

**KOPĪGAIS PAZIŅOJUMS
KRITĒRIJIEM, LAI NOVĒRTĒTU
DIZAINPARAUGU IZPAUŠANU
INTERNETĀ**

APRĪLIS 2020

1. PAMATINFORMĀCIJA

Eiropas Preču zīmju un dizainparaugu tīklā esošie intelektuālā īpašuma biroji turpina sadarboties konverģences projektu kontekstā. Tagad tie ir vienojušies par trešo vienoto praksi attiecībā uz dizainparaugiem un desmito vispārējo praksi, kuras mērķis ir noteikt kopīgus kritērijus, lai novērtētu dizainparaugu izpaušanu internetā, un sniegt ieteikumus par to.

Šī vienotā prakse ir publiskota ar šo kopīgo paziņojumu, lai sniegtu skaidrus un visaptverošus norādījumus par to, kā novērtēt dizainparaugu izpaušanu internetā un tādējādi palielināt pārredzamību, juridisko noteiktību un paredzamību.

Tas ir paredzēts kā atsauces dokuments Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojam, ES dalībvalstu un Beniluksa intelektuālā īpašuma birojiem, citām attiecīgajām iestādēm, lietotāju apvienībām, pieteikuma iesniedzējiem, tiesību īpašniekiem, pārstāvjiem un citām ieinteresētajām personām.

2. VIENOTĀ PRAKSE

Turpmāk apkopoti galvenie vēstījumi un svarīgākie formulējumi par vienotās prakses principiem.

Pilns vienotās prakses teksts un visi izmantotie piemēri ir atrodami šā paziņojuma beigās.

Lai novērtētu dizainparaugu izpaušanu internetā, tiek ņemti vērā šādi kritēriji:

Kritērijs	<p><i>dizainparaugu izpaušanas avoti internetā</i></p> <p>Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 98/71/EK (1998. gada 13. oktobris) par dizainparaugu tiesisko aizsardzību 6. panta 1. punktā nav norādīti nekādi ierobežojumi attiecībā uz to, kur ir jānotiek izpaušanai, lai dizainparaugu varētu uzskatīt par tādu, kas ir kļuvis pieejams sabiedrībai. Tāpēc kopumā dizainparaugu var izpaust jebkur pasaulē, tostarp internetā.</p>
Vienotā prakse	<p>Izplatītākie dizainparauga izpaušanas avoti internetā ir šādi:</p> <p>a) Tīmekļa vietnes</p> <p>Ir daudz dažādu tīmekļa vietņu, kurās var izpaust dizainparaugu, piemēram, tiešsaistes veikali, sociālo plašsaziņas līdzekļu vietnes vai tiešsaistes datubāzes.</p>

Vienotajā praksē cita starpā ir ieteikts:

- no tīmekļa vietnes iegūtie pierādījumi būtu jāuzrāda, izveidojot attiecīgās tīmekļa vietnē sniegtās informācijas izdruku vai ekrānuzņēmumu;
- iesniegtajiem pierādījumiem būtu jāsniedz skaidrs priekšstats par attiecīgo dizainparaugu, atklājot tā īpatnības, izpaušanas datumu un URL adresi;
- ja informācija ir iegūta izdrukājot, drukāšanas datumu pieņem par izpaušanas datumu, ja vien no dokumenta satura vai citiem pierādījumiem nevar noteikt citu agrāku attiecīgo datumu;
- izvērtējot pierādījumus par tāda dizainparauga izpaušanu, kas nāk no tīmekļa vietnēm, par būtisku var uzskatīt informāciju par attiecīgās tīmekļa vietnes mērķi un galvenajām iezīmēm.

b) Lietotnes

Dizainparaugus var izpaust, izmantojot lietotnes, jo īpaši lietotnes, kas saistītas ar pārdošanu tiešsaistē, izsolēm, sociālo tīklu veidošanu utt.

Vienotajā praksē cita starpā ir ieteikts:

- ja lietotnēm ir arī tīmekļa vietnes versija, vēlams norādīt tīmekļa vietnē ietvertu attiecīgo informāciju;
- ja tīmekļa versija nav pieejama, mobilās ierīces ekrānuzņēmumu var izmantot kā pierādījumu.

c) Elektroniskā pasta vēstules

Elektronisko vēstuļu apmaiņu plaši izmanto tirdzniecībā, un tā var būt avots, kurā dizainparaugus var izpaust.

