

**Lieta C-323/24**

**Lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu kopsavilkums saskaņā ar Tiesas  
Reglamenta 98. panta 1. punktu**

**Iesniegšanas datums:**

2024. gada 2. maijs

**Iesniedzējtiesa:**

*Juzgado de lo Mercantil Número 1 de Alicante* (Spānija)

**Datums, kurā pieņemts iesniedzējtiesas nolēmums:**

2023. gada 13. decembris

**Prasītāja:**

*Deity Shoes, S.L.*

**Atbildētāji:**

*Mundorama Confort, S. L.*

*Stay Design, S. L.*

---

**Pamatlietas priekšmets**

Intelektuālais īpašums – Kopienas dizainparaugi – Aizsardzības apjoms – Novitāte – Individuāla būtība – Dizainparauga patiesa darbība – Apavu izskata īpašības – Jau esošā katalogā piedāvāto elementu pielāgošana – Nepieciešamā pielāgošanas pakāpe – Dizainparauga autora brīvība – Iespēja aizsargāt visas preces, kas ir izgatavota, pamatojoties uz zināmām modes tendencēm, vai tās daļas izskatu.

**Lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu priekšmets un juridiskais pamats**

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – LESD 267. pants – Padomes regulas (EK) Nr. 6/2002 (2001. gada 12. decembris) par Kopienas dizainparaugiem (turpmāk tekstā – “Regula (EK) Nr. 6/2002” vai “Dizainparaugu regula”) 4., 5., 6., 14. un 25. panta interpretācija.

## Prejudiciālie jautājumi

a. Vai, lai uz dizainparaugu attiektos Padomes 2001. gada 12. decembra Regulā (EK) Nr. 6/2002 noteiktais aizsardzības režīms, ir nepieciešams, lai pastāvētu dizainparauga patiesa izstrādes darbība, proti, lai dizainparaugs būtu tā modelētāja intelektuālā darba rezultāts? Un vai šajā ziņā sastāvdaļu kombinēšana, pamatojoties uz modeļiem, kuru izskata īpašības lielākoties ir iepriekš noteikuši tirdzniecības uzņēmumi, var tikt uzskatīta par dizainparauga patiesu izstrādes darbību, lai atsevišķu sastāvdaļu izmaiņas būtu uzskatāmas par neparedzētām un nejausām?

b. Vai, ņemot vērā iepriekš minēto, var uzskatīt, ka visa ražojuma vai tā daļas izskata īpašībām, kas rodas, pielāgojot Ķīnas tirdzniecības uzņēmumu piedāvātos dizainparaugus saskaņā ar minēto uzņēmumu katalogiem, piemīt individuāla būtība Padomes 2001. gada 12. decembra Regulas (EK) Nr. 6/2002 6. panta izpratnē, ja dizainparauga tiesību īpašnieka darbība aprobežojas ar šo dizainparaugu tirdzniecību EEZ bez pārveidojumiem vai ar atsevišķiem pārveidojumiem sastāvdaļās (piemēram, zolēs, kniedēs, auklās, sprādzēs...), un izskatu lielākoties iepriekš nosaka tirdzniecības uzņēmumi? Vai šajā ziņā ir būtiski, ka sastāvdaļas arī nav izstrādājis Eiropas tirgotājs, bet tās ir sastāvdaļas, ko piedāvā pats tirdzniecības uzņēmums savā katalogā?

c. Vai Padomes 2001. gada 12. decembra Regulas (EK) Nr. 6/2002 14. pants ir jāinterpretē tādējādi, ka par modelētāju var uzskatīt personu, kas, pamatojoties uz tirdzniecības uzņēmumu piedāvāto dizainu saskaņā ar katalogu, ir tikai pielāgojusi šo iepriekšējo dizainu, pārveidojot arī tirgotāja piedāvātās sastāvdaļas, kuras nav modelējis Eiropas tirgotājs? Vai šajā ziņā ir nepieciešama zināma pielāgošanas pakāpe, lai pierādītu, ka galīgais izskats būtiski atšķiras no sākotnējā dizaina, tādējādi pretendējot uz autortiesībām?

