, suscetível de pôr em causa o seu caráter de novidade.
- 30 Resulta da decisão recorrida que a Câmara de Recurso entendeu que nenhum dos elementos de prova apresentados pelo recorrente tinha força probatória.
- 31 Segundo a Câmara de Recurso, as impressões de ecrã do sítio na Internet «amazon.de» (anexos D 2, D 4a, D 4b e D 11) não tinham valor probatório, sobretudo porque não eram fiáveis e deviam ser consideradas com ceticismo, dado que em todas essas impressões de ecrã, datadas respetivamente de

26 de maio, de 15 e 27 de junho de 2011, existe um cabeçalho com inúmeras informações adicionais, que normalmente não costumam figurar nas impressões de ecrã de sítios na Internet. Ora, o recorrente não tinha explicado por que processo tinha logrado imprimir o conteúdo de uma página Internet com já um ano (anexos D 2, D 4a e D 4b). Também não respondeu ao argumento de S. Mahdavi Sabet segundo o qual, quando este procurou na Internet o modelo de estojo correspondente aos termos descritivos utilizados na proposta de venda constante do anexo D 4b, lhe surgira um estojo completamente diferente. Além disso, no que toca à impressão de ecrã de um sítio na Internet, constante do anexo D 11, a Câmara de Recurso sublinhou que a data de colocação à venda de um estojo na Internet não corresponde à data da venda efetiva do produto a que esse estojo se destina (anexo D 11). As impressões de ecrã do sítio na Internet em questão também não podem constituir prova da divulgação, porquanto não incluem qualquer imagem (anexo D 2) ou apenas uma imagem fluida (anexos D 4a e D 11).

- 32 Relativamente à fatura de 30 de maio de 2011 emitida pela empresa do recorrente, HandyNow, em favor do seu cliente (anexo D 3), que supostamente era a prova da venda de um dos estojos constantes, entre outros, do anexo D 2, a Câmara de Recurso também não considerou que tivesse valor probatório, pois a descrição de um produto por escrito não basta para provar a sua divulgação.
- 33 A Câmara de Recurso também recusou, como prova da divulgação, o ficheiro informático com uma fotografia do estojo, datado de 26 de maio de 2011 (anexo D 5), alegadamente utilizado no anexo D 4a, pois o recorrente não explicou como fora realizado esse ficheiro, nem o que o ligava ao anexo D 4a, nem também em que medida era suscetível de fazer prova da divulgação do estojo em questão.
- 34 A correspondência de 15, 22 e 29 de junho de 2011, que incluía folhetos informativos que o recorrente recebera da sociedade de vendas *online* Alibaba.com (anexos D 7 a D 9), foi recusada pela Câmara de Recurso com o fundamento, em primeiro lugar, de que as imagens eram demasiado fluidas, não permitindo assim relacioná-las com o desenho ou modelo impugnado, em segundo lugar, de que essa correspondência não parecia ser fiável, devido a informações pouco habituais que figuravam nos respetivos cabeçalhos, e, por último, de que essa correspondência demonstrava, no máximo, a existência de uma correspondência privada entre duas pessoas.
- 35 A Câmara de Recurso considerou que as duas declarações de terceiros que confirmam a aquisição, pelo recorrente, do estojo destinado ao telemóvel Samsung i9100 (anexo D 6 e anexo D 6b) também não eram suscetíveis de corroborar as afirmações do recorrente. A Câmara de Recurso referiu que a imagem reproduzida nos dois anexos em causa era fluida, que a declaração era insuficiente, em si mesma, para provar a divulgação do desenho ou modelo impugnado e que, no máximo, apenas provava a existência de uma transação comercial entre duas pessoas. No que em especial respeita ao anexo D 6b, a Câmara de Recurso observou que não se tratava da versão em francês do anexo D 6, como o recorrente sustentara, mas de um documento recentemente elaborado e assinado. De resto, esse documento não estava datado e não indicava o nome do adquirente.
- 36 A declaração do recorrente que atesta que as impressões de ecrã de sítios na Internet, cuja fiabilidade fora posta em causa por S. Mahdavi Sabet, «não foram modificadas nem no que respeita à data, nem no que respeita aos componentes da imagem» (anexo D 14), foi considerada um elemento de prova insuficiente pela Câmara de Recurso, dada a presença de linhas de informações técnicas nos cabeçalhos dessas impressões de ecrã e dada, também, a existência de modelos de estojos diferentes com a mesma referência.
- 37 O Tribunal Geral entende ser oportuno, no presente caso, atenta a natureza das provas produzidas pelo recorrente para demonstrar a divulgação do desenho ou modelo impugnado anteriormente a 30 de junho de 2011, examinar o juízo que a Câmara de Recurso fez do valor probatório, por um lado, das impressões de ecrã do sítio na Internet «amazon.de» (anexos D 2, D 4a, D 4b e D 11) e, por outro, da correspondência de 15, 22 e 29 de junho de 2011, que inclui folhetos informativos do portal de vendas *online* Alibaba.com (anexos D 7 a D 9).