Vienotajā praksē cita starpā ir ieteikts:

- ja iespējams, pierādījumos, kas iegūti no e-pasta vēstuļu saziņas, vajadzētu būt redzamam dizainparauga attēlojumam, jo īpaši, ja tas bija ietverts nosūtītajā pielikumā;
- būtu skaidri jānorāda datums, kas vajadzīgs, lai novērtētu izpaušanu, jo īpaši, ja e-pasta vēstulēs ir atsauces uz vairākiem datumiem;
- būtu jāņem vērā e-pasta vēstuļu saņēmēji un mērķis, jo tā varētu būt norāde uz to, vai e-pasta vēstules ir

	<p>adresētas cilvēku lokam, kas ir attiecīgās nozares speciālisti.</p> <p>d) Datņu koplietošana</p> <p>Tas, ka datne, kurā iekļauts dizainparaugs, ir pieejama datņu koplietošanas sistēmā (piemēram, vienādranga (P2P) vai datņu mitināšanas platformās), varētu būt informācijas izpaušanas notikums.</p> <p>Vienotajā praksē cita starpā ir ieteikts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pierādot izpaušanu, izmantojot datņu koplietošanu, būtu jāiesniedz jebkādi papildu pierādījumi, ja tādi ir pieejami, piemēram, e-pasti, kuros lietotāji tiek informēti par jaunu augšupielādi, utt.; • ja datums, kad datne ir augšupielādēta platformā, nav pieejams, attiecīgo datumu var pierādīt, parādot datumu, kad lietotājs faktiski ir lejupielādējis datni.
Kritērijs	<p><i>Attiecīgā izpaušanas datuma noteikšana</i></p> <p>Novērtējot dizainparauga izpaušanu internetā, ir ļoti svarīgi noteikt datumu, kad tas kļuvis pieejams sabiedrībai.</p>
Vienotā prakse	<p>Attiecībā uz izpaušanas datumu, ko varētu noteikt ar dažādiem pieejamiem instrumentiem, vienotajā praksē cita starpā ieteikts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • lai pierādītu dizainparaugu izpaušanu, ir īpaši attiecīgo datumu, priekšroka tiek dota tīmekļa vietnes arhivēšanas pakalpojumiem, nevis meklētājprogrammu pakalpojumiem; • lai nodrošinātu dizainparaugu izpaušanas pierādījumus, kā piesardzības pasākumu ieteicams izmantot laika zīmogu; • ja ir vajadzīgi vairāki pasākumi, lai iegūtu pierādījumus par dizainparauga izpaušanu, visu pārlūkošanas sesiju var apzīmogot ar laika zīmogu; • iesniedzot pierādījumus, kas iegūti, izmantojot tiesu ekspertīzes programmatūras rīkus, būtu jāiesniedz arī informācija, kas izskaidro rīku, to, kā informācija tika iegūta, kāda veida informācija tika iegūta un no kāda satura tā tika iegūta.
Kritērijs	<p><i>Internetā iegūtu pierādījumu uzrādīšanas veidi</i></p> <p>Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 98/71/EK (1998. gada 13. oktobris) par dizainparaugu tiesisko aizsardzību nav paredzēta īpaša forma, kādā jāiesniedz pierādījumi par dizainparaugu izpaušanu. Parasti var iesniegt jebkurus līdzekļus, kas var pierādīt dizainparauga izpaušanas gadījumu.</p>

Vienotā prakse

Attiecībā uz līdzekļiem, kā sniegt internetā iegūtus pierādījumus, vienotajā praksē cita starpā ieteikts:

a) Izdrukas un ekrānuzņēmumi

- Izdrukās un ekrānuzņēmumos ideālā gadījumā būtu jāiekļauj informācija par avotu, no kura tika iegūts saturs (piemēram, URL adrese), attiecīgo datumu un izpausto dizainparaugu, un tos nevajadzētu manuāli mainīt.
- Ja izdrukā vai ekrānuzņēmumā ir norādīti vairāki datumi un/vai dizainparaugi, ieteicams skaidri norādīt, kurš ir attiecīgais datums/dizainparaugs.
- Izpausta dizainparauga attēliem vajadzētu būt precīziem un pietiekami kvalitatīviem, lai varētu noteikt tā īpatnības.

b) Attēli un videoieraksti

- Būtu jāsniedz informācija par avotu, kurā ir ietverti attēli vai videoieraksti.
- Būtu jākonstatē datums, kad ir publiskots attēls vai video, kurā attēlots dizainparaugs.
- Attēlu, kurā redzams dizainparaugs, var reproducēt izdrukā vai ekrānuzņēmumā.
- Tas varētu būt pats videoieraksts (piemēram, kā datne) vai tikai notverti attiecīgo to daļu attēli, kurās redzams dizainparaugs. Videoieraksta URL iesniegšana netiek uzskatīta par pietiekamu pierādījumu.

