

ZAJEDNIČKA KOMUNIKACIJA

KRITERIJE ZA PROCJENU OTKRIVANJA DIZAJNA NA INTERNETU

TRAVANJ 2020

1. KONTEKST

Uredi za intelektualno vlasništvo unutar Europske mreže žigova i dizajna nastavljaju surađivati u kontekstu projekata konvergencije. Sada su postigli dogovor o trećoj zajedničkoj praksi u području dizajna, odnosno desetoj sveukupno, kojoj je cilj utvrditi zajedničke kriterije za procjenu otkrivanja dizajna na internetu i dati odgovarajuće preporuke u tom smislu.

Zajednička praksa objavljuje se u ovoj Zajedničkoj komunikaciji kako bi se ponudile jasne i sveobuhvatne smjernice za procjenu otkrivanja dizajna na internetu i, zahvaljujući tomu, postigla veća transparentnost, pravna sigurnost i predvidljivost.

Ona treba poslužiti kao referentni dokument Uredu Europske unije za intelektualno vlasništvo, uredima za intelektualno vlasništvo država članica EU-a i Beneluksa, drugim relevantnim tijelima, udruženjima korisnika, podnositeljima prijave, nositeljima prava, zastupnicima i drugim zainteresiranim osobama.

2. ZAJEDNIČKA PRAKSA

U sljedećem tekstu sažeto se iznose ključne poruke i glavna načela zajedničke prakse.

Cjeloviti tekst zajedničke prakse i svi upotrijebljeni primjeri mogu se pronaći na kraju ove Komunikacije.

U svrhu procjene otkrivanja dizajna na internetu u obzir se uzimaju sljedeći kriteriji:

Kriterij	<i>Izvori otkrivanja dizajna na internetu</i>
Zajednička praksa	<p>Najčešći izvori otkrivanja dizajna na internetu su:</p> <p>a) Mrežna mjesta</p> <p>Postoji velik broj različitih mrežnih mjesta (internetskih stranica) na kojima je moguće otkriti dizajn, kao što su internetske trgovine, društveni mediji ili internetske baze podataka.</p>

U Zajedničkoj praksi među ostalim se preporučuje:

- Dokaze s internetskih stranica treba iznijeti kao ispis ili snimku zaslona s relevantnim informacijama.
- U podnesenim dokazima mora biti prikazana jasna slika odgovarajućeg dizajna na kojoj se mogu vidjeti njegova obilježja, datum otkrivanja i adresa URL.
- Ako su informacije preuzete u obliku ispisa, datumom otkrivanja smatrat će se datum ispisa, osim ako se na temelju sadržaja dokumenta ili bilo kojeg drugog dokaza može utvrditi raniji relevantni datum.
- Prilikom procjene dokaza o otkrivanju dizajna s internetskih stranica, relevantne bi mogle biti informacije o svrsi i glavnim značajkama tih internetskih stranica.

b) Aplikacije

Otkrivanje dizajna može biti u okviru aplikacija, naročito onih koje su namijenjene za internetsku prodaju, internetske dražbe, društvene mreže itd.

U Zajedničkoj praksi među ostalim se preporučuje:

- Ako aplikacije postoje i u obliku internetskih stranica, poželjno je navesti informacije dostupne na internetskim stranicama.
- Ako aplikacija ne postoji u obliku internetskih stranica, kao dokaz se može upotrijebiti snimka zaslona mobilnog uređaja.

c) Elektronička pošta

Razmjena elektroničkih poruka u širokoj je upotrebi u trgovini, pa takve poruke mogu biti izvor otkrivanja dizajna.

U Zajedničkoj praksi među ostalim se preporučuje:

- Dokazi o komunikaciji putem e-poruka po mogućnosti trebaju sadržavati prikaz dizajna, osobito ako je poslan u prilogu.
- Potrebno je jasno navesti datum relevantan za procjenu otkrivanja dizajna, osobito ako se u e-poruci navodi više datuma.

	<ul style="list-style-type: none"> Treba uzeti u obzir primatelja e-poruke i njezinu svrhu jer to može upućivati na to je li poruka bila namijenjena krugovima specijaliziranima za predmetni sektor. <p>d) Dijeljenje datoteka</p> <p>Ako se datoteka koja sadržava dizajn stavlja na raspolaganje putem sustava za dijeljenje datoteka (npr. putem mreže P2P (engl. „peer to peer”) ili preko poslužitelja), to se može smatrati otkrivanjem dizajna.</p> <p>U Zajedničkoj praksi među ostalim se preporučuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kada se dokazuje otkrivanje dizajna putem sustava za dijeljenje datoteka, trebalo bi podnijeti i sve dodatne dostupne dokaze, kao što su e-poruke kojima se korisnici obavješćuju o novom učitavanju i sl. Ako datum učitavanja datoteke na platformu nije dostupan, relevantni bi se datum mogao dokazati tako da se prikaže datum na koji je korisnik zapravo preuzeo datoteku.
Kriterij	<p><i>Utvrđivanje relevantnog datuma otkrivanja</i></p> <p>Kada se procjenjuje je li dizajn otkriven na internetu, potrebno je utvrditi na koji je datum dizajn postao dostupan javnosti.</p>
Zajednička praksa	<p>Kad je riječ o relevantnom datumu otkrivanja, on može biti utvrđen s pomoću različitih dostupnih alata. U Zajedničkoj praksi među ostalim se preporučuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> Za potrebe dokazivanja otkrivanja dizajna, naročito s obzirom na relevantni datum, prednost se daje uslugama arhiviranja internetskih stranica, a ne uslugama pretraživanja. Vremenski žigovi mogu se upotrebljavati kao mjera opreza kako bi se osigurali dokazi o otkrivanju dizajna. Ako je za dobivanje dokaza o otkrivanju dizajna potrebno provesti nekoliko koraka, cjelokupna sesija pretraživanja može se označiti vremenskim žigom. Kod podnošenja dokaza pribavljenih s pomoću forenzičkih softverskih alata, potrebno je opisati i taj alat, navesti na koji su način informacije dobivene, o kojoj je vrsti informacija riječ i iz kojih su sadržaja preuzete.
Kriterij	<p><i>Sredstva za podnošenje dokaza s interneta</i></p> <p>U Direktivi 98/71/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 13. listopada 1998. o pravnoj zaštiti dizajna ne navodi se nikakav poseban oblik u</p>

	kojem se moraju dostaviti dokazi o otkrivanju dizajna. Općenito govoreći, može se podnijeti svako sredstvo kojim je moguće dokazati čin otkrivanja dizajna.
Zajednička praksa	<p>S obzirom na sredstva za podnošenje dokaza s interneta, u Zajedničkoj praksi među ostalim se preporučuje:</p> <p>a) Ispisi i snimke zaslona</p> <ul style="list-style-type: none">• U idealnim okolnostima, ispisi i snimke zaslona trebaju sadržavati informacije o izvoru iz kojeg je sadržaj preuzet (npr. adresa URL), o relevantnom datumu i otkrivenom dizajnu te se ne smiju ručno mijenjati.• Kada se u ispisu ili na snimci zaslona navodi više datuma i/ili dizajna, potrebno je jasno naznačiti koji je od njih relevantni datum/dizajn.• Slike dizajna trebaju biti jasne i dovoljno kvalitetne da se na temelju njih mogu utvrditi obilježja tog dizajna. <p>b) Slike i videozapisi</p> <ul style="list-style-type: none">• Potrebno je navesti informacije o izvoru iz kojeg potječu slike ili videozapisi.• Usto, potrebno je utvrditi datum objavljivanja slike ili videozapisa na kojem je prikazan dizajn.• Slika na kojoj se vidi dizajn može se prikazati na ispisu ili snimci zaslona.• Kao dokaz se može podnijeti sam videozapis (npr. kao datoteka) ili samo snimke odgovarajućih dijelova u kojima se vidi dizajn. Nije dovoljno samo navesti adresu URL na kojoj je objavljen videozapis. <p>c) Metapodatci</p> <ul style="list-style-type: none">• Kada se kao dokaz podnose metapodatci, poželjno je objasniti na koji su način dobiveni, o kojoj je vrsti informacija riječ i iz kojeg su izvora preuzete. <p>d) Adrese URL i hiperveze</p> <ul style="list-style-type: none">• Kada se podnosi adresa URL ili hiperveza, treba pružiti i ispis ili snimku zaslona s relevantnim informacijama kojima se pristupa preko te adrese ili hiperveze.

	<p>e) Pisane izjave</p> <ul style="list-style-type: none"> Podatke sadržane u izjavama u pisanom obliku pod prisegom ili potvrde treba potkrijepiti dodatnim dokazima, kao što su ispisi ili snimke zaslona koji prikazuju informacije relevantne za otkrivanje (npr. dizajn, datum otkrivanja itd.).
<p>Kriterij</p>	<p><i>Iznimke u pogledu dostupnosti dizajna na internetu</i></p> <p>U trenutku kad se dokaže čin otkrivanja dizajna, pretpostavlja se da je taj dizajn učinjen dostupnim javnosti. Uzimajući u obzir globalnu prirodu interneta, internetski su sadržaji općenito govoreći dostupni u cijelom svijetu.</p> <p>Samo će se u određenim okolnostima smatrati da čin otkrivanja objektivno nije postao poznat krugovima specijaliziranima za predmetni sektor koji posluju u Europskoj uniji. Razlog tomu mogu biti neka ograničenja, posebno u pogledu dostupnosti ili mogućnosti pretraživanja informacija na internetu.</p> <p>Kako bi se opovrgla pretpostavka o otkrivanju, te iznimke u pogledu dostupnosti dizajna moraju se dokazati podnošenjem odgovarajućih dokaza.</p>
<p>Zajednička praksa</p>	<p>Kad je riječ o iznimkama u pogledu dostupnosti dizajna na internetu, u Zajedničkoj praksi među ostalim se preporučuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> Općenito govoreći, ni ograničavanje pristupa na manju skupinu osoba s pomoću zaporke ni zahtijevanje plaćanja pristupa nisu prepreka tomu da dizajn koji je postao dostupan na internetskoj stranici, u aplikaciji ili na platformi za dijeljenje datoteka čini dio stanja ranijih dizajna. Ovisno o konkretnom sektoru, jezični čimbenici mogu utjecati na mogućnost specijaliziranih krugova koji posluju unutar Europske unije da saznaju za otkrivanje dizajna na internetu. Kada se procjenjuje mogućnost pretraživanja dizajna na internetu, potrebno je uzeti u obzir pitanje je li određeni izvor otkrivanja bio tehnički dostupan. Osim toga, u procjeni o tome je li bilo moguće pronaći relevantnu informaciju na internetu treba uzeti u obzir i specifične prakse ili ponašanja u uobičajenom tijeku poslovanja specijaliziranih krugova za predmetni sektor. Geografsko blokiranje također može biti čimbenik koji utječe na dostupnost internetskih informacija specijaliziranim krugovima koji posluju u Europskoj uniji. Situacije u kojima je dizajn otkriven pod eksplicitnim ili implicitnim uvjetima povjerljivosti ne podrazumijevaju otkrivanje dizajna.

3. PROVEDBA

Kao što je bio slučaj i s prethodnim zajedničkim praksama, ova Zajednička praksa stupit će na snagu u roku od tri mjeseca od datuma objavljivanja ove zajedničke komunikacije.

Provedbeni uredi mogu odlučiti objaviti dodatne informacije na svojim mrežnim mjestima.

Popis provedbenih ureda



ZAJEDNIČKA PRAKSA

**KRITERIJI ZA PROCJENU OTKRIVANJA
DIZAJNA NA INTERNETU**

TRAVNJA 2020

KRITERIJI ZA PROCJENU OTKRIVANJA DIZAJNA NA INTERNETU

1	UVOD	9
1.1	Cilj dokumenta	9
1.2	Kontekst projekta	9
1.3	Područje primjene prakse	10
2	ZAJEDNIČKA PRAKSA	11
2.1	Ključni pojmovi	11
2.2	Izvori otkrivanja dizajna	12
2.2.1	Internetske stranice	13
2.2.1.1	Platforme za e-trgovinu	13
2.2.1.2	Internetske baze podataka	13
2.2.1.3	Društveni mediji	13
2.2.2	Aplikacije	14
2.2.3	Elektronička pošta	15
2.2.4	Dijeljenje datoteka	16
2.3	Utvrđivanje relevantnog datuma otkrivanja	17
2.3.1	Datumi dobiveni s pomoću pretraživača i usluga arhiviranja internetskih stranica	17
2.3.2	Podatak računalno generiranog vremenskog žiga	22
2.3.3	Forenzički softverski alati	26
2.4	Sredstva za podnošenje dokaza s interneta	26
2.4.1	Ispisi i snimke zaslona	27
2.4.1.1	Ispisi i snimke zaslona s platformi za e-trgovinu	30
2.4.1.2	Ispisi i snimke zaslona iz internetskih baza podataka	31
2.4.2	Slike i videozapisi	33
2.4.3	Metapodatci	34
2.4.4	Adrese URL i hiperveze	35
2.4.5	Izjave u pisanom obliku	36
2.5	Iznimke u pogledu dostupnosti dizajna	36
2.5.1	Zaporke i plaćanja	38
2.5.2	Jezici i nazivi vršnih domena	38
2.5.3	Mogućnost pretraživanja	38
2.5.4	Geografsko blokiranje	39
2.5.5	Povjerljivost	39
	PRILOG: POJMOVNIK	41
	POPIS UPUĆIVANJA NA SUDSKU PRAKSU	46

1 UVOD

1.1 Cilj dokumenta

Ovim se dokumentom određuju zajednički kriteriji za procjenu otkrivanja dizajna na internetu te se pružaju preporuke u tom pogledu (dalje u tekstu „Zajednička praksa”).

Namjena mu je služiti kao referentni dokument za potrebe Ureda Europske unije za intelektualno vlasništvo (dalje u tekstu „EUIPO”), ureda za intelektualno vlasništvo država članica EU-a i Beneluksa (dalje u tekstu „uredi za intelektualno vlasništvo DČ”), drugih relevantnih tijela, udruga korisnika, podnositelja prijave, nositelja prava, zastupnika i drugih zainteresiranih osoba.

Zajednička praksa bit će dostupna širokoj javnosti i moći će joj se lako pristupiti, kako bi se ponudile jasne i sveobuhvatne smjernice za procjenu otkrivanja dizajna na internetu. Osmišljena je za opću primjenu, a njome se nastoji obuhvatiti većina slučajeva. Iako će dokaze uvijek biti potrebno ocijeniti u svakom slučaju zasebno, važno je da se pri procjeni otkrivanja dizajna na internetu u cijeloj Uniji primjenjuju isti kriteriji.

1.2 Kontekst projekta

U prosincu 2015. Europski parlament i Vijeće donijeli su paket reformi u području žiga EU-a. Paket je sadržavao dva zakonodavna prijedloga, novu Uredbu (EU) 2017/1001 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o žigu Europske unije (dalje u tekstu „Uredba” ili „Uredba o žigu EU-a”) i Direktivu (EU) 2015/2436 o žigu EU-a (dalje u tekstu „Direktiva” ili „Direktiva o žigu EU-a”), čija je svrha usklađivanje zakonodavstava država članica u području žigova. Osim novih odredbi o materijalnim i postupovnim pitanjima, tim se tekstovima uvodi čvršća pravna osnova za rad utemeljen na suradnji. U skladu s uvjetima iz članka 151. Uredbe o žigu EU-a suradnja s uredima za intelektualno vlasništvo DČ radi promicanja konvergencije praksi i alata u području žigova odnosno dizajna postala je ključna zadaća EUIPO-a, a u članku 152. Uredbe izričito se navodi da bi ta suradnja trebala uključivati razvoj zajedničkih standarda ispitivanja i uspostavljanje zajedničkih praksi.