a) Quanto ao juízo que a Câmara de Recurso fez do valor probatório das impressões de ecrã do sítio na Internet «amazon.de»

38 O Tribunal Geral observa que os argumentos do recorrente relativos ao juízo que a Câmara de Recurso fez do valor probatório das impressões de ecrã do sítio na Internet «amazon.de» constantes dos anexos D 2, D 4a, D 4b e D 11 articulam-se, fundamentalmente, em torno das três seguintes acusações: antes de mais, a Câmara de Recurso negou valor probatório a esses anexos devido a um cabeçalho aparentemente pouco habitual e ignorou a explicação dada pelo recorrente no que respeita a esse cabeçalho; em seguida, a Câmara de Recurso não tomou em consideração as propostas de venda existentes no sítio «amazon.de» que incluíam a indicação de datas exatas; e, por último, a Câmara de Recurso tinha erradamente recusado a impressão de ecrã que mostrava uma proposta existente no *site* «amazon.de», constante do anexo D 11.

1) Quanto à primeira acusação, de que a Câmara de Recurso negou valor probatório aos anexos D 2, D 4a e D 4b devido a um cabeçalho aparentemente pouco habitual e ignorou a explicação dada pelo recorrente no que respeita a esse cabeçalho

39 O recorrente alega que foi erradamente que a Câmara de Recurso não teve em conta as propostas de venda existentes no sítio «amazon.de», constantes dos anexos D 2, D 4a e D 4b por ter dúvidas sobre a fidelidade do seu conteúdo, especialmente devido à presença, nos anexos em causa, de um cabeçalho aparentemente pouco habitual, com inúmeras informações adicionais, e por o recorrente não ter dado quaisquer explicações sobre a forma como conseguira imprimir o conteúdo de uma página da Internet de há um ano.

40 A este propósito, o recorrente reitera o seu argumento, já apresentado no EUIPO, segundo o qual «todas as informações contidas nos cabeçalhos são colocadas quando do arquivamento». Considera que a utilização do sistema de arquivamento por comerciantes, como ele próprio, que propõem produtos em massa na Internet, é de notoriedade pública e devia, por sua própria iniciativa, ter sido tomado em consideração pela Câmara de Recurso.

41 O EUIPO contesta os argumentos do recorrente. Alega que a Câmara de Recurso negou valor probatório bastante aos documentos retirados do sítio na Internet «amazon.de», constantes dos anexos D 2, D 4a e D 4b, não apenas devido ao cabeçalho desses documentos, mas também por outras razões, como a má qualidade da reprodução visual do estojo em causa e a possibilidade de a todo o momento se poder manipular os conteúdos da Internet.

42 No presente caso, cabe observar que a Câmara de Recurso não teve em conta os anexos D 2, D 4a e D 4b, devido à presença de um cabeçalho aparentemente pouco habitual e ao não fornecimento de explicações, pelo recorrente, sobre esse mesmo cabeçalho, por considerar que as impressões de ecrã de sítios Internet podiam ser modificadas a todo o momento ou eram de difícil verificação, pelo que a simples impressão de uma página da Internet não autenticava automaticamente o seu conteúdo.

43 Mesmo admitindo que possa parecer razoável considerar, como faz a Câmara de Recurso, que o conteúdo de um sítio na Internet pode ser modificado a todo o momento e que esse conteúdo é dificilmente verificável *a posteriori*, essas considerações não são aplicáveis às propostas de venda constantes dos anexos D 4a e D 4b.

44 Com efeito, importa reconhecer, por um lado, que, ao contestar a resposta da Câmara de Recurso às dúvidas suscitadas por S. Mahdavi Sabet no que respeita à fiabilidade do anexo D 4b, o recorrente refere-se a «um código de referência específico que corresponde a uma única proposta» e, por outro, que esse anexo contém efetivamente um tal código, ou seja, o código ASIN B0058COLXM, e isso imediatamente antes da indicação da data da disponibilidade da proposta no sítio de vendas *online* «amazon.de».