c) Metadati

- Ja metadati tiek iesniegti kā pierādījums, ieteicams sniegt informāciju, paskaidrojot, kā tie iegūti, kāda veida informācija iegūta un no kura avota tā iegūta.

d) URL adreses un hipersaites

- Kad tiek iesniegta URL adrese vai hipersaite, ir jāiesniedz arī tajā ietvertās attiecīgās informācijas izdruka vai ekrānuzņēmums.

e) Rakstveida paziņojumi

- Apliecinātai vai apstiprinātai informācijai, kas ietverta rakstveida paziņojumos, jāpievieno papildu pierādījumi, piemēram, izdrukas vai ekrānuzņēmumi, kas sniedz ar izpaušanu saistītu informāciju (piemēram, dizainparaugs, izpaušanas datums utt.).

<p>Kritērijs</p>	<p><i>Izņēmumi attiecībā uz dizainparaugu pieejamību internetā</i></p> <p>Ja dizainparauga izpaušanas fakts ir pierādīts, pastāv prezumpcija, ka šāds dizainparaugs ir bijis pieejams sabiedrībai. Ņemot vērā interneta globālo raksturu, kopumā tiešsaistes saturs ir pieejams visā pasaulē.</p> <p>Tikai noteiktos apstākļos izpaušanas gadījumus neuzskatīs par tādiem, ko pamatoti nav varējis uzzināt to personu loks, kas ir attiecīgās nozares speciālisti un darbojas Eiropas Savienībā. Tas var būt saistīts ar dažiem ierobežojumiem, jo īpaši attiecībā uz informācijas pieejamību vai meklējamību internetā.</p> <p>Lai atspēkotu izpaušanas prezumpciju, šie izņēmumi attiecībā uz dizainparauga pieejamību ir jāpierāda, iesniedzot attiecīgos pierādījumus.</p>
<p>Vienotā prakse</p>	<p>Attiecībā uz izņēmumiem, kas saistīti ar dizainparauga pieejamību internetā, vienotajā praksē cita starpā ir noteikts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kopumā ne piekļuves ierobežošana noteiktam cilvēku lokam, izmantojot aizsardzību ar paroli, ne prasība samaksāt par piekļuvi neliedz dizainparaugam, kas ir darīts pieejams tīmekļa vietnē, lietotnē vai datņu koplietošanas platformā, kļūt par tehnikas līmeni; • atkarībā no attiecīgās nozares, valodas var ietekmēt iespēju speciālistiem, kas darbojas Eiropas Savienībā, uzzināt par dizainparauga izpaušanu internetā; • novērtējot dizainparauga meklēšanas iespējas internetā, būtu jāapsver, vai konkrēts informācijas izpaušanas avots bija tehniski pieejams. Turklāt, novērtējot, vai attiecīgo informāciju varēja atrast internetā, būtu jāņem vērā arī to personu loka īpašie paradumi vai uzvedība, kas ir attiecīgās nozares speciālisti; • ģeogrāfiskā bloķēšana var būt vēl viens faktors, kas varētu ietekmēt speciālistu, kas darbojas Eiropas Savienībā, piekļuvi internetā atrodamai informācijai; • tāpēc situācijas, kad dizainparaugs ir izpausts saskaņā ar tieši vai netieši izteiktiem konfidencialitātes nosacījumiem, netiks uzskatītas par izpaušanu.

3. ĪSTENOŠANA

Tāpat kā līdzšinējās vienotās prakses arī šī vienotā prakse stāsies spēkā trīs mēnešus pēc šā kopīgā paziņojuma publicēšanas.

Īstenošanā iesaistītie biroji var publicēt papildu informāciju savās tīmekļa vietnēs.