Na temelju tog zakonodavnog okvira, Upravni odbor EUIPO-a u lipnju 2016. usuglasio se oko pokretanja Europskih projekata suradnje. Ti projekti, koji sadržavaju razne aktivnosti predviđene Uredbom o žigu EU-a, osmišljeni su tako da se temelje na prethodnim uspjesima, a da se njima istodobno poboljšavaju postupci i proširuje doseg suradnje.

Kada je riječ o području konvergencije, jedan je od projekata bio posebno namijenjen utvrđivanju i analizi potencijalnih novih inicijativa za usklađivanje. U okviru tog projekta analizirale su se prakse uređâ za intelektualno vlasništvo DČ u području žigova i dizajna kako bi se ustanovilo u kojim područjima postoje odstupanja i kako bi se, procjenom vjerojatnog učinka, izvedivosti mogućeg područja primjene, postojećih pravnih ograničenja, razine interesa korisnikâ i praktičnosti provedbe za urede za intelektualno vlasništvo, utvrdila područja u kojima bi zajednička praksa bila najkorisnija za dionike. Analiza se provodila u ciklusima, pri čemu je na temelju svakog ciklusa donesena preporuka za pokretanje novog projekta konvergencije.

Zajednička praksa opisana u ovom dokumentu odnosi se na treći projekt konvergencije koji je pokrenuo Upravni odbor, odnosno na ukupno deseti projekt. **CP10: „Kriteriji za procjenu otkrivanja dizajna na internetu”** jedan je od projekata čije je pokretanje preporučeno na temelju drugog ciklusa analize konvergencije, koji je obuhvaćao analizu praksi u području dizajna.

1.3 Područje primjene prakse

S porastom e-trgovine i trgovinskog poslovanja koje se provodi putem interneta dizajni se sve više otkrivaju preko tog komunikacijskog kanala, zbog čega se postavlja pitanje kako dokazati da je dizajn otkriven na internetu. To je posebno relevantno zbog činjenice da se sadržaj objavljen na internetu smatra općedostupnim javnosti.

Projekt CP10 pokrenut je 2017. godine s ciljem postizanja jasno određenog, dosljednog i usklađenog procjenjivanja dokaza o otkrivanju dizajna na internetu.

Radna skupina za projekt, koju su činili predstavnici šest ureda za intelektualno vlasništvo DČ, EUIPO-a i triju udruga korisnika te predstavnik Europskog patentnog ureda (dalje u tekstu „EPO”), temeljito su radili na izradi načelâ zajedničke prakse na temelju ustaljene sudske prakse i postojećih praksi te s obzirom na povratne informacije primljene od ureda za intelektualno vlasništvo DČ i onih koje nisu DČ te od udruga korisnika.

Rezultat je tog rada skup kriterija za procjenu otkrivanja dizajna na internetu i preporuke povezane s time. Zajednička praksa obuhvaća aspekte od vrsta dokaza koji su prihvatljivi za iznošenje informacija dobivenih na internetu do konkretnih preporuka povezanih s podnošenjem dokaza dobivenih sa stranica društvenih medija, internetskih medija, aplikacija ili iz drugih internetskih izvora.

Pritom se slijedi opća pretpostavka prema kojoj se smatra da je dizajn bio učinjen dostupnim javnosti ako je objavljen slijedom registracije ili izložen, upotrijebljen u trgovini ili otkriven na drugi način, a uzimaju se u obzir i postojeće iznimke u pogledu dostupnosti dizajna na internetu. Kada je to bilo moguće, pri sastavljanju ovog dokumenta u obzir su se uzele nove tehnologije i tehnologije u nastajanju.

U praktičnom smislu, Zajednička praksa pruža kriterije za procjenu otkrivanja dizajna na internetu te preporuke o sljedećim aspektima:

- mogućim izvorima otkrivanja dizajna na internetu
- vrstama dokaza kojima se može dokazati otkrivanje dizajna na internetu
- različitim sredstvima za utvrđivanje datuma otkrivanja
- iznimkama u pogledu dostupnosti dizajna na internetu.

Zajednička praksa treba se primjenjivati neovisno o posebnim postupcima (npr. ispitivanje novosti dizajna po službenoj dužnosti, postupak za proglašavanje ništavosti) ili statusu dizajna (je li riječ o registriranom ili neregistriranom dizajnu). Stoga bi mogla služiti i kao izvor smjernica dizajnerima ili drugim nositeljima prava pri otkrivanju njihovih dizajna na internetu ili dokazivanju takvog otkrivanja.

Međutim, treba napomenuti da ovim projektom nije obuhvaćena ocjena koncepta „specijaliziranih krugova za predmetni sektor” koji je predviđen u članku 6. Direktive 98/71/EZ o pravnoj zaštiti dizajna (dalje u tekstu „Direktiva o dizajnu”).

Na kraju dokumenta nalazi se pojmovnik (Prilog) u kojem se definiraju pojmovi korišteni u ovoj Zajedničkoj praksi. Odgovarajući pojmovi sadržani u tekstu podcrtani su i ispisani fontom plave boje te su povezani s pojmovnikom¹.

¹ Čitatelj koji dokument čita u digitalnom obliku može pristupiti odgovarajućoj definiciji na način da istodobno pritisne

2 ZAJEDNIČKA PRAKSA

2.1 Ključni pojmovi

[Dizajn](#) se štiti ako je nov i ima individualan karakter². Smatra se novim ako nijedan istovjetan dizajn nije prije bio učinjen dostupnim javnosti, a za njega se smatra da ima individualan karakter ako se ukupni dojam koji ostavlja na upućenog korisnika razlikuje od ukupnog dojma koji na takvog korisnika ostavlja bilo koji dizajn ranije dostupan javnosti³. Stoga otkrivanje dizajna može biti relevantno kada se ocjenjuje ispunjava li taj dizajn uvjete za zaštitu.

Kada se procjenjuje je li dizajn otkriven na [internetu](#), u obzir se mora uzeti standardni test u dva koraka utvrđen u članku 6. stavku 1. Direktive o dizajnu. Točnije, dizajn se smatra dostupnim javnosti (i) ako je bio objavljen slijedom registracije ili na drugi način, ili izložen, upotrijebljen u trgovini ili otkriven na drugi način, (ii) osim ako ti događaji iz opravdanih razloga nisu mogli biti poznati u redovitom poslovanju poslovnim krugovima specijaliziranim u dotičnom sektoru, koji posluje u Europskoj uniji⁴.

Osim toga, mogu se primjenjivati dodatne iznimke iz članka 6. Direktive o dizajnu te se tada dizajn neće smatrati dostupnim javnosti, i to ako je otkriven (i) pod uvjetima povjerljivosti; (ii) od strane [dizajnera](#), njegova pravnoga sljednika ili treće osobe kao rezultat danih podataka ili aktivnosti poduzetih od strane dizajnera ili njegova pravnoga sljednika tijekom 12-mjesečnog razdoblja prije datuma podnošenja prijave za njegovu registraciju ili datuma priznatog prvenstva; (iii) kao posljedica zlouporabe na štetu dizajnera.

Opća je pretpostavka da je dizajn postao dostupan javnosti ako se utvrdi postojanje čina otkrivanja dizajna, osim ako se ne pokaže da je potrebno primijeniti prethodno navedene iznimke.

Kada se procjenjuje je li došlo do čina otkrivanja dizajna na internetu, potrebno je uzeti u obzir sljedeća tri ključna aspekta:

(i) *Izvor otkrivanja dizajna na internetu*

Općenito govoreći, dizajn se može otkriti bilo gdje u svijetu, među ostalim na internetu⁵. Kada se procjenjuje je li dizajn otkriven na internetu, u obzir treba uzeti sljedeće:

- moguće izvore otkrivanja dizajna, npr. [internetske stranice](#), sustave za dijeljenje datoteka itd.
- posebnosti izvora u kojem je otkriven.

tipku „Ctrl” i mišem klikne na označeni pojam. Za povratak na odgovarajuće mjesto u tekstu čitatelj na tipkovnici treba pritisnuti tipke „Alt” i „Left”.

² Članak 3. stavak 2. [Direktive 98/71/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 13. listopada 1998. o pravnoj zaštiti dizajna](#)

³ Članci 4. i 5. Direktive 98/71/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 13. listopada 1998. o pravnoj zaštiti dizajna.

⁴ 14. 3. 2018., T-651/16, Obuća, EU:T:2018:137, t. 48.

⁵ 13. 2. 2014., C-479/12, Vrtni namještaj, EU:C:2014:75, t. 33.

(ii) Otkriveni dizajn

Dizajn otkriven na internetu obuhvaćen je stanjem ranijih dizajna. Opće je pravilo da je nevažno je li dizajn otkriven kao žig, djelo zaštićeno autorskim pravom, patent, uporabni model ili na neki drugi način⁶.

Internet pruža brojne mogućnosti za dokazivanje otkrivanja dizajna. U tom pogledu treba uzeti u obzir sljedeće aspekte:

- način pribavljanja dokaza s interneta (npr. [ispis](#), [hiperveza](#), afidavit itd.)
- prikazivanje i identifikaciju otkrivenog dizajna u dokazima s interneta.

(iii) Datum otkrivanja dizajna na internetu

Kada se procjenjuje je li dizajn otkriven na internetu, ključno je utvrditi na koji je datum dizajn postao dostupan javnosti (dalje u tekstu „relevantni datum”).

Dokazivanje relevantnog datuma može otvoriti brojna pitanja, osobito:

- kako utvrditi relevantni datum kada se u internetskom izvoru ne navodi nikakav datum
- koji je relevantni datum otkrivanja kada dokazi upućuju na više datuma
- kako utvrditi relevantni datum kada se datum navodi kao razdoblje (npr. broj minuta, sati, dana, tjedana ili mjeseci) proteklo od objave informacija (relativni datum), a ne točan datum i vrijeme (apsolutni datum).

2.2 Izvori otkrivanja dizajna

Kao što je predviđeno u članku 6. stavku 1. Direktive o dizajnu, dizajn se smatra dostupnim javnosti ako je bio objavljen slijedom registracije ili na drugi način, ili izložen, upotrijebljen u trgovini ili otkriven na drugi način.

Treba napomenuti da se u prethodno navedenoj odredbi samo navode primjeri mogućih događaja otkrivanja dizajna („objavljen slijedom registracije ili na drugi način”, „izložen”, „upotrijebljen u trgovini”), ali ne i konačan popis takvih događaja („otkriven na drugi način”). Osim toga, ne postoji ograničenje prema kojem dizajn treba biti otkriven na određenom mjestu da bi se smatralo da je postao dostupan javnosti.

Najčešći izvori otkrivanja dizajna na internetu su:

- mrežna mjesta (internetske stranice)
- [aplikacije](#)
- [elektronička pošta](#)
- [sustavi za dijeljenje datoteka](#).

Izvor otkrivanja dizajna na internetu mora se na odgovarajući način utvrditi u podnesenim dokazima.

⁶ 21. 5. 2015., T-22/13 i T-23/13, Kišobrani, EU:T:2015:310, t. 24.

Treba uzeti u obzir činjenicu da se način podnošenja podataka dobivenih iz prethodno navedenih izvora može razlikovati pa će se ti izvori u odjeljcima u nastavku razmatrati zasebno.

2.2.1 Internetske stranice

Na internetu su dostupne razne internetske stranice, uključujući privatne, korporacijske, institucijske i organizacijske internetske stranice. Sljedeće vrste internetskih stranica istaknute su zbog posebnosti tih stranica u ocjenjivanju njihova sadržaja u svrhu otkrivanja dizajna:

- [platforme za e-trgovinu](#)
- [internetske baze podataka](#)
- [društveni mediji](#).

2.2.1.1 Platforme za e-trgovinu

Zbog stalnog rasta e-trgovine mijenjaju se trgovačke navike, posebno u maloprodajnom sektoru. Mnoge postojeće internetske stranice namijenjene su različitim oblicima e-trgovine kao što su internetska maloprodaja, internetske dražbe, internetska tržišta i oglašavanje na internetu.

Prodaja proizvoda u e-trgovini ili prikazivanje proizvoda u internetskom katalogu općenito se smatra činom otkrivanja dizajna koji taj proizvod sadržava. U praksi sve veći broj dizajna postaje dostupan javnosti njihovim prikazivanjem na internetskim stranicama koje su namijenjene e-trgovini.

2.2.1.2 Internetske baze podataka

Za potrebe ovog dokumenta internetske baze podataka smatraju se onim bazama podataka koje sadržavaju informacije o pravima intelektualnog vlasništva relevantne za procjenu otkrivanja dizajna. Tim bazama podataka mogu upravljati javna tijela ili privatni subjekti.

Objava dizajna u bazi podataka kojom upravlja javno tijelo predstavlja otkrivanje dizajna koje se u načelu ne može odbaciti na temelju iznimki u pogledu dostupnosti, koje se obrađuju u poglavlju 2.5. ovog dokumenta. To primjerice uključuje internetske publikacije uređâ za intelektualno vlasništvo o registraciji dizajna, žiga ili patenta⁷.

S druge strane, procjena otkrivanja dizajna u bazi podataka kojom upravlja privatni subjekt ne razlikuje se od one koja se odnosi na internetske stranice općenito.

2.2.1.3 Društveni mediji

[Internetski mediji](#) znatno su promijenili način na koji se informacije stvaraju i dijele. Na internetu su dostupne brojne usluge internetskih medija. Usluge internetskih medija najrelevantnije za potrebe otkrivanja dizajna povezane su s društvenim medijima, posebno društvenim umrežavanjem, [blogovima](#) i [videoblogovima](#).

⁷ 16. 12. 2010., T-513/09, Ornamentación, EU:T:2010:541, t. 20.; 15. 10. 2015., T-251/14, Dio za vrata, EU:T:2015:780, t. 22.

Društvenim medijima uvelike se koriste dizajneri kako bi podijelili svoj rad, kao i poduzeća kako bi predstavila nove proizvode i drugo.

Jedno od ključnih obilježja društvenih medija jest činjenica da njihov sadržaj stvaraju korisnici i da širenje informacija na njima može biti vrlo brzo i opsežno. Kada se procjenjuje je li dizajn otkriven u okviru raznih usluga društvenih medija, relevantni aspekti mogu biti njihova namjena ili priroda. Osim toga, neke usluge društvenih medija omogućuju dohvaćanje povijesnih informacija ili čak traženje sadržaja. U drugim slučajevima sadržaj može biti dostupan samo kratko vrijeme.

Treba napomenuti da se preporuke u nastavku, osim na spomenute vrste internetskih stranica, mogu primjenjivati i na druge internetske stranice koje se posebno ne razmatraju u ovoj Zajedničkoj praksi.

Preporuke:

- *Dokaze s internetskih stranica treba iznijeti kao ispis ili [snimku zaslona](#) s relevantnim informacijama.*
- *U podnesenim dokazima mora biti prikazana jasna slika odgovarajućeg dizajna na kojoj se mogu vidjeti njegova obilježja, datum otkrivanja i adresa [URL](#).*
- *Ako su informacije preuzete u obliku ispisa, datumom otkrivanja smatrat će se [datum ispisa](#), osim ako se na temelju sadržaja dokumenta ili bilo kojeg drugog dokaza može utvrditi raniji relevantni datum.*
- *Kada se procjenjuju dokazi otkrivanja dizajna s određenih internetskih stranica (npr. internetske trgovine, stranice društvenih medija), za procjenu o dostupnosti dizajna mogu biti relevantne informacije o namjeni i glavnim značajkama predmetnih internetskih stranica.*

2.2.2 Aplikacije

Velik dio aktivnosti na internetu podrazumijeva uporabu aplikacija (npr. internetska maloprodaja, internetske dražbe, društveno umrežavanje, trenutačna razmjena poruka itd.). Stoga taj medij treba uzeti u obzir za potrebe procjene o tome je li dizajn otkriven.