- 45 Tal como o recorrente referiu na sua resposta às medidas de organização do processo, o código ASIN é uma referência única atribuída a cada artigo que figura no catálogo e que permite a sua identificação na plataforma de vendas *on-line* Amazon. Segundo a página Internet «Aide d'Amazon», o código ASIN atribuído aos produtos é criado quando um produto é pela primeira vez proposto no catálogo da Amazon e é proibido criar um novo código ASIN para um produto já aí proposto. Para esse efeito, de acordo com a mesma página da Internet, quando um vendedor transmite à Amazon dados relativos a um produto, é automaticamente verificado se já existe uma página Internet de produtos ou uma página Internet de propostas de venda com um código ASIN para o produto que o vendedor quer propor para venda.
- 46 Uma vez que o EUIPO não contestou estas indicações do recorrente, em resposta às medidas de organização do processo, o Tribunal Geral não vê nenhuma razão para não as aplicar igualmente ao anexo D 4a, no qual o produto em causa também é designado pelo seu código ASIN. Por conseguinte, tendo o código único ASIN sido especificamente criado para designar cada produto do catálogo da Amazon, a Câmara de Recurso não podia validamente sustentar que a informação constante dos anexos D 4a e D 4b relativos aos estojos em questão, incluindo a sua descrição, a sua imagem e o momento da sua colocação à venda, podia ser modificada a todo o momento ou era dificilmente verificável.
- 47 Esta conclusão não é suscetível de ser posta em causa pelos argumentos do EUIPO.
- 48 Em primeiro lugar, o EUIPO alega que, ao mencionar códigos de referência específicos que são atribuídos a uma única proposta de venda, o recorrente não esclareceu que essas referências eram códigos ASIN. Este argumento não pode ser acolhido.
- 49 Com efeito, não há nenhuma razão para se considerar que existe um outro código de referência específico para as propostas de venda apresentadas no sítio na Internet «amazon.de». Além disso, o próprio EUIPO não invoca nem a inexistência de códigos ASIN para designar produtos vendidos no *site* de vendas *online* Amazon nem uma outra referência que deva ser considerada um código de referência específico atribuído a produtos vendidos nesse *site*.
- 50 Em segundo lugar, de acordo com o EUIPO, o significado dos códigos ASIN não pode ser considerado notório, pelo que o recorrente devia ter dado mais explicações sobre esses códigos. Este argumento não pode ser acolhido.
- 51 Importa sublinhar que o recorrente mencionou, nas observações que apresentou em 30 de outubro de 2013 no recurso interposto por S. Mahdavi Sabet na Câmara de Recurso, dois anexos que continham códigos ASIN, ou seja, B0052TD 5OM e B005RFUT 72, «para se ter uma ideia da exatidão da informação».
- 52 É certo que, com essa especificação, o recorrente não explicou a forma como esses códigos ASIN se constituem, nem o modo da sua atribuição pelo sítio de vendas *online* Amazon, mas sublinhou a importância que podia ser atribuída aos anexos que contêm esses códigos ASIN, permitindo assim demonstrar a sua credibilidade.
- 53 Em terceiro lugar, o EUIPO declara não compreender como é que os códigos ASIN podiam pôr em causa a argumentação da Câmara de Recurso no que respeita ao facto de, designadamente, os anexos D 4a e D 4b não terem valor probatório.
- 54 Pelas razões mencionadas no n.º 46 *supra*, a presença, nos anexos D 4a e D 4b, de um código único atribuído a uma única proposta é necessariamente reveladora da fiabilidade dos referidos anexos para se demonstrar a divulgação do desenho ou modelo impugnado antes de 30 de junho de 2011.

55 Atento o que precede, cabe concluir que a Câmara de Recurso cometeu um erro de apreciação, ao não ter em conta os anexos D 4a e D 4b por ter dúvidas quanto à sua fiabilidade, sem que seja necessário examinar as acusações do recorrente de que a Câmara de Recurso ignorou a sua explicação sobre o cabeçalho aparentemente pouco habitual desses mesmos anexos. Relativamente ao anexo D 2, o Tribunal Geral conclui que, como não inclui um código ASIN e o recorrente não apresentou qualquer elemento suscetível de demonstrar a sua fiabilidade, foi com razão que a Câmara de Recurso entendeu que não tinha qualquer valor probatório.

2) Quanto à segunda acusação, de que a Câmara de Recurso não tomou em consideração as propostas de venda existentes no sítio «amazon.de» que incluíam a indicação de datas exatas

56 O recorrente alega que a Câmara de Recurso, quando manifestou dúvidas sobre a autenticidade dos documentos constantes dos anexos D 2, D 4a e D 4b, não teve em conta que as propostas de venda feitas no sítio na Internet «amazon.de» e que constam dos anexos D 4a e D 4b incluíam a indicação «À venda em “amazon.de” desde:», sendo as datas para as referidas propostas 26 de maio de 2011 (anexo D 4a) e 27 de junho de 2011 (anexo D 4b).

57 O recorrente alega igualmente que o argumento de S. Mahdavi Sabet segundo o qual, quando procurou na Internet o modelo de estojo que incluía os termos descritivos utilizados na proposta constante do anexo D 4b, lhe tinha surgido um estojo completamente diferente, é erróneo. Com efeito, esses termos de busca constituem uma descrição genérica de um artigo e não um número de referência específico correspondente a uma única proposta.

58 O EUIPO contesta os argumentos do recorrente. Alega que a Câmara de Recurso não desprezou as datas mencionadas nos documentos constantes dos anexos D 2, D 4a e D 4b. Segundo o EUIPO, essas datas não provavam a divulgação do desenho ou modelo impugnado, pois a aparência de um estojo pode estar em constante mutação e, no entanto, manter-se na plataforma de vendas Amazon como uma proposta de venda permanente.

i) Quanto à não consideração da data de 26 de maio de 2011 que figura no anexo D 4a

59 Relativamente à data de 26 de maio de 2011 que figura no anexo D 4a, importa observar que a Câmara de Recurso não teve efetivamente em conta, como refere o recorrente, a indicação «À venda em “amazon.de” desde: 26 de maio de 2011», constante da terceira página do anexo D 4a. A Câmara de Recurso não apenas não examinou a imagem que figura nesse documento, como também não examinou mais nenhuma informação incluída nesse anexo, pela simples razão de que existiam dúvidas no que respeita à fiabilidade do conteúdo do documento em causa e, de um modo geral, no que respeita à possibilidade de se modificar o conteúdo de uma página Internet antes de a imprimir a partir da Internet.