d. Neskarot iepriekš minēto, vai tādā gadījumā kā šis, ņemot vērā apavu, kas izstrādāti, pamatojoties uz tirdzniecības uzņēmumu paraugiem, īpatnības un, ciktāl “dizains” aprobežojas ar agrāko modeļu atlasīšanu no paraugiem un, ja nepieciešams, ar dažu to sastāvdaļu variāciju paša ražotāja (tirdzniecības uzņēmuma) piedāvātā kataloga ietvaros, ievērojot modes tendences, ir jāsaprot, ka šādas modes tendences: a) ierobežo dizainparauga autora brīvību tā, ka nelielas atšķirības starp reģistrēto (vai neregistrēto) dizainparaugu un citu dizainparaugu var būt pietiekamas, lai radītu atšķirīgu kopējo iespaidu, vai gluži pretēji – b) tās ietekmē reģistrētā (vai neregistrētā) dizainparauga individuālo būtību tā, ka šiem elementiem vai sastāvdaļām būs mazsvarīga nozīme kopējā iespaidā, kas radīts uz informētu lietotāju, ciktāl tie izriet no zināmām modes tendencēm salīdzinājumā ar citu dizainparaugu?

## Atbilstošās Savienības tiesību normas

Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 17. panta 2. punkts.

Padomes Regulas (EK) Nr. 6/2002 (2001. gada 12. decembris) par Kopienas dizainparaugiem 4., 5., 6., 14. un 25. pants.

### Atbilstošās valsts tiesību normas

#### 1. Judikatūra.

1.1. STS (Augstākās tiesas Pirmā civillietu palāta) 2014. gada 25. jūnija spriedums (numurs Spānijas oficiālajā judikatūras krājumā: STS 2804/2014 – ECLI:ES:TS:2014:2804):

“1. - Direktīvas 1998/71/EK 9. panta 1. punktā, nosakot reģistrēta dizainparauga piešķirtās aizsardzības darbības jomu, noteikts, ka tā “ietver ikvienu dizainparaugu, kas informētam lietotājam neatstāj atšķirīgu vispārējo iespaidu”. Tā 2. punktā ir piebilsts: “Novērtējot aizsardzības jomu, ņem vērā dizainparauga autora brīvības pakāpi, izveidojot dizainparaugu.”

2. - Vispārējā tiesa ir nospriedusi, ka “dizainparauga autora brīvības pakāpe ir nosakāma, ievērojot tostarp ierobežojumus, kuri saistīti ar īpašībām, ko nosaka ražojuma vai ražojuma sastāvdaļas tehniskā funkcija, vai arī ražojumam piemērojamās juridiskās prasības. Šo ierobežojumu dēļ tiek standartizētas noteiktas īpašības, kas līdz ar to kļūst kopīgas vairākiem dizainparaugiem, kurus izmanto attiecīgajam ražojumam (Vispārējās tiesas spriedums, 2013. gada 21. novembris, T-337/12).

Tā ir arī noraidījusi, ka vispārējo tendenci dizaina jomā varētu uzskatīt par autora brīvību ierobežojošo faktoru, jo tieši šī autora brīvība ļauj tam atrast jaunas formas, jaunas tendences vai arī ieviest kaut ko jaunu pastāvošās tendences ietvaros (Vispārējās tiesas spriedumi, 2010. gada 22. jūnijs, T-153/08, un 2013. gada 21. novembris, apvienotās lietas T-83/11 un T-84/11).

Lai gan šie spriedumi tika pasludināti saistībā ar Padomes 2001. gada 12. decembra Regulu (EK) Nr. 6/2002 par Kopienas dizainparaugiem, tajos ietvertā doktrīna ir piemērojama arī 1998. gada 13. oktobra Direktīvai 1998/71/EK, jo abās regulās šis jautājums ir aplūkots vienādi.

3. - Apzinoties, ka šis jautājums ir strīdīgs, [tiesas] palāta uzskata, ka modes tendences plašā nozīmē nav dizainparauga autora brīvību ierobežojošs elements, bet ka tās ietekmē reģistrētā dizainparauga unikalitātes noteikšanu un līdz ar to arī tā tiesību īpašniekam piešķirtās aizsardzības apjomu, kā arī to atšķirību pakāpi, kādām jāpiemīt konkurenta dizainparaugam, lai tas radītu atšķirīgu kopējo iespaidu.