Treba napomenuti da i neke internetske stranice imaju [aplikacijsku verziju](#). Naime, uobičajena je praksa da vlasnici internetskih stranica izrade aplikacijsku verziju svojih internetskih stranica kako bi se tim stranicama moglo lakše pristupiti na mobilnim uređajima.

Kad je riječ o otkrivanju dizajna, aplikacije i internetske stranice mogu pružiti iste relevantne sadržaje (datum, dizajn) na relativno sličan način. Stoga se aplikacije i internetske stranice ne razlikuju ponajprije s obzirom na sam sadržaj, već s obzirom na način iznošenja relevantnih informacija.

Otkrivanje dizajna u aplikacijama koje ne postoje u obliku internetskih stranica može biti teško dokazati, posebno zbog sljedećih razloga:

- teškoće pribavljanja dokaza o otkrivanju dizajna putem aplikacije kada je informacija prikazana privremeno i moguće je da se nakon određenog vremena više neće moći dohvatiti

- ograničenog kapaciteta [usluga arhiviranja internetskih stranica](#) za bilježenje povijesnih podataka iz aplikacija
- ograničene mogućnosti da se informacije vidljive u aplikaciji prikažu u ispisanom verziji.

Preporuke:

- *Kada aplikacija postoji i u obliku internetskih stranica, preporučuje se da se relevantne informacije preuzmu s internetskih stranica.*
- *Ako aplikacija ne postoji u obliku internetskih stranica, kao dokaz se može upotrijebiti snimka zaslona mobilnog uređaja.*
- *Kada se relevantne informacije iznose kao snimka zaslona dobivena iz aplikacije, datum otkrivanja smatrat će se datum na koji je napravljena snimka zaslona, osim ako se na temelju sadržaja same snimke zaslona ili bilo kojeg drugog dokaza može utvrditi raniji relevantni datum.*
- *Kada se procjenjuju dokazi otkrivanja dizajna dobiveni iz određenih aplikacija (npr. one koje se koriste za kupnju, društvene medije itd.), za procjenu o dostupnosti dizajna mogu biti relevantne informacije o namjeni i glavnim značajkama predmetne aplikacije.*

2.2.3 Elektronička pošta

I elektroničke poruke (dalje u tekstu „e-poruke”) mogu biti izvor otkrivanja dizajna na internetu. E-poruke uobičajeno se smatraju privatnom korespondencijom. Međutim, e-poruke se uvelike koriste i u e-trgovini.

E-poruka namijenjena promidžbi proizvoda, pa i ako je upućena ograničenoj skupini osoba, ne treba se smatrati privatnom korespondencijom. Primjerice, e-poruka koju proizvođač određenog proizvoda pošalje određenim trgovcima na malo s ponudom za stavljanje tog proizvoda na tržište obično se smatra činom otkrivanja dizajna koji sadržava taj proizvod. Stoga, kada se procjenjuje je li dizajn otkriven putem e-poruka, treba uzeti u obzir sadržaj e-poruke, a ne njezin oblik⁸.

Usto, uobičajeni podatci u e-porukama mogu sadržavati važne naznake za procjenu o tome je li dizajn otkriven. Primjerice, prema datumu slanja ili primitka moglo bi se utvrditi kada se dogodio čin otkrivanja, a na temelju adresa primatelja moglo bi se utvrditi je li komunikacija bila usmjerena na pripadnike predmetnih specijaliziranih krugova.

Treba napomenuti da e-poruke obično sadržavaju izjave o povjerljivosti. Međutim, njihovu pravnu učinkovitost treba oprezno ocijeniti. Sadržaj, primatelji i svrha e-poruka, na primjer, mogu utjecati na vjerodostojnost takvih izjava (vidjeti poglavlje 2.5.5.).

Preporuke:

- *Dokazi o komunikaciji putem e-poruka po mogućnosti trebaju sadržavati prikaz dizajna, osobito ako je poslan u prilogu.*

⁸ 27. 2. 2018., T-166/15, Navlaka za mobilni telefon, EU:T:2018:100, t. 93.

- *Potrebno je jasno navesti datum relevantan za procjenu o otkrivanju dizajna, osobito ako se u e-poruci navodi više datuma.*
- *Treba uzeti u obzir primatelje e-poruke i njezinu svrhu jer to može upućivati na to je li poruka bila namijenjena krugovima specijaliziranim za predmetni sektor. Čak i ako je popis primatelja skriven, sam bi sadržaj e-poruke mogao pomoći da se utvrdi je li bila namijenjena privatnoj komunikaciji ili je zapravo imala širu ciljnu publiku⁹.*
- *Vjerodostojnost izjave o povjerljivosti u e-poruci treba ocijeniti s obzirom na sadržaj, primatelje i svrhu e-poruke.*

2.2.4 Dijeljenje datoteka

Kada se datoteka koja sadržava dizajn učini dostupnom preko sustava za [dijeljenje datoteka](#), to je u načelu čin otkrivanja dizajna.

Za potrebe ovog dokumenta u obzir se uzimaju dvije od najčešćih usluga dijeljenja datoteka, i to [dijeljenje datoteka putem mreže P2P \(engl. „peer to peer”\)](#) i [dijeljenje datoteka preko poslužitelja](#).

Te su usluge slične s obzirom na to da se u oba slučaja datoteke dostupne za preuzimanje dodaju na platformu za dijeljenje te ih korisnici mogu preuzeti preko njihovih hiperveza.

Osnovna je razlika između njih ponajprije tehničke prirode. U slučaju dijeljenja datoteka putem mreže P2P, datoteke se izravno preuzimaju s računala jednog korisnika na računalo drugog korisnika, dok se u slučaju dijeljenja datoteka preko poslužitelja te datoteke prvo trebaju učitati na platformu za dijeljenje.

Treba napomenuti da sadržaj datoteka koje se dijele preko bilo kojeg od prethodno navedenih sustava u pravilu nije vidljiv korisnicima dok se datoteke ne preuzmu i otvore. Stoga pri procjeni o tome je li dizajn otkriven preko sustava za dijeljenje datoteka u obzir treba uzeti dva ključna aspekta:

- uspostavljanje veze između sadržaja datoteke koja sadržava dizajn i upućivanja na tu datoteku u sustavu za dijeljenje datoteka
- utvrđivanje relevantnog datuma.

Da bi se dokazalo otkrivanje dizajna preko sustava za dijeljenje datoteka, nije dovoljno samo podnijeti ispis s platforme na kojem je prikazana indeksirana datoteka. Potrebno je uspostaviti poveznicu između indeksa datoteke i njezina sadržaja.

Dokazi trebaju upućivati i na datum otkrivanja. Općenito se datumom otkrivanja smatra datum na koji je datoteka postala dostupna za dijeljenje, osim ako se dokaže da preko predmetne hiperveze u stvarnosti nije preuzeta nijedna datoteka.

U slučaju da datum na koji je datoteka postala dostupna nije naveden, relevantnim datumom smatrat će se datum na koji je datoteka zapravo preuzeta.

⁹ 27. 2. 2018., T-166/15, Navlaka za mobilni telefon, EU:T:2018:100, t. 93.

Treba napomenuti da ograničenje pristupa određenim sustavima za dijeljenje datoteka [zaporkom](#) ili obveza [plaćanja](#) naknade za pristup takvim sustavima u načelu ne sprječavaju mogućnost da se dizajn smatra otkrivenim (vidjeti poglavlje 2.5.1.).

Preporuke:

- *Kada se dokazuje otkrivanje dizajna preko sustava za dijeljenje datoteka, preporučuje se da se podnese svaki dodatan dostupan dokaz, kao što su e-poruke kojima se korisnike obavještava o učitavanju nove datoteke i drugo.*
- *Ako datum učitavanja datoteke na platformu nije dostupan, relevantni bi se datum mogao dokazati tako da se prikaže datum na koji je korisnik zapravo preuzeo datoteku.*
- *Kako bi se dokazalo postojanje veze između sadržaja datoteke i njezine reference za potrebe indeksiranja navedene na platformi, može se koristiti računalno generirani vremenski žig (vidjeti poglavlje 2.3.2.) ili usluge javnog bilježnika.*

2.3 Utvrđivanje relevantnog datuma otkrivanja

Drugi je nužan kriterij za procjenu o otkrivanju dizajna utvrđivanje datuma otkrivanja, odnosno datuma na koji je dizajn postao dostupan javnosti.

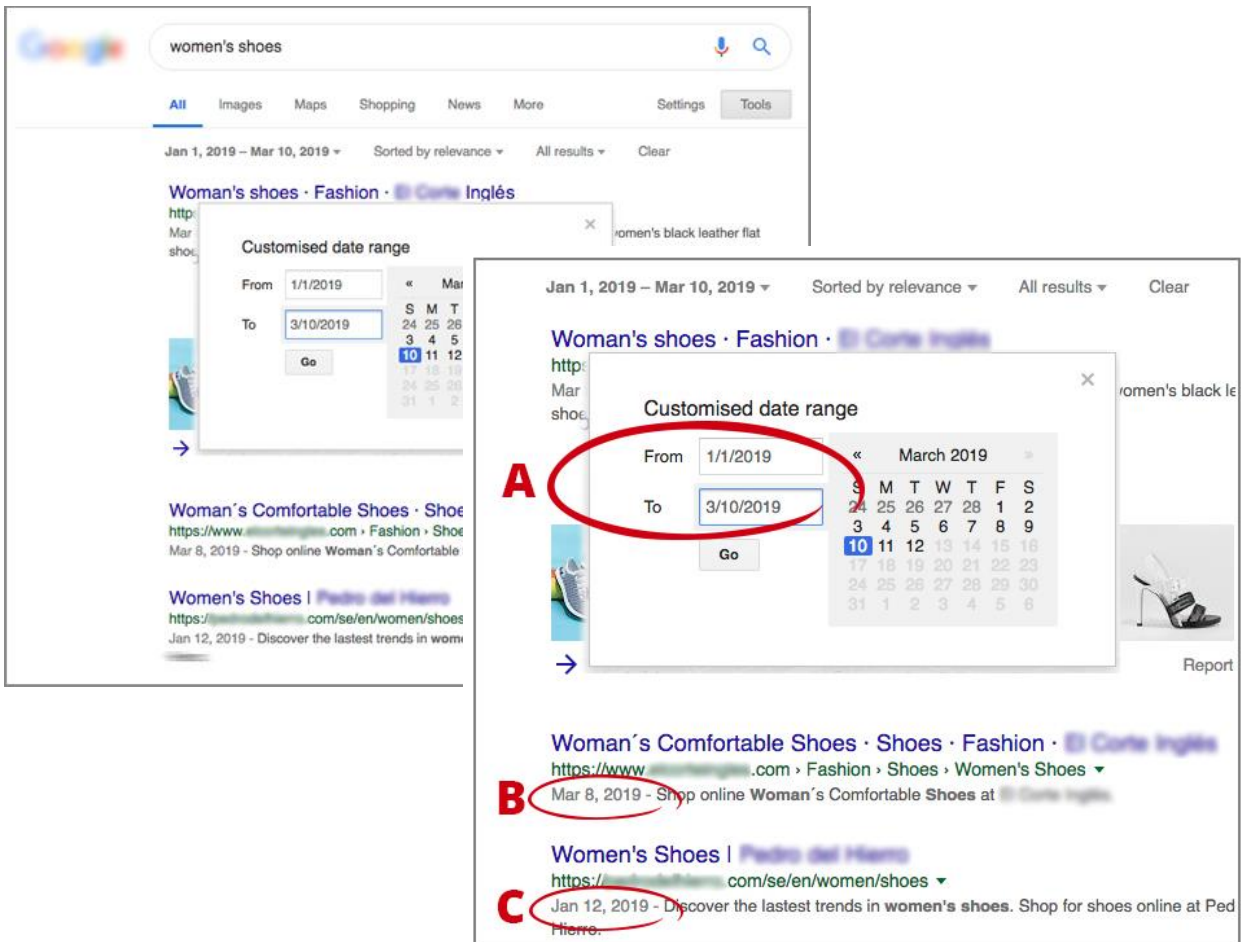
U prethodnom poglavlju o izvorima otkrivanja dizajna na internetu riječ je o aspektima koje treba uzeti u obzir kada se utvrđuje relevantni datum iz svakog pojedinačnog izvora u kojem može doći do čina otkrivanja dizajna. U ovom se poglavlju pak daje nepotpun popis *alata* s pomoću kojih se može utvrditi datum na koji je dizajn postao dostupan na internetu.

2.3.1 Datumi dobiveni s pomoću pretraživača i usluga arhiviranja internetskih stranica

Datum otkrivanja može se utvrditi s pomoću relevantnih podataka koje pružaju [pretraživači](#) i usluge arhiviranja internetskih stranica.

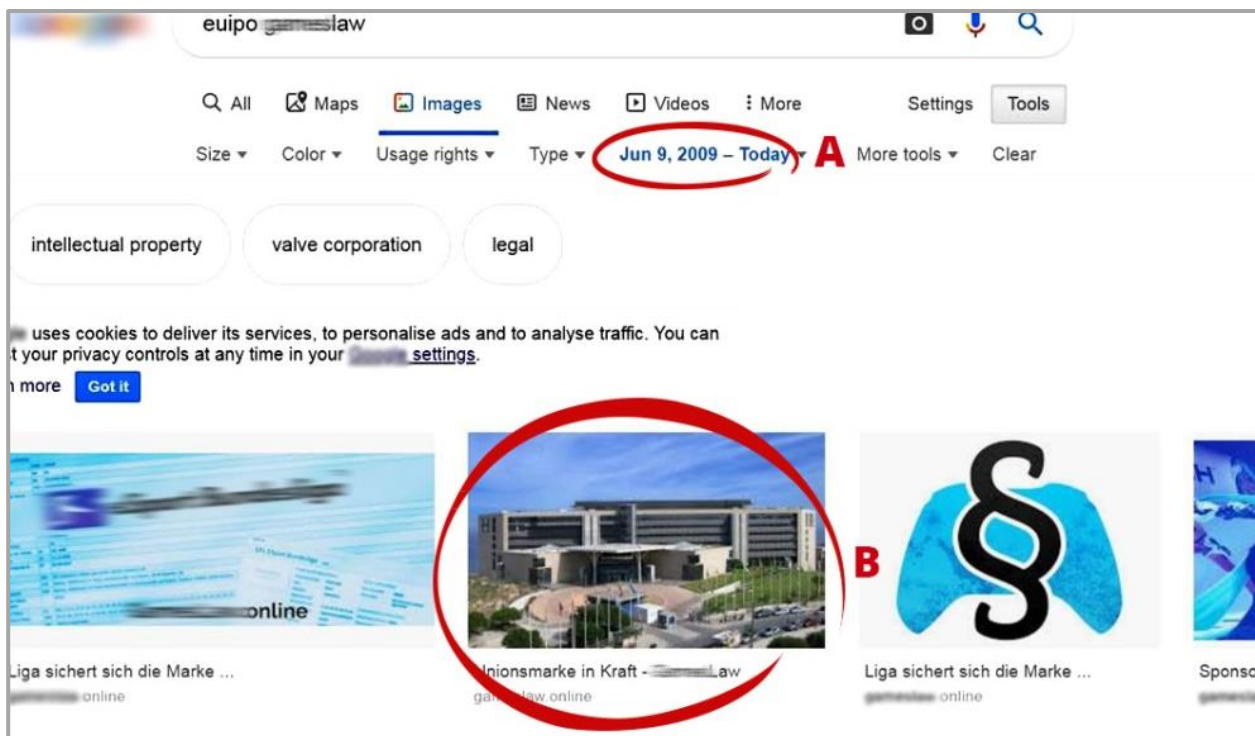
Pretraživači omogućuju korisnicima pretraživanje informacija u određenom vremenskom okviru (vidjeti naznaku „A” u primjeru 1)¹⁰. Dobiveni rezultati mogu biti preliminarna naznaka o datumu na koji je određen sadržaj postao dostupan na internetu. Međutim, kako bi se dokazalo otkrivanje dizajna, relevantni datum treba potkrijepiti dodatnim informacijama, u idealnom slučaju datumima iz sadržaja konkretnih internetskih stranica navedenih u rezultatima pretraživanja.