60 Ora, o Tribunal Geral já chegou à conclusão, no n.º 55, *supra*, que a Câmara de Recurso cometeu um erro ao recusar os anexos D 4a e D 4b por ter dúvidas quanto à sua fiabilidade.

61 Além disso, como há que apreciar o anexo D 4a no contexto dos outros elementos de prova apresentados pelo recorrente, verifica-se que os anexos D 3 e D 5 confirmam a divulgação do desenho ou modelo impugnado a partir de 26 de maio de 2011.

62 Com efeito, a fatura enviada pelo recorrente a um cliente (anexo D 3) contém uma descrição do estojo em causa semelhante à existente no sítio na Internet «amazon.de» (mumbi Silikon Case HTC Desire HD Silicon Tasche Hülle — DesireHD Schutzhülle). Do mesmo modo, também menciona o mesmo preço (6,99 euros) que o produto com o código ASIN B0052TD 5OM, disponível nesse sítio desde 26 de maio de 2011. Além disso, a ordem de compra desse estojo data de 27 de maio de 2011, ou

seja, do dia seguinte a 26 de maio de 2011. Atentos estes elementos, só se pode concluir que essa fatura contém informações suficientemente precisas, que assim corroboram as constantes dos elementos de prova produzidos pelo recorrente, designadamente no anexo D 4a.

- 63 Todavia, a Câmara de Recurso negou qualquer valor probatório a esse anexo, apenas por não ter imagens. A este propósito, importa referir que normalmente as faturas não incluem principalmente imagens. Mencionam o nome do produto, que é um dos elementos mais importantes das faturas em geral [v., neste sentido, Acórdão de 16 de setembro de 2013, Avery Dennison/IHMI — Dennison-Hesperia (AVERY DENNISON), T-200/10, não publicado, EU:T:2013:467, n.º 43]. Além disso, as faturas incluem, em princípio, uma referência aos dados relevantes da empresa que a emite, como o prova também a fatura constante do anexo D 3, a qual, designadamente, menciona o número de identificação fiscal da empresa do recorrente, HandyNow.
- 64 Por conseguinte, para poder pôr em causa o valor probatório de um documento financeiro que demonstra a existência de relações comerciais entre uma empresa e o seu cliente e a poder recusar por ser uma prova sem validade, a Câmara de Recurso devia ter dúvidas sérias e devia fundamentá-las, o que não decorre claramente da decisão recorrida.
- 65 No que respeita ao ficheiro informático com uma fotografia do estojo, constante do anexo D 5, o Tribunal Geral observa que a fotografia do estojo em causa revela a forma, à primeira vista semelhante ao desenho ou modelo impugnado, e que o ficheiro inclui uma referência ao autor dessa fotografia, ou seja, à empresa do recorrente, HandyNow, à data de 26 de maio de 2011, assim como à marca do recorrente, *mumbi*, que também figura na descrição dos estojos propostos no sítio na Internet «amazon.de» e mencionados nos anexos D 2, D 4a e D 4b. Assim, é óbvio que o anexo D 5 está relacionado com o anexo D 4a.
- 66 Os elementos de prova incluídos nos anexos D 3 e D 5, considerados em conjunto com a menção, existente no anexo D 4a, da data da disponibilidade da proposta de venda, quer dizer, «desde 26 de maio de 2011», podem corroborar a afirmação de que o desenho ou modelo impugnado foi divulgado a partir de 26 de maio de 2011. Por conseguinte, foi erradamente que a Câmara de Recurso negou qualquer valor probatório aos elementos de prova incluídos nos anexos D 3 e D 5.
- 67 Atento o que precede, conclui-se que a Câmara de Recurso cometeu um erro de apreciação ao não tomar em consideração a data da disponibilidade da proposta de venda, ou seja, 26 de maio de 2011, que figura no anexo D 4a.

ii) Quanto à não consideração da data de 27 de junho de 2011 que figura no anexo D 4b

- 68 Relativamente à data de 27 de junho de 2011 que figura no anexo D 4b, importa observar, em contrapartida, que a Câmara de Recurso não ignorou a indicação da presença do estojo, alegadamente idêntico ao desenho ou modelo impugnado, «desde 27 de junho de 2011» no sítio na Internet «amazon.de». Pelo contrário, examinou-o, conjuntamente com todo o anexo D 4b, no n.º 33 da decisão recorrida, tendo concluído que esse anexo não tinha valor probatório. Para além de ter considerado que a impressão de ecrã continha um cabeçalho pouco habitual, a Câmara de Recurso também entendeu que, embora as propostas de venda surjam à primeira vista como um elemento de prova pertinente da divulgação do desenho ou modelo impugnado, deviam ser consideradas com ceticismo dada a busca *online* efetuada por S. Mahdavi Sabet, para descobrir, com recurso aos termos descritivos usados nas propostas existentes no sítio Internet «amazon.de», o modelo de estojo do recorrente. Com efeito, os resultados dessa busca revelaram um estojo completamente diferente do do recorrente, incluído nas propostas existentes no sítio Internet «amazon.de».