Ja tādas tendences pastāvēja pirms dizainparauga reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas, t. i., ja reģistrētais dizainparaugs atbilda tirgus tendencēm, kas pastāvēja pieteikuma iesniegšanas brīdī, tas var mazināt tā unikalitāti. Tāpēc, kā pamatots iepriekšējos punktos, ja līdzības, ko uzskata par pārkāpumu attiecībā uz

reģistrēto dizainparaugu, attiecas uz elementiem, kas atbilst modes tendencēm, kuras pastāvēja reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī, šiem elementiem būs mazāka nozīme kopējā iespaidā, ko tie rada uz informētu lietotāju, un ir jāuzskata, ka gan viens, gan otrs dizainparaugs rada atšķirīgu kopējo iespaidu uz informētu lietotāju, un tāpēc pārkāpuma nebūs, pat ja atšķirība būs mazāka, nekā būtu nepieciešama, ja reģistrētais dizainparaugs neatbilstu šīm modes tendencēm.

Ja, no otras puses, šīs modes tendences ir radušās pēc rūpnieciskā dizainparauga reģistrācijas, un var secināt, ka šādam dizainparaugam piemīt būtiska unikalitātes pakāpe, jo tam ir izdevies paredzēt modes tendences vai pat būt noteicošam šādu tendenču attīstībā, šo lielāko unikalitāti nevar samazināt, ļaujot konkurentiem tirgot ražojumus ar līdzīgu dizainu, kas informētam lietotājam nerada atšķirīgu kopējo iespaidu, aizbildinoties ar to, ka turpmākā dizainparauga autora brīvību ierobežo modes prasības.

4. - No iepriekš minētā izriet, ka piemērojamo valsts tiesību aktu interpretācija, ņemot vērā direktīvas burtu un mērķi, neparedz, ka tirgus tendences ir uzskatāmas par dizainparauga autora brīvības ierobežojumu, lai noteiktu reģistrētā dizainparauga aizsardzības pakāpi saskaņā ar Rūpnieciskā īpašuma statūtiem.”

### **Īss pamatlīstas faktisko apstākļu un tiesvedības izklāsts**

- 1 *DEITY SHOES S. L.* 2021. gada 10. decembrī iesniedza pieteikumu par pārkāpumu pret *MUNDORAMA CONFORT S. L.* un *STAY DESIGN S. L.*
- 2 *MUNDORAMA CONFORT S. L.* un *STAY DESIGN S. L.* 2022. gada 12. aprīlī atbildēja uz pieteikumu, iesniedzot pretpieteikumu par prasītāja dizainparaugu atzīšanu par spēkā neesošiem.
- 3 *DEITY SHOES S. L.* 2022. gada 24. maijā atbildēja uz pretpieteikumu.
- 4 *DEITY SHOES* ceļ prasību pret *MUNDORAMA CONFORT S. L.* un *STAY DESIGN S. L.* par dažādu apavu modeļu reģistrētu un neregistrētu Kopienas dizainparaugu tiesību pārkāpumu.
- 5 Savukārt *MUNDORAMA CONFORT S. L.* un *STAY DESIGN S. L.* attiecībā uz konkrētiem modeļiem ar pretprasību lūdz atzīt iepriekšēja izmantojuma tiesības saskaņā ar Dizainparaugu regulas 22. panta 1. punktu un, ciktāl tas attiecas uz šo lietu, atzīt *DEITY SHOES* modeļus par spēkā neesošiem, pamatojoties uz novitātes un individuālas būtības neesamību.
- 6 Minētie uzņēmumi arī apgalvo, ka dizainparaugu izstrādē nav nekādu jauninājumu, jo runa ir par tādu ražojumu tirgvedības uzņēmumiem, kurus piedāvā tirdzniecības uzņēmumi, kas ir pilnībā izvietoti Ķīnā.
- 7 Šajā ziņā tika konstatēts, ka abi uzņēmumi darbojas vienā un tajā pašā apavu tirdzniecības nozarē.