¹⁰ Neki pretraživači privremeno pohranjuju informacije s internetskih stranica, odnosno spremaju ih u [predmemoriju](#) (engl. „cache”). To se radi s pomoću programa za indeksiranje (engl. „web crawler”), koji pregledava internet, posjećuje sve dostupne internetske stranice i informacije o tim stranicama (kao što je datum objave ili izrade internetskih stranica ili njihova sadržaja) pohranjuje u indeks.

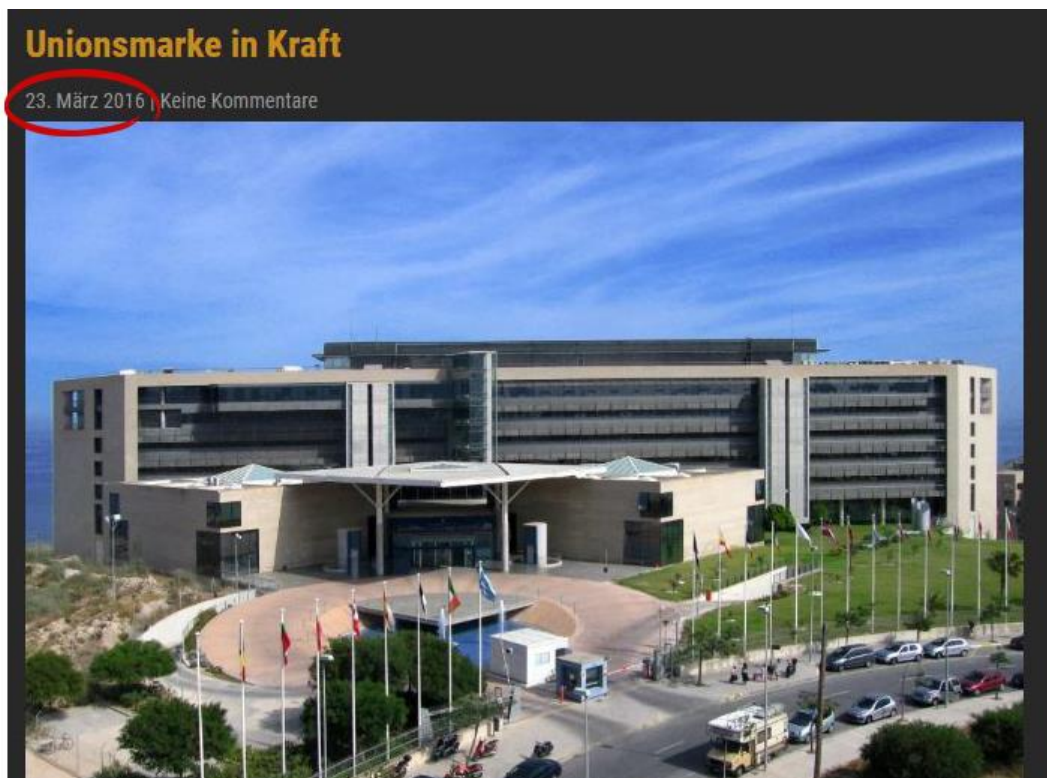


Primjer 1

Pretraživačima se treba oprezno koristiti zbog ograničenja koja se navode u nastavku. Prvo, kada se vrši pretraga za određeno vremensko razdoblje (vidjeti naznaku „A” u primjeru 2), dobiveni datum nije nužno datum objave relevantnog sadržaja (vidjeti naznaku „C” u primjeru 2), već to može biti datum na koji je alat pohranio u predmemoriju ili zabilježio određene internetske stranice (vidjeti naznaku „B” u primjeru 2). Drugo, sadržaj internetskih stranica na kojima se prikazuje dizajn možda se ne odnosi na prikazani datum, nego na najnoviju verziju tih internetskih stranica.



Kada pristupite odgovarajućim internetskim stranicama na kojima se nalazi slika, uočavate da je datum otkrivanja slike 23. svibnja 2016.



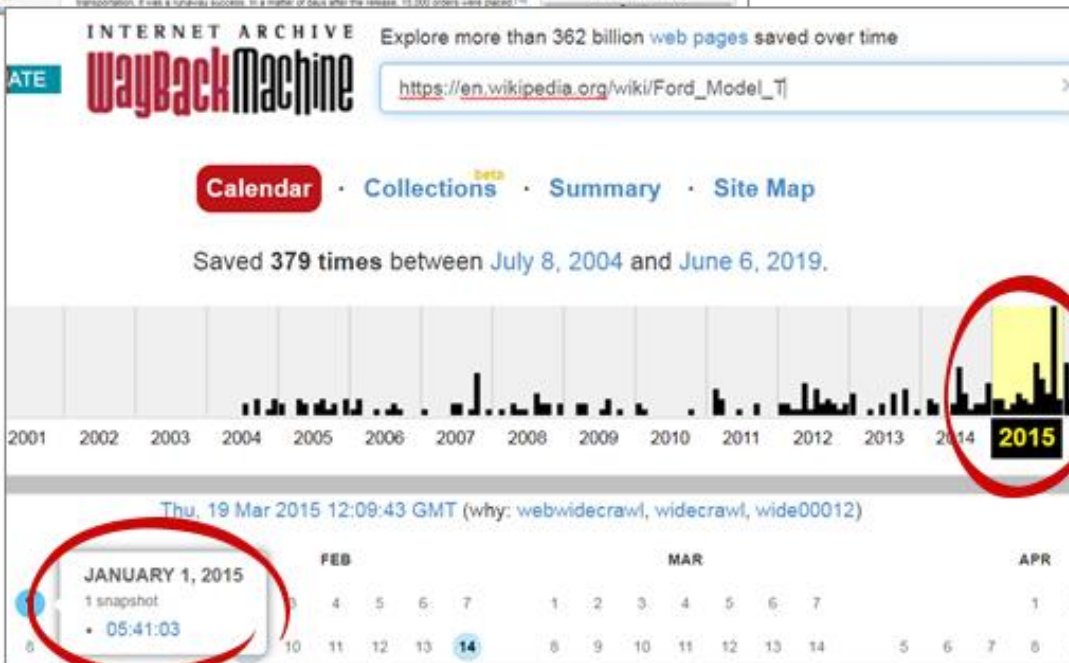
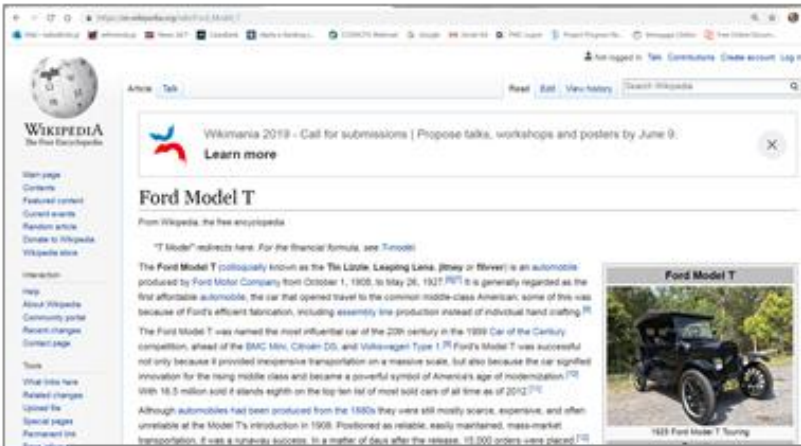
Primjer 2

Suprotno tomu, usluge arhiviranja internetskih stranica (kao što su usluge arhiva [WayBack Machine](#)) mogu predstavljati vrijedan alat u dokazivanju datuma otkrivanja.

One omogućuju pristup arhiviranim internetskim stranicama ili njihovim dijelovima u obliku u kojem su se pojavile u određenom trenutku (u kojem su „zabilježene”) (vidjeti naznaku „A” u primjeru 3). Arhivi internetskih stranica osim toga omogućuju i pregledavanje tih stranica i kretanje po njima.

Međutim, pri procjenjivanju dokaza dobivenih s pomoću usluga arhiviranja internetskih stranica u obzir treba uzeti sljedeće aspekte:

- ograničen pristup sadržaju internetskih stranica. Primjerice, katkad nije moguće arhiviranje sadržaja zaštićenog zaporkom ili vlasnici internetskih stranica sustavima za arhiviranje blokiraju pristup sadržaju tih stranica ([standard za isključivanje robota](#));
- uklanjanje sadržaja. Vlasnici internetskih stranica imaju pravo zatražiti uklanjanje arhiviranih sadržaja;
- povremena ažuriranja. Internetske stranice ne arhiviraju se svaki put nakon ažuriranja ili izmjena, već samo kada ih pregledavaju [programi za indeksiranje](#). To pak ovisi o posjećenosti internetskih stranica.



A



Primjer 3

Preporuke:

- *Preporučuje se da se za potrebe dokazivanja otkrivanja dizajna koriste usluge arhiviranja internetskih stranica, a ne usluge pretraživača.*
- *Pri kretanju po arhiviranim internetskim stranicama važno je uzeti u obzir da se različiti dijelovi takvih internetskih stranica mogu odnositi na različite datume.*

2.3.2 Podatak računalno generiranog vremenskog žiga

[Elektronički vremenski žig](#) povezuje određenu datoteku, poruku, transakciju, sliku itd. s točnim vremenom i na taj način pruža dokaz da je predmetni sadržaj postojao u određenom trenutku.

Dostupne su razne usluge izdavanja [vremenskih žigova](#). Neke je od njih Europska komisija priznala kao usklađene sa zahtjevima Uredbe (EU) br. 910/2014 o elektroničkoj identifikaciji i uslugama povjerenja za elektroničke transakcije na unutarnjem tržištu (dalje u tekstu „Uredba o elektroničkoj identifikaciji”¹¹). Pružatelji tih usluga mogu izdati [kvalificirane elektroničke vremenske žigove](#).

Europska komisija objavila je europski popis [kvalificiranih izdavatelja vremenskih žigova](#)¹².

Kvalificirani vremenski žig koji je izdala jedna država članica priznaje se kao takav u svim državama članicama. Osim toga, za takav se vremenski žig predmnijeva točnost datuma i vremena koje pokazuje te cjelovitost podataka s kojima su taj datum i vrijeme povezani¹³.

Vremenskim žigom zaštićuje se sadržaj na snimci zaslona ili u ispisu (vidjeti naznake „A” u primjerima 4 i 5) kako ne bi kasnije bio izmijenjen ili uklonjen iz prvotnog izvora. Usto, ta vrsta dokaza ne podliježe teritorijalnim ograničenjima.

Kada se za određene internetske stranice zatraži vremenski žig, pružatelj usluge izdaje certifikat kojim se potvrđuje sadržaj za koji se pruža vremenski žig, tj. adresa URL i datum, koji je povezan s tim internetskim stranicama u trenutku stavljanja vremenskog žiga (vidjeti naznaku „A” u primjeru 5 i naznake „A” i „B” u primjeru 6).

Vremenski žig može se staviti na statične internetske stranice, kao i na sesije pregledavanja.

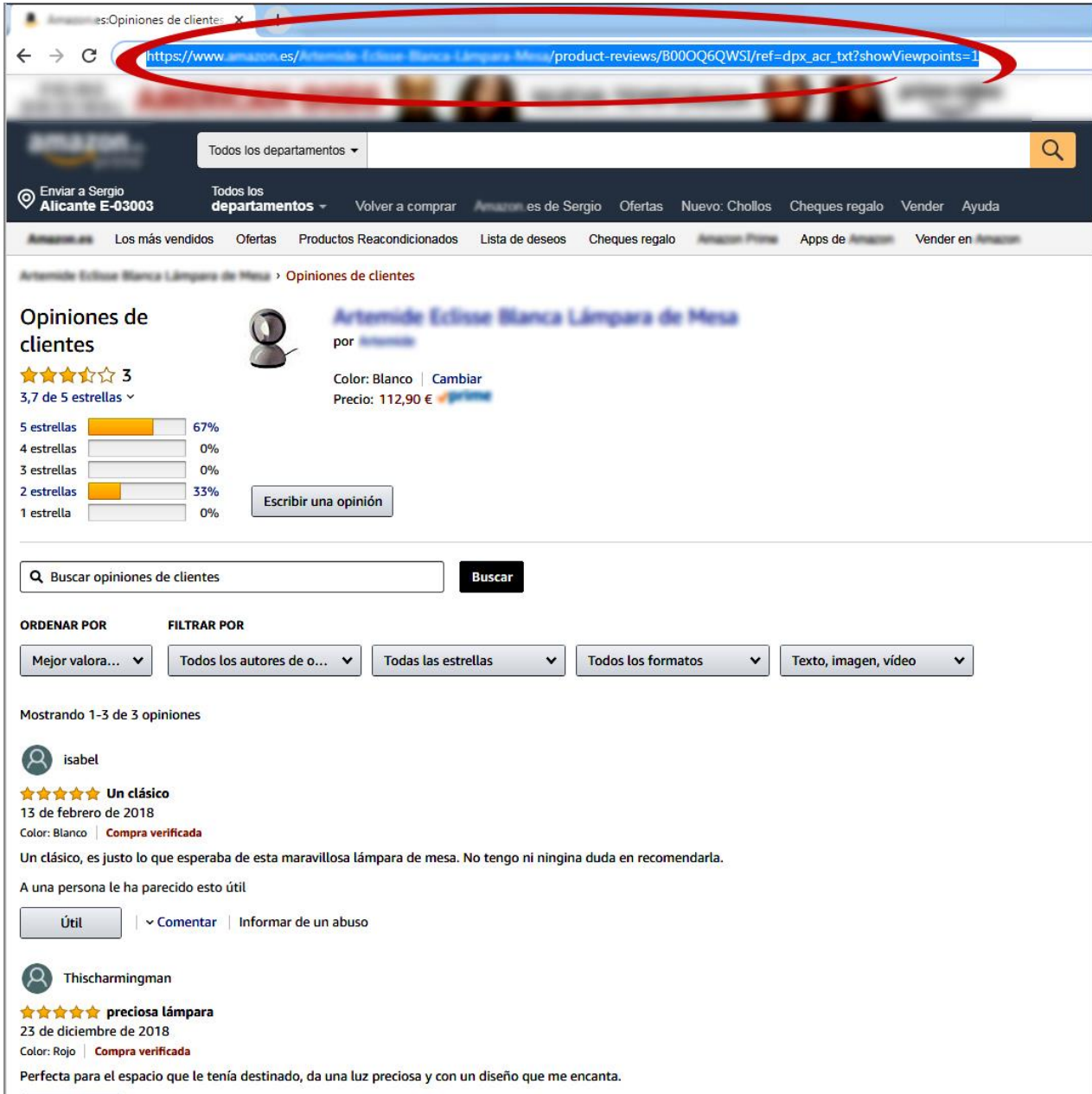
Kada se vremenski žig stavlja na statične internetske stranice, izdavatelj vremenskog žiga izdaje digitalni certifikat koji prikazuje sadržaj vidljiv na određenom URL-u u određenom trenutku uz navođenje točnog datuma i vremena. Tom vrstom vremenskog žiga jamči se da podnesena snimka zaslona nije izmijenjena, s obzirom na to da certifikat, koji nosi digitalni potpis i vremenski žig, u prilogu sadržava vizualne informacije dobivene preko URL-a i koda HTML.