- 69 O Tribunal Geral entende que, dada a conclusão a que se chegou no n.º 55, *supra*, a respeito da fiabilidade dos anexos D 4a e D 4b, foi erradamente que a Câmara de Recurso concluiu pela falta de fiabilidade do anexo D 4b, que de resto possuía, como a Câmara de Recurso observou no n.º 33 da decisão recorrida, características comuns às do desenho ou modelo impugnado.
- 70 No que toca aos resultados da busca efetuada por S. Mahdavi Sabet na Internet, resulta do n.º 33 da decisão recorrida que as palavras-chave utilizadas nessa busca foram «mumbi Silikon TPU Tasche Samsung Galaxy i9100 S II Silicon Case Hülle-Galaxy S 2 S 2 SII Schutzhülle», ou seja, a marca do recorrente, *mumbi*, a indicação do material e a designação, provavelmente, do modelo de telemóvel a que o estojo se destinava, e não um código de referência específico. Assim, importa declarar, à semelhança do recorrente, que a busca em questão não incidiu sobre a designação exata de um modelo de estojo de telemóvel determinado, mas sim sobre a sua descrição.
- 71 Por conseguinte, dadas as conclusões a que se chegou nos n.ºs 45 a 55, *supra*, a respeito do código de referência específico ASIN atribuído a cada artigo do catálogo do sítio Internet Amazon, conclui-se que a Câmara de Recurso não podia validamente aprovar as dúvidas que S. Mahdavi Sabet suscitou com a sua busca na Internet.
- 72 Assim, como os resultados dessa busca não podiam, por si só, pôr em causa o valor probatório da indicação, no sítio na Internet «amazon.de», da data da disponibilidade do produto, «desde 27 de junho de 2011» (anexo D 4b), há que concluir que a Câmara de Recurso fez uma apreciação errónea do valor probatório do anexo D 4b.
- 3) Quanto à terceira acusação, de que a Câmara de Recurso tinha erradamente recusado a impressão de ecrã que mostrava uma proposta existente no sítio «amazon.de», constante do anexo D 11*
- 73 O recorrente alega que foi sem razão que a Câmara de Recurso não considerou a impressão de ecrã apresentada como anexo D 11, que revelava uma proposta de venda no sítio da Internet «amazon.de» desde 31 de dezembro de 2010.
- 74 No que respeita ao facto de a data que figura nos sítios na Internet para venda de um estojo não corresponder à data da venda efetiva do produto a que esse estojo se destinava, o recorrente refere que o estojo em causa é adequado para dois telemóveis, o iPhone 4S e iPhone 4, estando este último já disponível desde 24 de junho de 2010. Segundo o recorrente, o surgimento no mercado do telemóvel mais recente, o iPhone 4S, implicara a alteração da denominação do produto designado na Amazon pelo código ASIN B005RFUT 72.
- 75 Quanto à qualidade das imagens das referidas impressões de ecrã, o recorrente indica que o anexo D 11 contém a fotografia bem visível de um telemóvel com todas as características do desenho ou modelo impugnado. Além disso, o recorrente sustenta que a boa qualidade da fotografia constante desse anexo também é visível no processo que esteve na base da decisão da Divisão de Anulação.
- 76 O EUIPO contesta os argumentos do recorrente. Alega que as explicações dadas pelo recorrente no que respeita às dúvidas manifestadas por S. Mahdavi Sabet quanto ao anexo D 11 são irrelevantes, pois só no Tribunal Geral foram apresentadas pela primeira vez. De todo o modo, as propostas apresentadas na plataforma de vendas Amazon, incluindo a reprodução visual dos produtos, poderiam sempre ser modificadas pelo seu autor.
- 77 Em primeiro lugar, relativamente à afirmação, feita no n.º 34 da decisão recorrida, de que S. Mahdavi Sabet tinha provado que a data que figurava na impressão de ecrã do sítio Internet «amazon.de» para a colocação à venda de um estojo apresentado como anexo D 11 não correspondia à data da venda efetiva de um dos produtos, no presente caso o iPhone 4S a que o estojo se destinava, importa referir,

à semelhança do recorrente, que a descrição do estojo constante do anexo D 11 não visa apenas o iPhone 4S, colocado no mercado após 31 de dezembro de 2010, mencionado no mesmo anexo, mas também o iPhone 4, que já era comercializado antes de 31 de dezembro de 2010.