- 8 Tie ir uzņēmumi, kas nodarbojas nevis ar jauninājumiem, bet gan ar apavu iegādi Ķīnā tirgū, kurā noteicošie faktori ir apjoms un cena.
- 9 Šajā ziņā ir konstatēts, ka apavu tirdzniecības process ir šāds:
  - (i) pušu piegādātāji ir tirdzniecības uzņēmumi, kas ir pilnībā izvietoti Ķīnā, un tie nodrošina visu ražojumu importu un eksportu;
  - (ii) Ķīnas tirdzniecības uzņēmumi nodrošina pušu attiecīgajiem darbiniekiem – parasti pārdošanas un mārketinga speciālistiem – dažādas ražojumu paraugus;
  - (iii) attiecīgie darbinieki ir atbildīgi par paraugos iekļauto ražojumu analīzi un ierosina piegādātājiem īpašas izmaiņas to īpašībās (piemēram, attiecībā uz krāsu, materiālu, sprādžu, auklu un citu dekoratīvo elementu izvietojumu);
  - (iv) kad galaražojuma īpašības ir saskaņotas, Ķīnas piegādātāji nosūta preces uz Spāniju kopā ar attiecīgajiem sertifikātiem, kuros sīki aprakstīts apavu pielāgošanas process.
- 10 Šajā ziņā ir pierādīts, ka modeļi, uz kuru dizainparauga tiesībām pretendē *DEITY SHOES*, ir pielāgoti modeļi, pamatojoties uz Ķīnas tirdzniecības uzņēmumu katalogos piedāvātajiem modeļiem.
- 11 Nav iesniegti nekādi pielāgošanas sertifikāti, kas ļautu iesniedzējtiesai noteikt, kādas izmaiņas ir veiktas katrā modelī.
- 12 Nav konstatēts, ka prasītājam ir dizainparaugu komanda vai ka modeļi, par kuriem tiek apgalvots, ka to dizainparauga tiesības ir pārkāptas, būtu bijuši patiesas dizainparauga izstrādes darbības priekšmets. Lielākoties tie ir modeļi, kuru pamatā ir Ķīnas tirdzniecības uzņēmuma katalogos piedāvātais pamatmodelis, kuram veiktas dažas izmaiņas.
- 13 Tas nozīmē, ka, ja ņem vērā tirgoto modeļu izskatu, to lielākoties nosaka Ķīnas piegādātāja piedāvātais modelis, tāpēc atsevišķu elementu pārveidojumi ir uzskatāmi par neparedzētiem un nejaušiem (piemēram, krāsa, materiāls, sprādžu, auklu un citu dekoratīvo elementu izvietojums).
- 14 Saskaņā ar iesniedzējtiesas viedokli cena šajā nozarē ir ļoti svarīgs elements, un jebkuras izmaiņas pamatmodelī, kas nozīmē lielāku pielāgošanu, nozīmē izmaksu pieaugumu, kas samazina Eiropas tirgotāju peļņu. Tāpēc nav reāla stimula veikt būtiskas izmaiņas Ķīnas tirdzniecības pakalpojumu sniedzēju piedāvātajos pamatmodeļos.
- 15 Izmaiņas, kas attiecas uz konkrētiem elementiem, piemēram, krāsu, materiālu, zoli, sprādžu, auklu un citu dekoratīvo elementu izvietojumu, arī tiek veiktas tirdzniecības uzņēmuma piedāvātajā katalogā.

- 16 Visbeidzot, reģistrētajiem un neregistrētajiem modeļiem trūkst jebkāda modes aspekta. Faktiski tie tiek izstrādāti, pamatojoties uz zināmām modes tendencēm, lai nodrošinātu Ķīnas rūpnīcām veikto lielo pasūtījumu pārdošanu. Šajā ziņā var secināt, ka, ņemot vērā to, ka šī ir nozare, kurā galvenie vērā ņemamie faktori ir apjoms un cena, modelētāju rīcības iespējas ir ļoti ierobežotas salīdzinājumā ar citiem apavu veidiem, kam piemīt modes aspekts, kas ilgst vairākas sezonas, jo netiek ieguldīts jauninājumos.
- 17 Tāpēc tie ir modeļi, kas atveido modes pasaulē labi zināmas estētiskās tendences un kurus masveidā ražo zemo izmaksu tirdzniecības uzņēmumi, lai pēc tam pārdotu Eiropas Savienības tirgū.