¹¹ [Uredba \(EU\) br. 910/2014 o elektroničkoj identifikaciji i uslugama povjerenja za elektroničke transakcije na unutarnjem tržištu \(Uredba o elektroničkoj identifikaciji\)](#). Donesena je 23. srpnja 2014., a njome je stavljena izvan snage Direktiva 1999/93/EZ.

¹² Pouzdani popis: <https://webgate.ec.europa.eu/tl-browser/#/>

¹³ Članak 41. Uredbe br. 910/2014 o elektroničkoj identifikaciji.

Stavljanje vremenskog žiga na statične internetske stranice

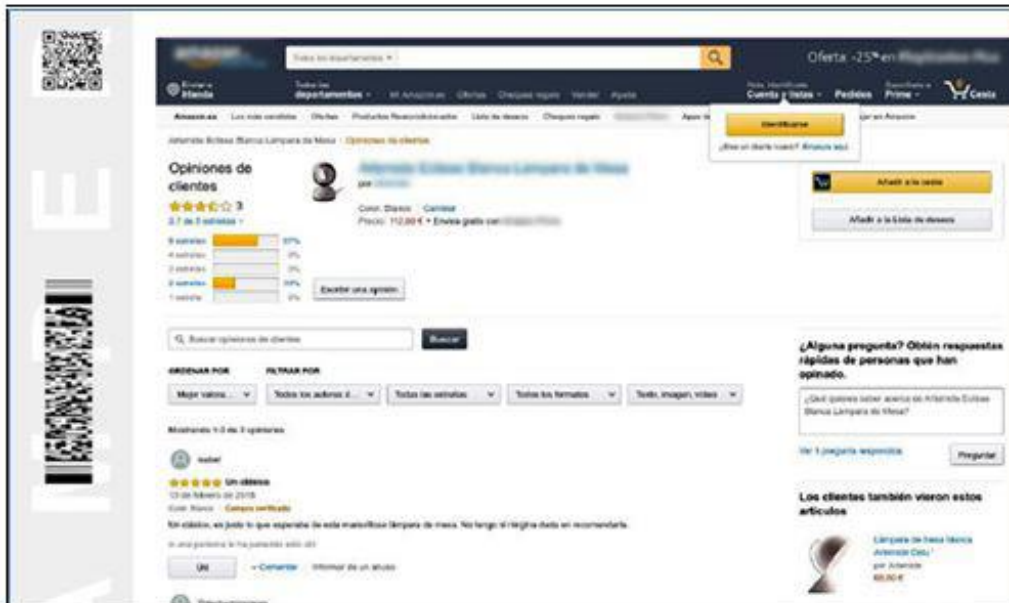


The screenshot shows a web browser window with the Amazon Spain website. The address bar contains the URL: https://www.amazon.es/Artemide-Eclisse-Blanca-Lámpara-de-Mesa/product-reviews/B00OQ6QWSI/ref=dpx_acr_txt?showViewpoints=1. The page title is 'Opiniones de clientes' (Customer Reviews). The product is 'Artemide Eclisse Blanca Lámpara de Mesa' with a price of 112,90 €. The reviews section shows a 3.7-star rating from 5 stars, with a bar chart indicating 67% for 5 stars, 0% for 4 stars, 0% for 3 stars, 33% for 2 stars, and 0% for 1 star. Two reviews are visible: one by 'isabel' (5 stars, 'Un clásico') and one by 'Thischarmingman' (5 stars, 'preciosa lámpara').

A

Primjer 4

Stavljanje vremenskog žiga na statične internetske stranice: certifikat



This is the information provided by the address https://www.amazon.es/Artemide-Eclisse-Blanca-L%C3%A1mpara-Mesa/product-reviews/B00OQ6QWSI/ref=dpx_acr_txt?showViewpoints=1, responding from IP address 216.137.57.191, when queried on Mar 15, 2019 6:32:25 PM (UTC) from the IP address 54.247.116.13.

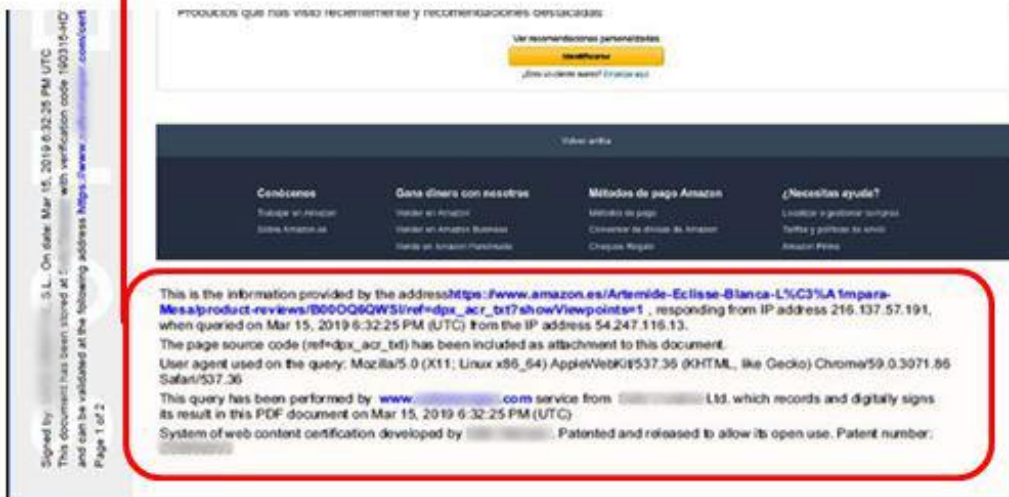
The page source code (ref=dpx_acr_txt) has been included as attachment to this document.

User agent used on the query: Mozilla/5.0 (X11; Linux x86_64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/59.0.3071.86 Safari/537.36

This query has been performed by www.certificates.com service from www.certificates.com Ltd, which records and digitally signs its result in this PDF document on Mar 15, 2019 6:32:25 PM (UTC)

System of web content certification developed by www.certificates.com. Patented and released to allow its open use. Patent number: www.certificates.com

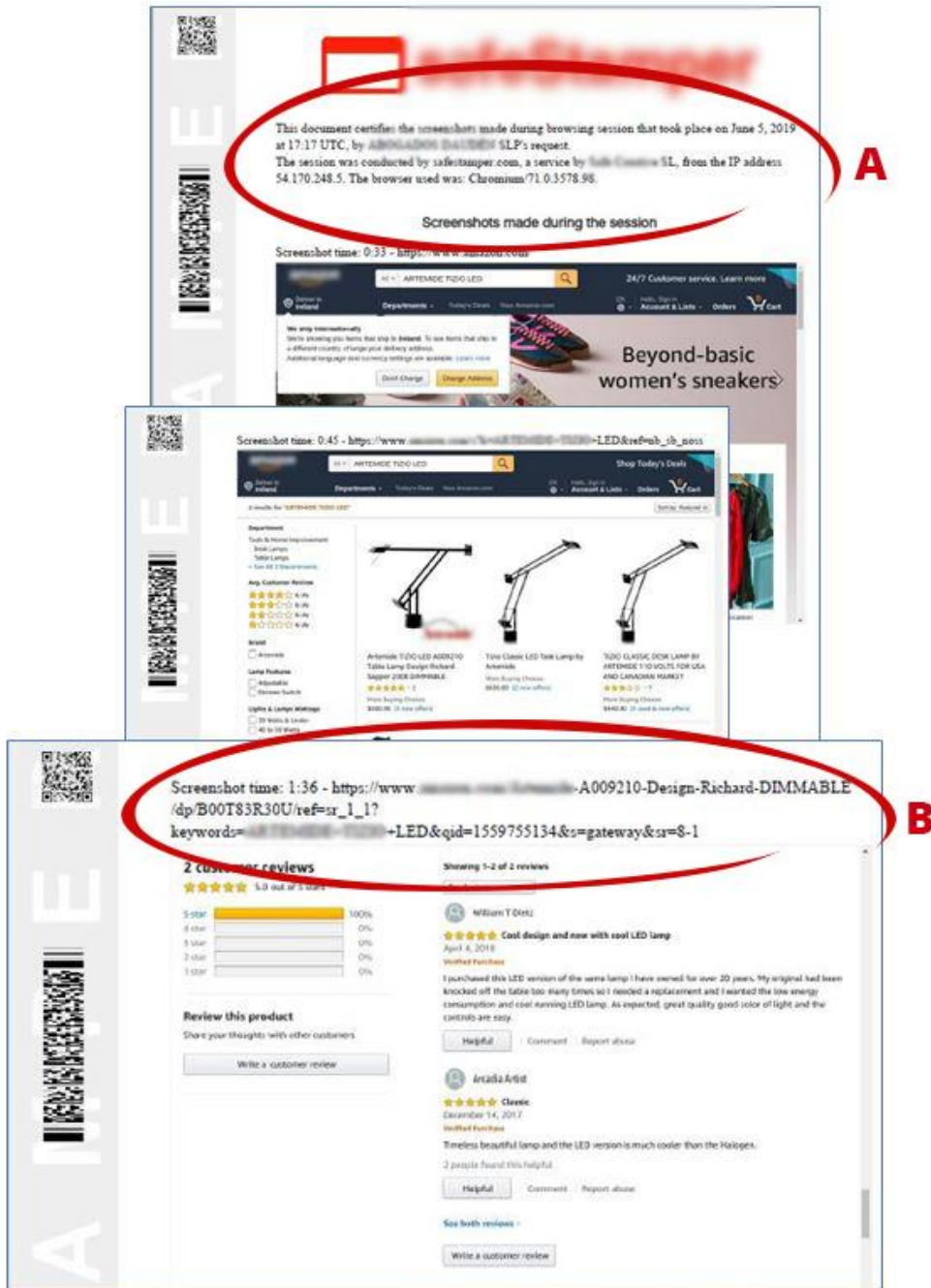
A



Primjer 5

Izdavanje vremenskog žiga za sesije pregledavanja (ili „dinamične internetske stranice”) korisnicima omogućuje da stave vremenski žig na više snimki zaslona ili snime videozapis sesije pregledavanja interneta, što se potvrđuje potpisanim certifikatom s vremenskim žigom koji sadržava informacije o videozapisu i snimke zaslona napravljene tijekom sesije pregledavanja (vidjeti naznake „A” i „B” u primjeru 6).

Stavljanje vremenskog žiga na sesiju pregledavanja



Primjer 6

Preporuke:

- *Vremenske žigove preporučuje se koristiti kao mjeru opreza kako bi se osigurali dokazi o otkrivanju dizajna.*
- *Kada je za relevantne dokaze potrebno napraviti više koraka, preporučuje se stavljanje vremenskog žiga na cijelu sesiju pregledavanja.*

2.3.3 Forenzički softverski alati

[Forenzički softverski alati](#) koriste se za pribavljanje digitalnih i računalno generiranih dokaza. Neki su od njih namijenjeni osobama koje nisu stručnjaci i besplatno su dostupni na internetu.

Ti se alati osobito mogu koristiti za izvlačenje informacija o relevantnom datumu koje su možda ugrađene u fotografije, videozapise ili program upotrijebljen za izradu internetskih stranica ([metapodatci](#)). Ti se podatci mogu upotrijebiti da bi se dokazalo otkrivanje dizajna na internetu (vidjeti poglavlje 2.4.3.)

Forenzički softverski alati mogu se koristiti i za praćenje društvenih medija na način da bilježe objave s fotografijama.

Preporuke:

- *Kada se dokazi pribavljaju s pomoću forenzičkih softverskih alata, preporučuje se da se opiše alat i navede kako su informacije dobivene, o kojoj je vrsti informacija riječ i iz kojih su sadržaja preuzete.*

2.4 Sredstva za podnošenje dokaza s interneta

U Direktivi o dizajnu ne navodi se poseban oblik u kojem se moraju podnijeti dokazi o otkrivanju dizajna. U skladu s time, općenito se može podnijeti bilo koje sredstvo kojim se može dokazati čin otkrivanja ili, suprotno tomu, osporiti dostupnost dizajna.

Čin otkrivanja dizajna može se utvrditi podnošenjem raznih vrsta dokaza. Iako neki dokazni elementi sami po sebi ne mogu nepobitno dokazati čin otkrivanja, ispitani u kombinaciji s drugim elementima mogu pridonijeti utvrđivanju tog čina¹⁴.

Dokazi kojima se dokazuje otkrivanje dizajna pribavljeni putem interneta mogu se podnijeti s drugim dokazima (neovisno o izvoru informacije) s obzirom na to da procjenu o činu otkrivanja treba izvršiti uzimajući u obzir sve pružene dokaze.

Međutim, treba podsjetiti da se čin otkrivanja ne može dokazati na temelju vjerojatnosti ili pretpostavki, već samo na temelju čvrstih i objektivnih dokaza koji upućuju na stvarno otkrivanje dizajna u dovoljnoj mjeri¹⁵.

¹⁴ 9. 3. 2012., T-450/08, Bočice, EU:T:2012:117, t. 25, 30. do 45.

¹⁵ 9. 3. 2012., T-450/08, Bočice, EU:T:2012:117, t. 24.

Osim toga, za potrebe utvrđivanja otkrivanja određenog dizajna, svi se dokazi moraju odnositi na isti dizajn na koji se upućuje kao prijašnji dizajn. U svrhu otkrivanja jednog dizajna ne može se kombinirati više otkrivenih obilježja u različitim dokazima koji se odnose na različite dizajne¹⁶.

Pretpostavlja se da su podneseni dokumenti cjeloviti. Sama mogućnost manipuliranja relevantnim informacijama nije dovoljna da izazove sumnju u njihovu dokaznu snagu. Stoga će se izneseni dokazi odbaciti samo u slučaju opravdane sumnje¹⁷.

Preporuke:

- *Dokazi s interneta trebaju jasno upućivati na izvor otkrivanja dizajna i po potrebi pružati dodatne informacije u tom pogledu.*
- *Osim toga, moraju biti dovoljno kvalitetni da se mogu utvrditi obilježja otkrivenog dizajna i datumi otkrivanja.*

2.4.1 Ispisi i snimke zaslona

Ispisi i snimke zaslona najčešća su sredstva za dokazivanje otkrivanja dizajna na internetu. Konkretno trebaju sadržavati informacije o:

- izvoru s kojeg je sadržaj preuzet (npr. adresa URL)
- relevantnom datumu
- otkrivenom dizajnu.

Ispisi ili snimke zaslona ne smiju se ručno mijenjati, primjerice dodavanjem datuma otkrivanja ili izvora.