- 78 Em seguida, recorde-se que, no anexo D 11, trata-se de um produto colocado à venda no sítio da Internet «amazon.de» com o código ASIN B005RFUT 72. Atento o caráter único desse código, de acordo com o que se declarou no n.º 46, *supra*, a Câmara de Recurso não podia validamente concluir que o anexo D 11 não possuía força probatória bastante no que respeita à divulgação.
- 79 Além disso, mesmo admitindo que a Câmara de Recurso pudesse considerar que o documento constante do anexo D 11 podia ser sempre modificado, a decisão recorrida não inclui qualquer fundamentação que permita a conclusão de que houve uma tal modificação.
- 80 Esta conclusão não é posta em causa pelo facto, apresentado pela Câmara de Recurso no n.º 34 da decisão recorrida, de o recorrente não se ter explicado, durante o procedimento administrativo, sobre a incoerência temporal entre a data de colocação à venda de um estojo e a data da comercialização efetiva do produto a que esse estojo se destina. A este propósito, basta referir que a informação constante do anexo D 11 contém referências tanto ao iPhone 4 como ao iPhone 4S e que é notório que a introdução no mercado do iPhone 4 seguiu-se a do iPhone 4S.
- 81 Importa sublinhar que o argumento do EUIPO segundo o qual as explicações do recorrente sobre as dúvidas manifestadas por S. Mahdavi Sabet a propósito desta incoerência temporal, que foram dadas pela primeira vez no Tribunal Geral, são irrelevantes e em nada afetam as conclusões anteriores.
- 82 Por último, no que se refere à qualidade da imagem que surge no anexo D 11, o Tribunal Geral observa que o recorrente tem razão quando alega que essa imagem é perfeitamente visível na decisão da Divisão de Anulação. Além disso, o estojo reproduzido nessa imagem possui, à primeira vista, características semelhantes ao desenho ou modelo impugnado. Assim, não se pode considerar que essa imagem seja fluida.
- 83 Atento o que precede, há que concluir que a Câmara de Recurso procedeu a uma apreciação errónea do documento constante do anexo D 11, ao negar-lhe qualquer valor probatório.

b) Quanto à apreciação do valor probatório da correspondência que inclui folhetos informativos do portal de vendas online Alibaba.com efetuada pela Câmara de Recurso

- 84 O recorrente alega que a Câmara de Recurso não podia recusar tomar em consideração os folhetos informativos do portal de vendas *online* Alibaba.com recebidos pelo recorrente em 15, 22 e 29 de junho de 2011 e constantes dos anexos D 7, D 8 e D 9. Considera que as fotografias contidas nesses anexos são suficientemente nítidas e mostram todas as características inerentes à conceção do desenho ou modelo impugnado. A este respeito, remete para a decisão da Divisão de Anulação para demonstrar que essas fotografias possuem qualidade suficiente.
- 85 Quanto aos cabeçalhos dos anexos D 7 a D 9, o recorrente afirma que restituem informações adicionais que foram armazenadas pelo seu sistema de arquivo.
- 86 O recorrente também considera que foi erradamente que a Câmara de Recurso qualificou os anexos D 7, D 8 e D 9 como correspondência privada entre duas pessoas e que daí retirou não se poder concluir que o conteúdo dessa correspondência podia ser conhecido, na prática corrente da vida comercial, dos meios especializados do setor em causa que operam na União. Alega que, enquanto destinatário dos folhetos informativos do portal de vendas *online* Alibaba.com, faz parte dos meios

especializados do setor em causa que operam na União e que, portanto, o envio desses folhetos informativos ao recorrente em 15, 22 e 29 de junho de 2011 prova, por si só, que o modelo em questão era conhecido dos meios especializados do setor em causa que operam na União.