## Pamatlietas pušu galvenie argumenti

### A. *DEITY SHOES* argumenti

- 18 Attiecībā uz pirmo jautājumu *DEITY SHOES* aizstāvība norāda, ka vienmēr, kad dizainparaugs tiek uzskatīts par atbilstošu novitātes un individuālas būtības prasībām, nevar noliegt, ka tā pamatā ir “intelektuāls darbs” vai “dizainparauga patiesas izstrādes darbība”. Tādēļ tā uzskata, ka nav vajadzības uzdot pirmo prejudiciālo jautājumu. Tomēr, ja tiktu nolemts to uzdot, aizstāvība uzskata, ka jautājums būtu jāformulē citādi, ierosinot turpmāk minēto: “Vai Padomes 2001. gada 12. decembra Regula (EK) Nr. 6/2002 par Kopienas dizainparaugiem paredz, ka, lai izmantotu tās piešķirto aizsardzību, dizainparauga autoram ir jāiegulda papildu intelektuālais darbs, pārveidojot visa ražojuma vai tā daļas izskatu, kas radies no paša ražojuma un/vai tā rotājumu iezīmēm, jo īpaši līnijām, kontūrām, krāsām, formas, virsmas struktūras un/vai materiāla?”
- 19 Attiecībā uz otro jautājumu aizstāvība norāda, ka nav nozīmes tam, ka izmaiņas ir veiktas ar “paša tirdzniecības uzņēmuma katalogā” norādītajām iespējām. Labi zināms ir arī tas, ka apavu sastāvdaļas modelē un ražo sastāvdaļu palīgnozare, un tās reti tiek pārdotas atsevišķi. Visbeidzot, lai atbildētu uz šo jautājumu, jāņem vērā hipotētiskā tirdzniecības uzņēmuma piedāvāto sastāvdaļu veids un skaits, kā arī dizainparauga autora iespēja iekļaut trešo personu nodrošinātās sastāvdaļas, jo nevienam apavu sastāvdaļu ražotājam vai tirgotājam nav neierobežota kataloga un katalogs neierobežo dizainparauga autora iespējas iekļaut trešo personu nodrošinātās sastāvdaļas. Turklāt jāatceras, ka ierobežots sastāvdaļu katalogs var radīt bezgalīgi daudz formēšanas iespēju, tāpat kā 27 burtu kombinācijas ļauj attīstīt visu spāņu valodu. Tādēļ prasītājs uzskata, ka nav vajadzības uzdot otro prejudiciālo jautājumu.
- 20 Saistībā ar trešo jautājumu prasītāja uzskata, ka attiecībā uz prasību par zināmu “pielāgošanas pakāpi” Dizainparaugu regula jau paredz, ka noteikums attiecībā uz īpašību vai sastāvdaļu kombināciju ir tāds, ka sastāvdaļu kombinācijai jābūt jaunai, t.i., tādai, kas nav iepriekš darīta pieejama sabiedrībai, un tai jāpiemīt individuālai būtībai, t.i., dizainparauga radītajam vispārējam iespaidam uz

informētiem lietotājiem jāatšķiras no jebkura cita dizainparauga, kas darīts pieejams sabiedrībai, radītā vispārējā iespaida.

- 21 Šajā ziņā nav skaidrs, kāpēc gadījums, kad uzņēmums iepērk preces no Ķīnas tirdzniecības uzņēmuma, būtu jāuzskata par atšķirīgu no jebkura cita dizainparauga, kurā zināmu dizainparaugu sastāvdaļas vai atsevišķi elementi, neatkarīgi no tā, vai tie ir vai nav iekļauti katalogā, no Ķīnas vai no citurienes, tiek kombinēti vai citādi veido daļu no zināmu formu mantojuma.
- 22 Attiecībā uz pēdējo no uzdotajiem jautājumiem prasītāja būtībā apgalvo, ka fakts, ka dizainparaugs ir iegūts, kombinējot dažādas sastāvdaļas, ko uzņēmums iekļauj katalogā, neierobežo dizainparauga autora brīvību, kurš var censties radīt vispārēju iespaidu, kas atšķiras no vispārējā iespaida, ko rada jebkurš cits apavu modelis, kurš darīts pieejams sabiedrībai, vai nu meklējot citu sastāvdaļu kombināciju, kas ir jauna un ar individuālu būtību, vai arī pārveidojot kādu no šīm sastāvdaļām. Prasītāja piebilst, ka tā notiek ar visiem apavu modelētājiem.