Preporuke:

- *Kada ispis ili snimka zaslona ne sadržava sve relevantne informacije, preporučuje se da se podnesu dodatni dokazi koji sadržavaju elemente koji nedostaju (npr. ako na relevantnoj objavi koja sadržava sliku dizajna nema datuma, takva se informacija može nalaziti u komentarima, primjedbama ili dijeljenjima u društvenim medijima ili katalozima u internetskoj trgovini ili maloprodaji).*
- *Ako se u tekst podnesenih dokumenata umeće ispis ili snimka zaslona koji sadržava ilustrativne dodatke, kao što su isticanja ili navedeni relevantni elementi (vidjeti primjer 7), preporučuje se da se kao zaseban dokument podnese neizmijenjena verzija ispisa ili snimke zaslona.*

Izvor:

Iz ispisa ili snimki zaslona određenih internetskih stranica ili aplikacija nije uvijek (potpuno) jasno koji je točan izvor otkrivanja dizajna (npr. adresa URL).

¹⁶ 21. 9. 2017., C-361/15 P i C-405/15 P, Odvodna kanalica za tuš-kadu, EU:C:2017:720, t. 69.; 19. 6. 2014., C-345/13, Karen Millen Fashions, EU:C:2014:2013, t. 35.

¹⁷ 27. 2. 2018., T-166/15, Navlake za mobilni telefon, EU:T:2018:100, t. 64, 90.

Preporuke:

- *Ako na ispisu ili snimci zaslona izvor nije u potpunosti prikazan, preporučuje se da se pruže dodatni dokazi u tom pogledu.*

Relevantni datum:

Kad je riječ o ispisima, važno je razlikovati datum ispisa dokumenta (ispisa) od datuma otkrivanja dizajna. Datum ispisa (vidjeti naznaku „A” u primjeru 7) smatrat će se datumom otkrivanja, osim ako se na temelju adrese URL, sadržaja samog dokumenta (npr. „Dostupno od...”, „Posljednji put izmijenjeno...”) ili bilo kojeg drugog dokaza može utvrditi raniji relevantni datum (vidjeti naznaku „B” u primjeru 7).

The screenshot shows a product page for 'Red Shoes - Shoes for Men and for Women'. At the top left, the date '12/14/2018' is circled in red and labeled with a red 'A'. The product image shows a pair of red high-heeled shoes. To the right of the image, the price is listed as '85,00 €'. Below the price, there are input fields for 'Quantity' (set to 1) and 'Size' (set to 38). A blue 'ADD TO CART' button is visible. Below the button, the text 'Available since March 2017' is circled in red and labeled with a red 'B'. Other links like 'RETURN & REFUND POLICY' and 'SHIPPING INFO' are also visible.

Primjer¹⁸ 7

Važno je napomenuti da se datum otkrivanja ne može utvrditi samo na temelju godine koja se odnosi na autorska prava, a koja se obično prikazuje na dnu internetske stranice.

U ispisu odnosno snimci zaslona može biti ugrađen datum na koji su izrađeni, ovisno o vrsti upotrijebljenog računala i/ili uređaja (vidjeti poglavlje 2.4.2.). Taj datum može biti relevantan za otkrivanje dizajna.

¹⁸ Na vrhu ovog ispisa prikazan je datum ispisa (vidjeti naznaku „A” u primjeru 7), ali je u samom sadržaju dokumenta vidljiv drugi datum, odnosno ožujak 2017. (vidjeti naznaku „B” u primjeru 7). Budući da je riječ o ranijem datumu, datumom otkrivanja smatrat će se datum koji se nalazi u sadržaju dokumenta.

Preporuke:

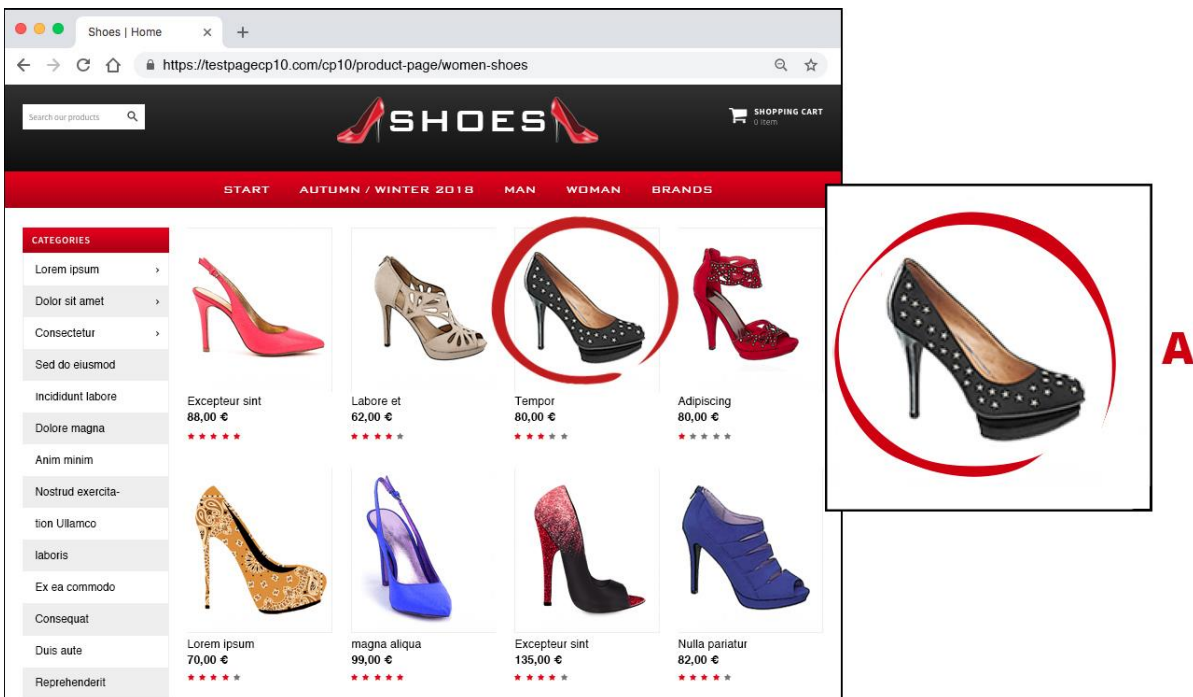
- *Kada se u ispisu ili na snimci zaslona navodi više datuma, preporučuje se da se jasno naznači koji je od njih relevantni datum.*

Otkriveni dizajn:

Na ispisu ili snimci zaslona može biti prikazano više dizajna, osobito kada taj ispis ili snimka prikazuju rezultate internetskog pretraživanja ili je riječ o ispisu ili snimci zaslona s internetskih stranica za maloprodaju.

Ako je na istom ispisu ili snimci zaslona prikazano više proizvoda, treba jasno naznačiti koji je relevantni dizajn (vidjeti naznaku „A” u primjeru 8).

Slike otkrivenog dizajna trebaju biti jasne i dovoljno kvalitetne da se na temelju njih mogu utvrditi obilježja tog dizajna¹⁹.



Primjer 8

Preporuke:

- *Ako je dizajn otkriven u većem broju prikaza, preporučuje se da se podnese onoliko snimki zaslona ili ispisa koliko je potrebno da se dizajn prikaže u cijelosti (te da se uvećaju manji prikazi).*
- *Ako se u ispisu ili na snimci zaslona pojavljuje više dizajna, preporučuje se da se podnesu uvećani prikazi dizajna. Osim toga, treba jasno naznačiti koji je relevantni dizajn na koji se upućuje.*

¹⁹ 21. 9. 2017., C-361/15 P i C-405/15 P, Odvodna kanalica za tuš-kadu, EU:C:2017:720, t. 65.

- *Ako ispis ili snimka zaslona sadržava ilustrativne dodatke (npr. isticanje, strelice ili okvire), preporučuje se da se kao zaseban prilog podnese neizmijenjena verzija dokumenta.*

2.4.1.1 Ispisi i snimke zaslona s platformi za e-trgovinu

Na platformama za e-trgovinu često je naveden datum na koji je određeni proizvod bio prvi put stavljen na prodaju (vidjeti naznaku „A” u primjeru 9). Ta informacija u ispisu ili na snimci zaslona može biti relevantna pri utvrđivanju datuma otkrivanja dizajna koji taj proizvod sadržava.

Osim toga, konkretan referentni podatak o proizvodu, npr. ime ili oznaka, može biti koristan za povezivanje informacija o tom proizvodu (npr. datum na koji je prvi put stavljen na prodaju) sadržanih u drugim dokazima (vidjeti naznaku „B” u primjeru 9).

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://testpagecp10.com/cp10/product-page/red-shoes>. The page displays a pair of red high-heeled shoes. The product details on the right include the title "Red Shoes", the Unique Identification Number (UIN) "S-123456" (circled in red and labeled 'B'), the price "85,00 €", and the color "Red". Below the price, there are input fields for "Quantity" (set to 1) and "Size" (set to 38). A blue "ADD TO CART" button is visible. Below the button, the text "Available since March 2017" is circled in red and labeled 'A'. Further down, there are expandable sections for "RETURN & REFUND POLICY" and "SHIPPING INFO".

Primjer 9

Dokazi o otkrivanju pribavljeni s platformi za e-trgovinu mogu imati dokaznu vrijednost čak i u nedostatku prikaza dizajna, pod uvjetom da se jedinstveni identifikacijski kod relevantnog proizvoda može povezati s konkretnim dizajnom²⁰.

Treba napomenuti da će neke platforme za e-trgovinu zadržati isti datum početka dostupnosti, pa čak i isti referentni broj za nove verzije proizvoda koje mogu sadržavati drugi izgled dizajna.

Preporuke:

- *Preporučuje se da se uključe recenzije koje su korisnici ostavili nakon kupnje proizvoda na platformi za e-trgovinu jer bi takve informacije mogle biti korisne za utvrđivanje datuma otkrivanja dizajna.*
- *Jedinstveni identifikacijski kod relevantnog proizvoda može služiti kao poveznica između informacije prikazane na platformi za e-trgovinu (tj. dizajn) i informacije iz drugog dokaza (tj. datum prodaje).*

2.4.1.2 Ispisi i snimke zaslona iz internetskih baza podataka

Kad je riječ o dokazivanju otkrivanja dizajna, relevantnim datumom (vidjeti naznake „A” u primjeru 10) smatrat će se datum objave naveden u ispisu ili na snimci zaslona iz internetske baze podataka (vidjeti poglavlje 2.2.1.2.).

Treba napomenuti da u određenim slučajevima sam datum podnošenja prijave ili registracije naveden u internetskoj bazi podataka ne znači nužno da je pravo intelektualnog vlasništva koje obuhvaća relevantni dizajn i objavljeno (vidjeti naznake „B” i „C” u primjeru 10).

²⁰ 27. 2. 2018., T-166/15, Navlake za mobilni telefon, EU:T:2018:100, t. 59 do 63.

WIPO
WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION

Contact Us | My account | English ▾

Home | Knowledge | Global Design Database

Global Design Database

A world-wide collection of industrial designs data; including WIPO Hague registrations and information from participating national offices.

← back

1 / 1

201930021153.8 - 玩具变形车

Status: ACT

(19) Identification, using the two CN

(11) National Registration Number: 305038032

(15) Date of the national registration: 2019-02-15

(21) Application number: 201930021153.8

(22) Filing date: 2019-01-15

(45) Date of publication of the registration: 2019-02-15 **A**

(51) Class and subclass of the International Classification: 21-01

Europäisches Patentamt
European Patent Office
Office européen des brevets

(11) **EP 1 404 041 A1**

(12) **EUROPEAN PATENT APPLICATION**

(43) Date of publication: **31.03.2004 Bulletin 2004/14** **A**

(51) Int Cl.7: **H04B 17/00**

(21) Application number: **02256678.0**

(22) Date of filing: **25.09.2002** **B**

(84) DesignView

Home | About | News | Contact | Help | FAQ | Tutorials | Feedback

Find term

Search by Indication of the Product / Application number / Design number.

Advanced search | Filters

List of results: **EM 001534215-0001**

Expand all sections | Collapse all sections

(19) Registration office code	EM
Design number	001534215-0001
(21) Application number	001534215
(25) Application language code	cs
Second language code	en
(22) Application date	03-06-2009
(43)/(44) Application published	
Application reference	200737202
(11) Registration number	
(15) Registration date	03-06-2009
Publication date	08-07-2009
(57) Design description	Yes
(46) End of deferment	
Renewal current status code	Not to be renewed
(18) Expiry date	03-06-2014

Click here or the logo below to view this design in the office of origin

EUIPO
EUROPEAN UNION
INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

Primjer 10

Dizajni objavljeni u internetskim bazama podataka kojima upravljaju javna tijela općenito se smatraju otkrivenima na navedeni datum objave, osim ako se pruže dokazi koji upućuju na raniji datum. Međutim, relevantni se datum ipak može razlikovati ako je dizajn otkriven u privatnoj internetskoj bazi podataka, s obzirom na to da se datum na koji je informacija ondje učitana ili objavljena ne podudara nužno s datumom na koji je informacija objavljena u službenom registru.

Preporuke:

- *U ispisima ili na snimkama zaslona iz internetskih baza podataka o pravima intelektualnog vlasništva datum objave treba biti naveden odvojeno od datuma podnošenja prijave ili datuma registracije.*
- *Kada se podnosi dokument ili isječak iz internetske baze podataka ili registra koji se odnose na prava u pogledu patenta ili dizajna, preporučuje se da se naznači datum objave i/ili [kod INID 43 ili 45](#) (vidjeti zaokruženi tekst kod naznaka „A” u primjeru 10) jer se taj broj odnosi na datum na koji je dizajn postao dostupan javnosti.*

2.4.2 Slike i videozapisi

Dizajn se može otkriti dijeljenjem na internetu slika ili videozapisa koji prikazuju proizvod u kojem je dizajn sadržan.

Relevantni datum u tom će slučaju biti datum na koji su slika ili videozapis stvarno pregledani ili eventualno datum na koji su postali dostupni za pregledavanje ili preuzimanje, na primjer na internetskoj platformi. Usto, relevantni datum u nekim slučajevima može biti onaj datum na koji su slika ili videozapis snimljeni. Ta se informacija može dobiti analizom metapodataka odgovarajuće datoteke (vidjeti poglavlje 2.4.3.).

Dok će se slika uobičajeno prikazati na ispisu ili snimci zaslona, dokazi sadržani u videozapisu mogu se podnijeti na različite načine. Kao dokaz se može podnijeti sam videozapis (npr. kao datoteka) ili samo snimke odgovarajućih dijelova u kojima se vidi dizajn.

Nije dovoljno podnijeti samo URL videozapisa jer njegov sadržaj može biti uklonjen ili izmijenjen. Uz njega se moraju pružiti odgovarajuće snimke dizajna sadržanog u tom videozapisu.

Preporuke:

- *Kada se podnosi sam videozapis, treba navesti informacije o tome kad je i gdje videozapis postao dostupan javnosti (npr. pružiti dokaze kao što je ispis koji prikazuje objavu videozapisa na stranicama društvenih medija ili prikazuje kada se videozapis pojavio na internetskim stranicama kao oglas).*
- *Preporučuje se da se pri podnošenju videozapisa navede točno vrijeme (u minutama i sekundama) u kojem se dizajn može vidjeti u videozapisu.*
- *Ako se s otkrivanjem dizajna ne može povezati nijedan drugi datum, kao dokaz mogu poslužiti komentari korisnika pod uvjetom da je vidljiv datum njihova nastanka.*
- *Potrebno je navesti informacije o izvoru slika ili videozapisa.*

2.4.3 Metapodatci


Dokazi o otkrivanju dizajna na internetu mogu se konstruirati analizom metapodataka (ili [podataka EXIF](#), vidjeti naznaku „C” u primjeru 12) koji su ugrađeni u, primjerice, fotografije, videozapise i internetske stranice. Tako određena fotografija može sadržavati informacije o sebi samoj kao što su njezin autor, datum izrade ili izmjene ili lokacija na kojoj je snimljena (vidjeti naznake „A”, „B” i „C” u primjerima 11 i 12).