- 87 O EUIPO contesta os argumentos do recorrente. Antes de mais, alega que a qualidade da reprodução visual do estojo que figura nos anexos D 7 a D 9 não é suficiente e que os novos documentos anexos à petição, supostamente de melhor qualidade, são irrelevantes, uma vez que só foram apresentados pela primeira vez no Tribunal Geral. Em seguida, o EUIPO reitera que os cabeçalhos da correspondência em causa suscitaram dúvidas quanto ao seu valor probatório. Por último, o EUIPO considera que a Câmara de Recurso presumiu que se tratava de correspondência privada, atendendo a que o recorrente se limitou a afirmar que todos os folhetos informativos procediam do mesmo fornecedor.
- 88 Relativamente à conclusão da Câmara de Recurso, no n.º 40 da decisão recorrida, segundo a qual as imagens constantes dos anexos D 7 a D 9 eram demasiado fluidas e, portanto, não permitiam relacioná-las com o desenho ou modelo impugnado, basta observar que, no que toca à imagem existente no anexo D 7, as características do estojo reproduzidas nessa imagem são, como refere o recorrente, bem visíveis na decisão da Divisão de Anulação e assemelham-se de forma bastante às do desenho ou modelo impugnado. A imagem reproduzida no anexo D 7 não pode, portanto, ser excluída por falta de nitidez.
- 89 No que se refere ao cabeçalho alegadamente pouco usual do folheto apresentado no anexo D 7, importa referir que a Câmara de Recurso reitera, no n.º 40 da decisão recorrida, as suas observações muito genéricas, feitas a propósito da fiabilidade das provas retiradas da Internet, sem fundamentar as suas suspeitas de que o folheto em causa, assim como os dois outros folhetos em questão, podiam ser modificados a todo o tempo. A este respeito, funda-se apenas na presunção de que os dados e as imagens colocados *online* e apenas acessíveis por meio de computador podem ser modificados a todo o tempo.
- 90 É certo que não se pode excluir, como de resto a Câmara de Recurso referiu no n.º 30 da decisão recorrida, que o conteúdo de um sítio na Internet ou de qualquer outro documento eletrónico possa ser modificado a todo o momento. Porém, aplicar automaticamente esta presunção, sem ter dúvidas sérias e justificadas de que, no caso em apreço, as provas foram modificadas, torna inoperante o princípio decorrente da jurisprudência da União e evocado no n.º 24, *supra*, segundo o qual os elementos de prova produzidos pelo requerente da declaração da nulidade devem ser apreciados em conjugação com os outros (v., neste sentido, Acórdão de 9 de março de 2012, Frasco, T-450/08, não publicado, EU:T:2012:117, n.º 26 e jurisprudência aí indicada).
- 91 Por conseguinte, face à conclusão exposta no n.º 55, *supra*, foi erradamente que a Câmara de Recurso negou qualquer valor probatório à correspondência que figura no anexo D 7.
- 92 Esta apreciação não pode ser posta em causa pela afirmação da Câmara de Recurso de que a correspondência constante dos anexos D 7 a D 9 prova, na melhor das hipóteses, a existência de uma correspondência privada entre duas pessoas.
- 93 Sublinhe-se que o documento constante do anexo D 7 não é apenas uma correspondência entre duas pessoas, mas inclui também um folheto informativo endereçado ao recorrente pela sociedade de vendas *online* Alibaba.com. A fim de provar a divulgação do estojo em causa, há que ter em conta o conteúdo da correspondência, e não a sua forma. Um folheto informativo não pode ser qualificado de «correspondência privada». Um folheto informativo tem por destinatários, devido à sua própria natureza, uma multitude de pessoas que o subscrevem e o seu objetivo é o *marketing* de produtos. Como indicado pelo recorrente, sem que o EUIPO o contestasse, o portal de vendas *online* Alibaba.com envia os seus folhetos informativos a milhares de destinatários, e não apenas ao recorrente. Além disso, é notório que o sítio na Internet Alibaba.com é uma importante plataforma de venda de produto à escala mundial. Atentas estas considerações, os critérios com base nos quais a

Câmara de Recurso afirmou que a correspondência constante do anexo D 7 provava, na melhor das hipóteses, a existência de uma correspondência privada entre duas pessoas, não resultam claramente da decisão recorrida.

- 94 Nestas condições, conclui-se que a Câmara de Recurso cometeu um erro de apreciação ao negar qualquer valor probatório à correspondência que figura no anexo D 7.
- 95 Atento tudo o que precede, o Tribunal Geral considera que os erros de apreciação dos elementos de prova cometidos pela Câmara de Recurso implicam a anulação da decisão recorrida. Como a Câmara de Recurso não apreciou devidamente certos elementos de prova que podiam afetar a solução do litígio, a sua apreciação da divulgação do desenho ou modelo impugnado não foi exaustiva e, por força do princípio da repartição de competências entre o EUIPO e o Tribunal Geral, caberá de novo às instâncias do EUIPO pronunciar-se.
- 96 Por conseguinte, há que acolher o primeiro fundamento e anular a decisão recorrida, sem que seja necessário ao Tribunal Geral pronunciar-se sobre o segundo e terceiro fundamentos. O Tribunal Geral também não tem que se pronunciar sobre o pedido do recorrente de reenvio do processo à Câmara de Recurso. Com efeito, nos termos do artigo 61.º, n.º 6, do Regulamento n.º 6/2002, o EUIPO deve tomar as medidas necessárias à execução do acórdão do Tribunal Geral. Desta última disposição decorre que não cabe ao Tribunal Geral dirigir ordens ao EUIPO, sendo, com efeito, a este que incumbe tirar as consequências do dispositivo e dos fundamentos do acórdão do Tribunal Geral [v., por analogia, Acórdão do Tribunal Geral de 15 de março de 2006, Athinaiki Oikogeniaki Artopoiia/IHMI — Ferrero (FERRÓ), T-35/04, EU:T:2006:82, n.º 15 e jurisprudência aí indicada].