#### **B. MUNDORAMA CONFORT S. L. un STAY DESIGN S. L. argumenti**

- 23 Attiecībā uz pirmo jautājumu *MUNDORAMA CONFORT S. L.* un *STAY DESIGN S. L.* aizstāvība apgalvo, ka ir nepieciešams uzdot prejudiciālu jautājumu, jo šī jautājuma būtība ir noskaidrot, vai Dizainparaugu regulā ir piešķirta tāda elastība, kas ļauj aizsargāt jebkuru dizainparaugu neatkarīgi no tā, vai tas ir vai nav iepriekšēja radoša procesa rezultāts, kas ietver “dizainparauga patiesu izstrādes darbību”. Tomēr atbildētājas atzīst, ka regulas 4. panta 1. punktā un 25. panta 1. punkta b) apakšpunktā nav nekas teikts par radošo procesu un ka pašā Dizainparaugu regulas formulējumā nav noteikts, ka tam ir jānotiek. Tomēr, viņuprāt, to nevar izslēgt, pamatojoties uz hermeneitiskās interpretācijas kritēriju.
- 24 Vai, ņemot vērā iepriekš minēto, Regula (EK) Nr. 6/2002, lai uz dizainparaugu varētu attiecināt aizsardzību, ko tā piešķir gan reģistrētiem, gan neregistrētiem dizainparaugiem, paredz, ka dizainparaugam ir jābūt tā radītāja intelektuālā darba rezultātam, nevis ražojumam, kas tiek radīts, pamatojoties uz zināmām tendencēm, ar nelielām izmaiņām Ķīnas tirdzniecības uzņēmuma katalogā, un neņemot vērā modes aspektu?
- 25 Attiecībā uz otro jautājumu atbildētājas uzskata, ka šā ar pirmo jautājumu cieši saistītā jautājuma būtība ir vērsta uz to, vai i) Dizainparaugu regula ir tik elastīga, ka tā nodrošina aizsardzību visiem dizainparaugiem, kuru sastāvdaļas ir (vai nav) tikai “pielāgotas”, un ii) ir būtiski, ka šīs sastāvdaļas nav “dizainparauga patiesas izstrādes darbības” rezultāts, bet tās visiem nozares dalībniekiem nodrošina Ķīnas tirdzniecības piegādātāji.
- 26 Šajā ziņā otrais jautājums būtu jāformulē šādi: *vai Regulas (EK) Nr. 6/2002 par Kopienas dizainparaugiem izpratnē attiecībā uz visa ražojuma vai tā daļas izskata aizsardzību ir nozīme tam, ka neviena no tā sastāvdaļām nav tās radītāja intelektuālā darba rezultāts, bet ka tās ir piegādātāja katalogā piedāvātās*

*sastāvdaļas, ja katalogs netiek piedāvāts tikai vienam uzņēmumam, bet tiek piedāvāts visiem nozares dalībniekiem? Vai, no otras puses, Regulas (EK) Nr. 6/2002 izpratnē ir būtiski, ka tiesību prasītājs vai to īpašnieks, pamatojoties uz piegādātāju piedāvāto iepriekšējo dizainparaugu, ir tikai pielāgojis šo iepriekšējo dizainparaugu, pārveidojot sastāvdaļas, ko piegādātājs arī piedāvā savā katalogā dažādiem nozares dalībniekiem?*

- 27 Attiecībā uz trešo jautājumu puses uzskata, ka tas būtu jāformulē šādi: *Vai regulas 14. pants ir jāinterpretē tādējādi, ka par dizainparauga tiesību īpašnieku var uzskatīt personu, kas, pamatojoties uz Ķīnas tirdzniecības uzņēmumu piedāvāto iepriekšējo dizainparaugu, ir tikai pielāgojusi šo iepriekšējo dizainparaugu, pārveidojot arī Ķīnas tirdzniecības uzņēmuma piedāvātās sastāvdaļas, kuras nav izstrādājis Eiropas tirgotājs? Vai šajā ziņā ir nepieciešama zināma pielāgošanas pakāpe, lai varētu pieprasīt īpašumtiesības uz dizainparaugu?*
- 28 Attiecībā uz ceturto jautājumu atbildētājas būtībā piekrīt izvirzītā jautājuma būtībai.