Takve informacije mogu biti korisne u smislu dokaza o otkrivanju dizajna, osobito kad je riječ o relevantnom datumu (na primjer, datum na koji je slika učitana na određene internetske stranice) ili lokaciji na kojoj je fotografija snimljena.

Metapodatci se mogu dobiti na različite načine. Ovisno o uređaju (na primjer, pametni telefon ili digitalni fotoaparati) i o tome gdje je relevantna datoteka spremljena, metapodacima je katkad moguće pristupiti jednostavnim odabirom opcije „informacije” na samoj slici ili uporabom specijaliziranog softvera (preglednici metapodataka). Vrsta metapodataka koji se mogu izvući ovisi o načinu na koji je uređaj pohranio datoteku i o njegovim mogućnostima.

Metapodatci izvučeni iz fotografije snimljene digitalnim fotoaparatom

Basic Image Information	
Target file: Alicante_EUIPO6.JPG	
Camera:	Olympus VG170
Lens:	4.7 mm (Max aperture f/2.8) (shot wide open)
Exposure:	Auto exposure, Creative (Slow speed), 1/1,000 sec, f/2.8, ISO 80
Flash:	Auto, Did not fire
Date:	December 1, 2018 11:41:04AM (timezone not specified) (3 months, 10 days, 20 hours, 14 minutes, 12 seconds ago, assuming image timezone of US Pacific) A
File:	4,288 × 3,216 JPEG (13.8 megapixels) 3,192,982 bytes (3.0 megabytes)
Color Encoding:	WARNING: Color space tagged as sRGB, without an embedded color profile. Windows and Mac browsers and apps treat the colors randomly. Images for the web are most widely viewable when in the sRGB color space and with an embedded color profile. See my Introduction to Digital-Image Color Spaces for more information.


 Extracted 640 × 480 74-kilobyte "MakerNotes:PreviewImage"
 JPG Displayed here at 70% width (1/91 the area of the original)



Click image to isolate; click this text to show histogram

Primjer 11

Metapodatci izvučeni iz slike pametnog telefona

Camera	
Make	ZTE
Model	ZTE BLADE V7
Exposure	1/591
Aperture	2.2
Focal Length	3.5 mm
ISO Speed	115
Flash	No Flash

Location	
Latitude	38.314113 North
Longitude	0.517572 West
Altitude	98 m Above Sea Level

EXIF	
DateTimeOriginal	2019:02:19 15:45:02
CreateDate	2019:02:19 15:45:02

Primjer 12

Preporuke:

- Kada se kao dokaz podnose metapodatci, preporučuje se da se objasni na koji su način dobiveni, o kojoj je vrsti informacija riječ i iz kojeg su izvora preuzete.

2.4.4 Adrese URL i hiperveze

Adrese URL i hiperveze ne mogu se same po sebi smatrati dostatnim dokazima o otkrivanju dizajna. Treba ih dopuniti drugim dokazima.

Naime, informacije dostupne preko adrese URL ili hiperveze kasnije mogu biti izmijenjene ili uklonjene. Osim toga, može biti teško utvrditi relevantne informacije (dizajn, datum otkrivanja itd.).

Preporuke:

- Kada se podnosi adresa URL ili hiperveza, treba pružiti i ispis ili snimku zaslona s relevantnim informacijama kojima se pristupa preko te adrese ili hiperveze.

2.4.5 Izjave u pisanom obliku

Izjave u pisanom obliku, pod prisegom ili potvrde, poput afdavita, *same po sebi* u načelu nisu dostatni dokazi čina otkrivanja ili eventualno činjenice da dizajn nije postao dostupan javnosti. Činjenica da ih sastavlja neovisna treća osoba može povećati njihovu dokaznu snagu²¹, ali samo pod uvjetom da se uz njih podnose dodatni dokazi o otkrivanju dizajna²².

Preporuke:

- *Informacije u izjavama u pisanom obliku, pod prisegom ili potvrde treba potkrijepiti dodatnim dokazima, kao što su ispisi ili snimke zaslona koji prikazuju informacije relevantne za otkrivanje (npr. dizajn, datum otkrivanja itd.).*

2.5 Iznimke u pogledu dostupnosti dizajna

Kada se dokaže čin otkrivanja dizajna, odnosno kada je dizajn objavljen slijedom registracije ili na drugi način, ili izložen, upotrijebljen u trgovini ili otkriven na drugi način, pretpostavlja se da je dostupan javnosti u smislu članka 6. Direktive o dizajnu.

Međutim, prethodno navedenom odredbom utvrđuju se iznimke u slučaju kojih se dizajn neće smatrati dostupnim javnosti:

- ako čin otkrivanja u uobičajenom tijeku poslovanja objektivno nije mogao postati poznat specijaliziranim krugovima za predmetni sektor koji posluju u Europskoj uniji
- ako je dizajn bio otkriven trećoj osobi pod eksplicitnim ili implicitnim uvjetima povjerljivosti
- ako je dizajn učinjen dostupnim javnosti od strane dizajnera ili njegov sljednika ili treće osoba kao rezultat informacije koju je pružio ili radnje koju je poduzeo dizajner ili njegov sljednik tijekom 12-mjesečnog razdoblja prije datuma podnošenja osporavane prijave za registraciju ili datuma priznatog prvenstva
- ako je dizajn bio dostupan javnosti kao posljedica zlouporabe na štetu dizajnera.

Uzimajući u obzir globalnu prirodu interneta, internetski su sadržaji općenito govoreći dostupni u cijelom svijetu.

Samo će se u određenim okolnostima smatrati da taj sadržaj objektivno nije postao poznat krugovima specijaliziranim za predmetni sektor koji posluju u Europskoj uniji. Razlog tomu mogu biti neka ograničenja, posebno u pogledu [dostupnosti](#) ili [mogućnosti pretraživanja](#) informacija na internetu. Međutim, kako bi se opovrgnula pretpostavka o otkrivanju dizajna, tu iznimku treba dokazati podnošenjem odgovarajućih dokaza²³.

Kada se analizira je li točno da čin otkrivanja u uobičajenom tijeku poslovanja objektivno nije mogao postati poznat specijaliziranim krugovima za predmetni sektor koji posluju u Europskoj uniji, treba ispitati je li, na temelju činjenica koje mora iznijeti stranka koja osporava otkrivanje

²¹ 9. 3. 2012., T-450/08, Bočice, EU:T:2012:117, t. 39. do 40.; 11. 12. 2014., T-498/13, NAMMU/NANU, EU:T:2014:1065, t. 38.

²² 18. 11. 2015., T-813/14, Navlaka za prijenosno računalo, EU:T:2015:868, t. 29.

²³ 14. 3. 2018., T-651/16, Obuća, EU:T:2018:137, t. 54.

dizajna, prikladno smatrati da ti krugovi zapravo nisu mogli biti upoznati s činom otkrivanja, pri čemu treba voditi računa o tome što se razumno može zahtijevati od tih krugova kad je riječ o poznavanju stanja ranijih dizajna²⁴.

Te se činjenice mogu primjerice odnositi na sastav specijaliziranih krugova, njihove kvalifikacije, prakse i ponašanje, njihov djelokrug i prisutnost na događanjima na kojima se dizajni predstavljaju, obilježja predmetnog dizajna, kao što je njegova međuovisnost o drugim proizvodima ili sektorima, i obilježja proizvoda u kojem je sadržan predmetni dizajn, uključujući stupanj tehničke prirode predmetnih proizvoda²⁵.

Kada je isti dizajn objavljen u više izvora, na primjer isti je dizajn otkriven na internetskim stranicama poduzeća (vidjeti naznaku „A” u primjeru 13), na računu društvene mreže (vidjeti naznaku „B” u primjeru 12), na blogu ili drugim sličnim internetskim stranicama (vidjeti naznaku „C” u primjeru 12), stranka koja osporava otkrivanje dizajna mora opovrgnuti pretpostavku o otkrivanju u pogledu svih prikazanih činova otkrivanja.



Primjer 13

²⁴ 14. 3. 2018., T-651/16, Obuća, EU:T:2018:137, t. 56.

²⁵ 21. 5. 2015., T-22/13 i T-23/13, Kišobrani, EU:T:2015:310, t. 29.

Kada se ocjenjuje je li točno da čin otkrivanja u uobičajenom tijeku poslovanja objektivno nije mogao postati poznat specijaliziranim krugovima za predmetni sektor koji posluju u Europskoj uniji, relevantni mogu biti sljedeći aspekti:

- zaporke i plaćanja
- jezik i [vršna domena](#)
- mogućnost pretraživanja
- [geografsko blokiranje](#)
- Povjerljivost

2.5.1 Zaporke i plaćanja

Općenito govoreći, ni ograničavanje pristupa na manju skupinu osoba s pomoću zaporke ni zahtijevanje plaćanja pristupa nisu prepreka tomu da dizajn koji je postao dostupan na internetskoj stranici, u aplikaciji ili na platformi za dijeljenje datoteka čini dio stanja ranijih dizajna. Međutim, pitanje je li točno da čin otkrivanja u uobičajenom tijeku poslovanja objektivno nije mogao postati poznat specijaliziranim krugovima za predmetni sektor koji posluju u Europskoj uniji može ovisiti o specifičnim okolnostima konkretnog slučaja.

S druge strane, ograničen pristup određenim internim bazama podataka (npr. baze podataka kojima se koriste samo zaposlenici poduzeća) može spriječiti mogućnost da čin otkrivanja dizajna u uobičajenom tijeku poslovanja objektivno postane poznat specijaliziranim krugovima za predmetni sektor koji posluju u Europskoj uniji.

2.5.2 Jezici i nazivi vršnih domena

Iako jezici općenito govoreći ne utječu na percepciju dizajna, mogu otežati njihovo pronalaženje na internetu. Stoga, kad se procjenjuje je li dizajn otkriven, treba utvrditi očekuje li se od predmetnih specijaliziranih krugova da u uobičajenom tijeku poslovanja pretražuju informacije na odgovarajućem jeziku. Ovisno o predmetnom sektoru, može i ne mora biti uobičajeno da specijalizirani krugovi koji posluju u Europskoj uniji pregledavaju baze podataka na jezicima koji nisu službeni jezici EU-a.

S druge strane, tehnologija pretraživanja slika u tolikoj je mjeri tehnički sofisticirana da se dizajn može pronaći čak i ako je objavljen na internetskim stranicama čiji tekst nije na nekom od jezika koji se uobičajeno koriste u Europskoj uniji.

Kad je riječ o vršnim domenama, one u načelu ne utječu na mogućnost pronalaska dizajna na internetu. Međutim, mogu upućivati na to jesu li predmetni specijalizirani krugovi s većom vjerojatnošću mogli pristupiti određenim internetskim stranicama. Na primjer, ako vršna domena pripada državi članici, vjerojatnije je da su specijalizirani krugovi koji posluju u Europskoj uniji mogli biti upoznati s otkrivanjem dizajna na toj internetskoj stranici.

2.5.3 Mogućnost pretraživanja

Kada se procjenjuje je li točno da čin otkrivanja dizajna u uobičajenom tijeku poslovanja objektivno nije mogao postati poznat specijaliziranim krugovima za predmetni sektor koji posluju u Europskoj uniji, možda će biti potrebno procijeniti jesu li ti specijalizirani krugovi zaista mogli pronaći stanje ranijih dizajna na internetu.

U tom pogledu prvo treba razmotriti jesu li određene internetske stranice bile tehnički dostupne²⁶. Osim toga, u procjeni o tome je li bilo moguće pronaći relevantnu informaciju na internetu treba uzeti u obzir i specifične prakse ili ponašanja u uobičajenom tijeku poslovanja specijaliziranih krugova za predmetni sektor.

Nadalje, treba napomenuti da su, kada pretraživači indeksiraju internetske stranice, uključeni svi sadržaji neograničenog pristupa. Svrha je takvog indeksiranja pronalazak relevantnih rezultata pri pretraživanju interneta. Prema tome, ako pretraživač indeksira sliku, veća je vjerojatnost da će je specijalizirani krugovi pronaći. Međutim, ako su internetske stranice posebno konfigurirane da uskrate ili ograniče pristup programima za indeksiranje, njihov sadržaj neće biti zabilježen (vidjeti poglavlje 2.3.1.).

2.5.4 Geografsko blokiranje

Geografsko blokiranje također može biti čimbenik koji utječe na dostupnost internetskih informacija specijaliziranim krugovima koji posluju u Europskoj uniji.

Kada se uzima u obzir sadržaj internetskih stranica, geografsko blokiranje najčešće se povezuje sa svrhom da se ograniči pristup internetskim multimedijским sadržajima visoke komercijalne vrijednosti kao što su filmovi i televizijske emisije, ponajprije zbog autorskih prava i licencija²⁷. Međutim, geografsko blokiranje može imati druge svrhe, među ostalim blokiranje zlonamjernog prometa, cjenovnu diskriminaciju na temelju pristupne točke, a u određenim zemljama čak provođenje cenzure na internetu.

2.5.5 Povjerljivost

U skladu s posljednjom rečenicom članka 6. stavka 1. Direktive o dizajnu, dizajn se ne smatra dostupnim javnosti samo zato što je bio otkriven trećoj osobi pod eksplicitnim ili implicitnim uvjetima povjerljivosti. Stoga te situacije u kojima je dizajn otkriven pod eksplicitnim ili implicitnim uvjetima povjerljivosti ne podrazumijevaju otkrivanje dizajna.

Međutim, pravna učinkovitost izjave o povjerljivosti može ovisiti o konkretnim okolnostima. Na primjer, u slučaju e-poruka, sadržaj, primatelj i svrha e-poruke mogu utjecati na vjerodostojnost takve izjave. Stoga, kada se e-poruka o novim proizvodima u prodaji koja sadržava izjavu o povjerljivosti šalje velikom broju primatelja, uključujući veletrgovce i distributere, ne mora se nužno smatrati povjerljivom.

Preporuke:

- [Promet na internetskim stranicama](#) može se uzeti u obzir kada se procjenjuje jesu li specijalizirani krugovi mogli pristupiti njihovom sadržaju. Postoje razne mogućnosti za mjerenje prometa na internetskim stranicama, kao što su [prikaz stranice](#), [učitavanje stranice](#) i [sesija](#), koji se mogu kvantificirati i uporabom analitičkih ili sličnih alata.

²⁶ 14. 3. 2018., T-651/16, Obuća, EU:T:2018:137, t. 61.

²⁷ [Uredba \(EU\) 2018/302 Europskog parlamenta i Vijeća od 28. veljače 2018. o rješavanju pitanja neopravdanoga geografskog blokiranja i drugih oblika diskriminacije na unutarnjem tržištu na temelju državljanstva, mjesta boravišta ili mjesta poslovnog nastana klijenata](#)

- Kada se procjenjuje dostupnost dizajna na internetu, preporučuje se da se uzmu o obzir sustavi označavanja, ključne riječi (engl. „hashtag”) i poveznice između traženih pojmova i slika dizajna na različitim [internetskim platformama](#).
- Kad je riječ o platformama društvenih medija, prilikom procjene dostupnosti dizajna u obzir se mogu uzeti i pokazatelji „popularnosti”, primjerice broj osoba s kojima je sadržaj podijeljen, broj pregleda, klikova, reakcija i komentara na objavu, dijeljenja, pratitelja i oznaka „sviđa mi se” (vidjeti naznaku „A” u primjeru 14).