2. Quanto ao pedido de declaração da nulidade do desenho ou modelo impugnado

- 97 A título principal, o recorrente pede, para além da anulação da decisão recorrida, que o Tribunal Geral declare a nulidade do desenho ou modelo impugnado. O EUIPO considera este pedido inadmissível, pois, segundo jurisprudência constante, o poder de reforma de decisões reconhecido ao Tribunal Geral não lhe confere o poder de substituir a apreciação da Câmara de Recurso pela sua própria apreciação, nem tão-pouco o de proceder a uma apreciação sobre a qual a referida Câmara ainda não tomou posição.
- 98 Há que observar que a fiscalização que o Tribunal Geral exerce nos termos do artigo 61.º do Regulamento n.º 6/2002 é uma fiscalização da legalidade das decisões das Câmaras de Recurso do EUIPO e que este tribunal só pode anular ou reformar a decisão objeto do recurso se, no momento em que foi adotada, esta estava viciada de um dos fundamentos para a sua anulação ou reforma enunciados no artigo 61.º, n.º 2, deste regulamento. Daqui resulta que o poder de reforma de decisões reconhecido ao Tribunal Geral não tem por efeito conferir a este último o poder de substituir a apreciação da Câmara de Recurso pela sua própria apreciação, nem proceder a uma apreciação sobre a qual a referida Câmara ainda não se pronunciou. O exercício do poder de reforma de decisões deve, consequentemente, em princípio, limitar-se às situações em que o Tribunal Geral, depois de ter fiscalizado a apreciação efetuada pela Câmara de Recurso, está em condições de determinar, com base nos elementos de facto e de direito apurados, a decisão que a Câmara de Recurso devia ter tomado [v., por analogia, Acórdão de 13 de maio de 2015, Group Nivelles/IHMI — Easy Sanitary Solutions (Calha de escoamento de chuva), T-15/13, EU:T:2015:281, n.º 89 e jurisprudência aí indicada].
- 99 Basta referir que, no presente caso, como a decisão recorrida foi anulada por erro da Câmara de Recurso na apreciação do valor probatório dos elementos apresentados pelo recorrente para demonstrar a divulgação do desenho ou modelo impugnado e a Câmara de Recurso deve pronunciar-se, de novo, sobre o valor probatório dos referidos elementos, bem como, consequentemente, sobre a nulidade do desenho ou modelo impugnado, não cabe ao Tribunal Geral pronunciar-se desde já sobre a nulidade do desenho ou modelo impugnado.

100 Por conseguinte, o pedido do recorrente de que o Tribunal Geral ordene ao EUIPO que declare a nulidade do desenho ou modelo impugnado é inadmissível.

IV. Quanto às despesas

101 Nos termos do artigo 134.º, n.º 1, do Regulamento de Processo do Tribunal Geral, a parte vencida é condenada nas despesas se a parte vencedora o tiver requerido. No presente caso, o recorrente pediu que o EUIPO seja condenado nas despesas, incluindo as que teve de suportar ao longo do processo de recurso.

102 Tendo o EUIPO sido vencido, há que condená-lo nas suas próprias despesas, bem como nas do recorrente, conforme este peticionou. Por força do artigo 190.º, n.º 2, do Regulamento de Processo, estas incluem igualmente as despesas indispensáveis em que o recorrente incorreu para efeitos do processo na Câmara de Recurso.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL Geral (Quarta Secção)

decide:

- 1) A decisão da Terceira Secção da Câmara de Recurso do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO) de 13 de janeiro de 2015 (processo R 460/2013-3) é anulada.**
- 2) O recurso é julgado improcedente quanto ao demais.**
- 3) O EUIPO é condenado a suportar as suas próprias despesas, bem como as de Claus Gramberg, incluindo as despesas indispensáveis em que este incorreu para efeitos do processo na Câmara de Recurso do EUIPO.**

Kanninen

Calvo-Sotelo Ibáñez-Martín

Reine

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 27 de fevereiro de 2018.

Assinaturas

ÍNDICE

I. Antecedentes do litígio	2
II. Pedidos das partes	4
III. Questão de direito	4
A. Quanto à admissibilidade dos elementos de prova apresentados pela primeira vez no Tribunal Geral	4
B. Quanto ao mérito	5
1. Quanto ao pedido de anulação e de reenvio do processo à Câmara de Recurso	5
a) Quanto ao juízo que a Câmara de Recurso fez do valor probatório das impressões de ecrã do sítio na Internet «amazon.de»	7
1) Quanto à primeira acusação, de que a Câmara de Recurso negou valor probatório aos anexos D 2, D 4a e D 4b devido a um cabeçalho aparentemente pouco habitual e ignorou a explicação dada pelo recorrente no que respeita a esse cabeçalho	8
2) Quanto à segunda acusação, de que a Câmara de Recurso não tomou em consideração as propostas de venda existentes no sítio «amazon.de» que incluíam a indicação de datas exatas	10
i) Quanto à não consideração da data de 26 de maio de 2011 que figura no anexo D 4a	10
ii) Quanto à não consideração da data de 27 de junho de 2011 que figura no anexo D 4b	11
3) Quanto à terceira acusação, de que a Câmara de Recurso tinha erradamente recusado a impressão de ecrã que mostrava uma proposta existente no sítio «amazon.de», constante do anexo D 11	12
b) Quanto à apreciação do valor probatório da correspondência que inclui folhetos informativos do portal de vendas online Alibaba.com efetuada pela Câmara de Recurso ..	13
2. Quanto ao pedido de declaração da nulidade do desenho ou modelo impugnado	15
IV. Quanto às despesas	16