#### **Īss lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu motīvu izklāsts**

- 29 Iesniedzējtiesa jautā Tiesai par Kopienas dizainparaugu un īpašumtiesību aizsardzības apjomu apavu ražošanas uzņēmumu gadījumā, kuri ir aprobežojušies ar izvēli starp dažādiem tirdzniecības uzņēmuma katalogā piedāvātajiem variantiem, kuru izskata īpašības lielā mērā nosaka Ķīnas piegādātāja piedāvātais modelis, kā rezultātā atsevišķu elementu pārveidojumi ir jāuzskata par neparedzētiem un nejaušiem.
- 30 Ar pirmo jautājumu Tiesai tiek uzdots jautājums par nosacījumiem, kas nepieciešami, lai saprastu, kad runa ir par dizainparaugu, un jo īpaši par to, vai analīzei jāaprobežojas ar novitātes un individuālas būtības elementiem, vai arī – ja tas tā ir – pastāv augstākas prasības, lai modelētājs varētu pieprasīt īpašumtiesības uz dizainparaugu. Rodas jautājums par to, vai Kopienas tiesību aktos ir ietverta netieša prasība par dizainparauga patiesu izstrādes darbību. Proti, vai, lai uz dizainparaugu attiektos Regulā (EK) Nr. 6/2002 noteiktais aizsardzības režīms, ir nepieciešams, lai pastāvētu dizainparauga patiesa izstrādes darbība, proti, lai dizainparaugs būtu tā radītāja intelektuālās darbības rezultāts, nevis ražojums, kas tiek radīts, pamatojoties uz zināmām modes tendencēm.
- 31 Attiecībā uz pirmo jautājumu iesniedzējtiesa uzskata, ka ir jānoskaidro, vai aizsardzība var tikt piešķirta visa ražojuma vai tā daļas izskatam, kas radies, pielāgojot Ķīnas tirdzniecības uzņēmumu piedāvātos dizainparaugus saskaņā ar šo uzņēmumu katalogiem, ja dizainparauga tiesību īpašnieka darbība aprobežojas ar šo dizainparaugu tirdzniecību EEZ bez pārveidojumiem vai ar pārveidojumiem sastāvdaļās (piemēram, zoles, kniedes, auklas, sprādzes utt.), kas izgatavotas saskaņā ar paša tirdzniecības uzņēmuma piedāvāto katalogu. Šajā ziņā tiek apšaubīts, vai ir būtiski, ka nevienu no sastāvdaļām patiešām nav izstrādājis uzņēmums, kas pārdod galaražojumu, bet ka tās ir Ķīnas tirdzniecības uzņēmuma



katalogā piedāvātās sastāvdaļas, ja katalogs netiek piedāvāts tikai vienam uzņēmumam, bet visiem nozares dalībniekiem.

- 32 Otrais prejudiciālais jautājums maina sarunas gaitu. Tiesai tiek uzdots jautājums par pašu individuālās būtības jēdzienu gadījumā, kāds ir izskatāmajā lietā, kur dizainparauga pamatā ir Ķīnas tirdzniecības uzņēmuma katalogā piedāvāts modelis, kas ne tikai atbilst vispārējām un labi zināmām modes tendencēm, bet ir arī tirdzniecības uzņēmumu katalogā piedāvāto sastāvdaļu neregulāras pārveidošanas rezultāts bez modes aspekta.
- 33 Šāda veida modelī ir svarīgi konceptuāli balstīties uz zināmām modes tendencēm, jo tieši tas nodrošina liela apjoma pasūtījumu pārdošanu. Šķiet, ka šāda veida ražojumiem atšķirīgais elements nav dizains, bet gan ražojuma cena, jo tieši tā nodrošina pasūtījumu un turpmākās tirdzniecības rentabilitāti.
- 34 Ar trešo jautājumu iesniedzējtiesa jautā par dizainparauga autora jēdzienu, lai gadījumā, ja dizainparauga esamība tiek apstrīdēta, dizainparauga tiesību īpašniekam būtu jāpierāda, ka pastāv zināma pielāgošanas pakāpe, lai varētu pretendēt uz autorību.
- 35 Ar ceturto jautājumu iesniedzējtiesa pārņem Augstākās tiesas doktrīnu, kas izklāstīta tās Pirmās civillietu palātas 2014. gada 25. jūnija spriedumā STS 2804/2014 – ECLI:ES:TS:2014: 2804, un jautā, vai, ņemot vērā ceturtajā jautājumā aprakstīto apavu, kas atbilst modes tendencēm, īpašības, šīs modes tendences ir uzskatāmas par tādām, kas a) ierobežo dizainparauga autora brīvību tiktāl, ka var pietikt ar nelielām atšķirībām, lai radītu atšķirīgu vispārējo iespaidu, vai, gluži pretēji, b) ietekmē dizainparauga individuālo būtību tiktāl, ka šiem elementiem vai sastāvdaļām būs mazsvarīga nozīme vispārējā iespaidā, ko tie rada uz informētu lietotāju, ciktāl tie izriet no zināmām modes tendencēm.