The image shows a Facebook page for 'CP10 Convergence Project'. The page header includes the Facebook logo and the page name. The main content area displays a post from 'CP10 Convergence Project' dated 'December 10 at 5:44 PM'. The post text is 'Red Shoes for sale' and features a photograph of a red high-heeled shoe. Below the post, there is a comment from 'Emily Client' that says 'I want to buy a pair!'. The comment is timestamped 'Monday, December 10, 2018 at 5:41 PM' and has one like. A red circle highlights the timestamp and the like count, and a red letter 'A' is placed to the right of the comment.

Primjer 14

PRILOG: POJMOVNIK

Pojam	Definicija
Aplikacija	Program ili skupina programa dizajniranih za krajnjeg korisnika. Time su obuhvaćeni programi baza podataka, medijski čitači, programi za obradu teksta, internetski preglednici, proračunske tablice i ostale aplikacije. Oni su izrađeni kako bi se njima obavljale koordinirane funkcije, zadaće ili aktivnosti.
Aplikacijska (mobilna) verzija	Vrsta aplikacijskog softvera dizajniranog za rad na mobilnim uređajima poput pametnih telefona ili tableta kojem je u pravilu cilj korisniku pružiti usluge slične onima kojima može pristupiti na osobnome računalu.
Arhiviranje internetskih stranica	Postupak prikupljanja dijelova svjetske mreže (<i>world wide web</i>) kako bi se informacije pohranile u arhiv i u budućnosti služile istraživačima, povjesničarima i javnosti.
Blog	Internetske stranice koje sadržavaju osobne osvrte, komentare i često hiperveze, videozapise i fotografije koje objavljuje autor.
Datum ispisa	Datum koji računalno navodi pri „ispisivanju” sadržaja s internetskih stranica (neovisno o tome je li riječ o tiskanom/papirnatom primjerku ili primjerku u PDF-u). Datum se prikazuje na vrhu ili na dnu odgovarajućih stranica.
Dijeljenje datoteka	Praksa dijeljenja ili davanja pristupa digitalnim informacijama ili resursima poput dokumenata, multimedijских sadržaja (audiosadržaja/videosadržaja), grafike, računalnih programa, slika i e-knjiga.
Dijeljenje datoteka preko poslužitelja	Usluga dijeljenja datoteka kojom se datoteke pohranjuju na platformi s koje ih korisnici mogu naknadno preuzeti. Prijenos se ne odvija izravno među računalima korisnika.
Dijeljenje datoteka putem mreže P2P	Metoda dijeljenja datoteka kojom računala mogu jedna drugima izravno slati informacije bez povezivanja sa središnjim poslužiteljem.
Dizajn	Dizajn je vanjski izgled proizvoda u cijelosti ili dijela proizvoda koji proizlazi iz njegovih obilježja, posebno crta, obrisa, boja, oblika, teksture i/ili materijala samoga proizvoda i/ili njegove ornamentacije.
Dizajner	Osoba koja stvara dizajn proizvoda.
Dostupnost	Mogućnost pristupa internetskim stranicama ili drugom internetskom sadržaju.
Društveni mediji	Aplikacije, programi i internetske stranice na računalima ili mobilnim uređajima koji omogućuju komunikaciju i dijeljenje informacija na internetu, kao što su blogovi i internetske stranice društvenih mreža.

Elektronički vremenski žig	Podatci u elektroničkom obliku koji povezuju druge podatke u elektroničkom obliku s određenim vremenom i na taj način dokazuju da su ti podatci postojali u to vrijeme (članak 3. točka 33. Uredbe o elektroničkoj identifikaciji). Neke od usluga izdavanja vremenskog žiga temelje se na tehnologiji lanca blokova (engl. „blockchain“).
E-pošta (elektronička pošta)	Sustav preko kojeg elektronički uređaji mogu razmjenjivati poruke („poštu“) preko interneta.
Forenzički softverski alati	Alati koji pomažu istražiteljima da dohvate dokaze iz računala i identificiraju, očuvaju, povrate i istraže relevantne informacije u skladu s digitalnim forenzičkim standardima.
Geografsko blokiranje	Oblik sigurnosti kojim se razni poslužitelji (e-pošte, internetskih stranica itd.) služe kako bi korisniku suzili pristup sadržaju na temelju njegove zemljopisne lokacije. Korisnikova se lokacija utvrđuje na temelju njegove IP adrese (zemlja) ili raspona adresa koje se smatraju nepoželjnima ili nesigurnima.
Hiperveza	Upućivanje na informaciju kojoj korisnik može izravno pristupiti klikom ili dvostrukim klikom na hipervezu ili pomicanjem pokazivača iznad nje. Hiperveza može biti cijeli dokument ili poveznica na određeni element u dokumentu.
Internet	Globalni sustav povezanih računalnih mreža kojim su povezane sve vrste mreža neovisno o njihovoj dostupnosti (npr. otvorene ili zatvorene), području pokrivenosti (npr. mreže široke pokrivenosti (WAN), lokalne mreže (LAN) itd.), vrsti veze (npr. preko žice ili bežično), povezanim uređajima (npr. računala, pametni telefoni, igraće konzole itd.), vlasništvu (npr. privatno ili javno) i svrsi (npr. obrazovanje, posao itd.).
Internetska baza podataka	Skup informacija ili podataka objavljenih na internetu pogodnih za to da ih računalo brzo pretražuje i dohvati.
Internetska platforma	Skup tehnologija koje se koriste kao osnova za razvoj drugih aplikacija, procesa ili tehnologija. Kod osobnih računala riječ je o osnovnom hardveru (računalo) i softveru (operativni sustav) na kojima rade softverske aplikacije.
Internetski mediji	Internetske komunikacijske tehnologije za iznošenje ili razmjenu informacija.
Ispis	Papirnati primjerak ili primjerak u PDF-u na kojem su prikazane informacije s računala ili sličnog uređaja, a koji generira pisač.
Kodovi INID 43 i 45	Akronim za međunarodno dogovorene brojeve za identifikaciju (bibliografskih) podataka u skladu sa standardima Svjetske organizacije za intelektualno

	<p>vlasništvo (WIPO): ST.9 (za patente i uporabne modele), ST.60 (za žigove) i ST.80 (za dizajne). Kodovima INID uredi za intelektualno vlasništvo diljem svijeta služe se za navođenje točnih bibliografskih podataka na naslovnim stranicama patenata, prijavama patenta ili objavama dizajna.</p>
Kvalificirani elektronički vremenski žig	<p>Elektronički vremenski žig koji ispunjava određene zahtjeve iz članka 42. Uredbe o elektroničkoj identifikaciji, odnosno:</p> <p>a) da povezuje datum i vrijeme s podacima na način da se u razumnoj mjeri isključuje mogućnost nezapažene promjene podataka</p> <p>b) da se temelji na privremenom izvoru informacija povezanom s koordiniranim svjetskim vremenom (ujednačeni sustav atomskih satova kojim se upravlja na međunarodnoj razini i koji se ravna po srednjem griničkom vremenu)</p>
Kvalificirani izdavatelj vremenskog žiga (kvalificirani pružatelj usluga povjerenja)	<p>Kvalificirani pružatelj usluga povjerenja koji izrađuje i čuva digitalne certifikate te izrađuje i validira elektroničke potpise. Pružatelju usluga povjerenja status odobrava nadzorno tijelo i taj pružatelj u EU-u i Švicarskoj ima obvezu reguliranja postupaka elektroničkog potpisivanja.</p>
Metapodatci	<p>Podatci koji se koriste za opis sadržaja određene stavke (npr. fotografije, slike, videozapisa ili e-knjige).</p>
Mogućnost pretraživanja	<p>Mogućnost pronalaska internetskih stranica unošenjem traženih pojmova u preglednik za pretraživanje ili s pomoću drugih alata.</p>
Mrežno mjesto	<p>Skup dostupnih i međusobno povezanih internetskih stranica s istim nazivom domene.</p>
Plaćanje	<p>Usluga kojom se automatiziraju platne transakcije između kupca i trgovca. U većini slučajeva treća strana pruža uslugu kojom se za trgovca obrađuju, provjeravaju, prihvaćaju ili odbijaju transakcije kreditnim karticama putem sigurnih internetskih veza.</p>
Platforme za e-trgovinu (elektroničku trgovinu)	<p>Internetske platforme koje omogućuju transakcije robama i uslugama putem interneta zahvaljujući prijenosu informacija i sredstava na internetu.</p>
Podatci EXIF (razmjenjivi format slikovnih datoteka)	<p>Riječ je o standardu kojim se utvrđuju formati za slike, zvukove i pomoćne oznake kojima se služe digitalne kamere (među ostalim pametni telefoni), skeneri i ostali sustavi za obradu slikovnih i zvukovnih datoteka snimljenih digitalnom kamerom.</p>
Pohranjivanje u predmemoriju (engl. „cache”)	<p>Informacijska tehnologija za privremeno pohranjivanje internetskih dokumenata poput stranica HTML i slika, kako bi se ubrzalo njihovo učitavanje s poslužitelja.</p>

Pretraživači	Računalni programi koji pretražuju informacije na internetu koje sadržavaju određene ključne riječi.
Prikaz stranice	Posjet stranici na određenim internetskim stranicama. Ako posjetitelj osvježi stranicu, to se računa kao dodatni prikaz stranice. Ako korisnik prijeđe na neku drugu stranicu te se zatim vrati na početnu stranicu, to će se računati kao još jedan prikaz stranice.
Program za indeksiranje	Bot na internetu koji sustavno pregledava svjetsku mrežu (<i>world wide web</i>), uobičajeno radi indeksiranja internetskih sadržaja.
Promet na internetskim stranicama	Količina podataka koje šalju i primaju posjetitelji internetskih stranica.
Sesija	Neodređeno vrijeme tijekom kojeg je korisnik povezan s određenim internetskim stranicama, u kontinuitetu ili s prekidima. Isprekidana povezanost uključena je u definiciju sesije kako bi se odbacila mogućnost višestrukih namjernih prekida i ponovnih uspostavljanja veze u svrhu povećanja broja prikaza stranice na određenim internetskim stranicama.
Snimka zaslona	Digitalna slika koja nastaje snimkom dijela ili svih informacija prikazanih na digitalnom zaslonu (npr. računalnom zaslonu, televiziji ili mobilnom uređaju) u određenom trenutku.
Standard za isključivanje robota	Standard koji internetske stranice upotrebljavaju za komuniciranje s programima za indeksiranje i drugim <i>web</i> -robotima. Standard za isključivanje robota šalje informaciju <i>web</i> -robotu o područjima koja ne smije obrađivati ili pregledavati.
Učitavanje stranice	Jedinstveni zahtjev za pristup datoteci u zapisniku pristupa internetskog poslužitelja. Zahtjev za stranicu HTML s tri grafičke slike rezultirat će četirima učitavanjima u zapisniku: jednim za tekstualnu datoteku HTML i jednim za svaku od grafičkih datoteka.
URL (ujednačeni resursni lokator)	Konkretno upućivanje na resurs koji se može pronaći na svjetskoj mreži (<i>world wide web</i>). URL-ovi se uobičajeno upotrebljavaju kao putanje na internetske stranice (<i>http</i>), prijenose datoteka (<i>FTP</i>), e-poruke (<i>mailto</i>), pristup bazi podataka (<i>JDBC</i>) i druge aplikacije.
Videoblog	Riječ je o blogu ili internetskom dnevniku koji sadržava videoisječke. Može sadržavati isključivo videozapise ili i videozapise i pisane komentare.
Vremenski žig	Slijed znakova ili kodiranih informacija kojim se identificira trenutak nekog događaja, pri čemu se obično određuje datum i vrijeme tog događaja.

Vršna domena	Posljednji dio naziva domene ili dio koji se nalazi neposredno nakon simbola točke. Postoji ograničen broj definiranih nastavaka koji čine vršnu domenu. Primjeri su vršnih domena: .com – „commercial businesses” (poslovni subjekti) .gov – „government agencies” (vladine agencije) .edu – „education institutions” (obrazovne ustanove)
WayBack Machine	Internetski digitalni arhiv koji bilježi i pretražuje digitalni sadržaj na svjetskoj mreži (<i>world wide web</i>) i internetu i upravlja tim sadržajem.
Zaporka	(Tajni) slijed znakova koji korisnik mora unijeti da bi mogao pristupiti elektronički zaključanom ili zaštićenom računalu, datoteci, programu i dr.

POPIS UPUĆIVANJA NA SUDSKU PRAKSU

- **Podne obloge** [21. 6. 2018.] Opći sud, T-227/16
(poglavlje 2.5.2. Jezici i nazivi vršnih domena)
- **Obuća** [14. 3. 2018.] Opći sud, T-651/16
(poglavlje 2.1. Ključni koncepti, bilješka 4.)
(poglavlje 2.5. Iznimke u pogledu dostupnosti dizajna, bilješke 22. i 23.)
(poglavlje 2.5.3. Mogućnost pretraživanja, bilješka 25.)
- **Navlake za mobilni telefon** [27. 2. 2018.] Opći sud, T-166/15
(poglavlje 2.2.3. Elektroničke poruke, bilješka 8.)
(poglavlje 2.4. Načini iznošenja dokaza s interneta, bilješka 16.)
(poglavlje 2.4.1. Ispisi i snimke zaslona, bilješka 19.)
- **Navlake za prijenosno računalo** [18. 11. 2015.] Opći sud, T-813/14
(poglavlje 2.4.5. Pisane izjave, bilješka 21.)
- **NAMMU/NANU** [11. 12. 2014.] Opći sud, T-498/13
(poglavlje 2.4.5. Pisane izjave, bilješka 20.)
- **Bočice** [9. 3. 2012.] Opći sud, T-450/08
(poglavlje 2.4. Načini iznošenja dokaza s interneta, bilješke 13. i 14.)
(poglavlje 2.4.5. Pisane izjave, bilješka 20.)
- **Kišobrani** [21. 5. 2015.] Opći sud, T-22/13 i T-23/13
(poglavlje 2.1. Ključni koncepti, točka (ii), bilješka 6.)
(poglavlje 2.5. Iznimke u pogledu dostupnosti dizajna, bilješka 24.)
- **Vrtni namještaj** [13. 2. 2014.], Sud Europske unije, C-479/12
(poglavlje 2.1. Ključni koncepti, točka (i), bilješka 5.)
- **Ornamentacija** [16. 12. 2010.], Opći sud, T-513/09
(poglavlje 2.2.1.2. Internetske baze podataka, bilješka 7.)
- **Dio za vrata** [15. 10. 2015.], Opći sud, T-251/14
(poglavlje 2.2.1.2. Internetske baze podataka, bilješka 7.)
- **Odvodna kanalica za tuš-kadu** [21. 9. 2017.], Sud Europske unije, C-361/15 P i C-405/15 P
(poglavlje 2.4. Načini iznošenja dokaza s interneta, bilješka 15.)
(poglavlje 2.4.1. Ispisi i snimke zaslona, bilješka 18.)
- **Karen Millen Fashions** [19. 6. 2014.], Sud Europske unije, C-345/13
(poglavlje 2.4. Načini iznošenja dokaza s interneta, bilješka 15.)