[Īstenošanā iesaistīto biroju saraksts](#)



VIENOTĀ PRAKSE
KRITĒRIJI, PĒC KURIEM NOVĒRTĒ
DIZAINPARAUGU IZPAUŠANU INTERNETĀ

APRĪLIS 2020

KRITĒRIJI, PĒC KURIEM NOVĒRTĒ DIZAINPARAUGU IZPAUŠANU INTERNETĀ

1. IEVADS	2
1.1 Šā dokumenta mērķis	2
1.2 Projekta pamatojums	2
1.3 Prakses tvērums	3
2 VIENOTĀ PRAKSE	4
2.1 Galvenie jēdzieni	4
2.2 Izpaušanas vieta	5
2.2.1 Tīmekļa vietnes	5
2.2.1.1 E-komercijas platformas	6
2.2.1.2 Tiešsaistes datubāzes	6
2.2.1.3 Sociālie plašsaziņas līdzekļi	6
2.2.2 Lietotnes	7
2.2.3 Elektroniskā pasta vēstules	8
2.2.4 Datņu koplietošana	9
2.3 Attiecīgā izpaušanas datuma noteikšana	9
2.3.1 Datumi, ko uzrāda meklētājprogrammas un vietņu arhivēšanas pakalpojumi	10
2.3.2 Datora ģenerēta laika zīmoga informācija	15
2.3.3 Tiesu ekspertīzes programmatūras rīki	19
2.4 Internetā iegūtu pierādījumu uzrādīšanas veidi	19
2.4.1 Izdrukas un ekrānuzņēmumi	20
2.4.1.1 Izdrukas un ekrānuzņēmumi no e-komercijas platformām	23
2.4.1.2 Izdrukas un ekrānuzņēmumi no tiešsaistes datubāzēm	24
2.4.2 Attēli un videoieraksti	26
2.4.3 Metadati	26
2.4.4 URL adreses un hipersaites	28
2.4.5 Rakstveida paziņojumi	29
2.5 Izņēmumi attiecībā uz dizainparauga pieejamību	29
2.5.1 Paroles un maksājumi	31
2.5.2 Valoda un augstākā līmeņa domēna nosaukums	31
2.5.3 Meklējamība	31
2.5.4 Ģeogrāfiskā bloķēšana	32
2.5.5 Konfidencialitāte	32
PIELIKUMS. TERMINU SARAKSTS	34
IZMANTOTĀ JUDIKATŪRA	38

1. IEVADS

1.1 Šā dokumenta mērķis

Dokumenta mērķis ir noteikt kopējus kritērijus, pēc kuriem novērtē dizainparaugu izpaušanu internetā, un sniegt to ieteikumus (turpmāk "vienotā prakse").

Tas ir paredzēts kā atsauces dokuments Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojam (turpmāk tekstā "EUIPO"), ES dalībvalstu un Beniluksa intelektuālā īpašuma birojiem (turpmāk tekstā "dalībvalstu biroji"), citām attiecīgajām iestādēm, lietotāju apvienībām (turpmāk tekstā "LA"), pieteikuma iesniedzējiem, tiesību īpašniekiem, pārstāvjiem un citām ieinteresētajām personām.

Vienotā prakse būs plaši un viegli pieejama, nodrošinot skaidras un visaptverošas vadlīnijas, pēc kurām novērtēt dizainparaugu izpaušanu internetā. Tā ir izstrādāta, lai būtu vispārēji piemērojama, un tās mērķis ir aptvert lielāko daļu gadījumu. Lai gan attiecīgie pierādījumi vienmēr ir jāvērtē katrā atsevišķā gadījumā, ir svarīgi, lai vienādi kritēriji tiktu ievēroti, vērtējot dizainparaugu izpaušanu internetā visā Eiropas Savienībā.

1.2 Projekta pamatojums

Eiropas Parlaments un Padome 2015. gada decembrī pieņēma ES preču zīmes reformas tiesību aktu kopumu. Šajā kopumā bija iekļauti divi tiesību aktu priekšlikumi, proti, Eiropas Parlamenta un Padomes 2017. gada 14. jūnija jaunā Regula (ES) 2017/1001 par Eiropas Savienības preču zīmi (turpmāk tekstā "regula" vai "ESPZR") un ES Preču zīmju direktīva Nr. 2015/2436 (turpmāk tekstā "direktīva" vai "PZD"), kuras mērķis ir tuvināt dalībvalstu tiesību aktus, kas saistīti ar preču zīmēm. Līdztekus jauniem noteikumiem par būtiskiem un procesuāliem jautājumiem, dokumenti izveidoja stingrāku tiesisko pamatu sadarbībai. Saskaņā ar ESPZR 151. pantu sadarbība ar dalībvalstu birojiem nolūkā veicināt paņēmieni un rīku konverģenci preču zīmju un dizainparaugu jomā ir kļuvusi par EUIPO centrālo uzdevumu. ESPZR 152. pantā ir skaidri norādīts, ka šādā sadarbībā ir jāiekļauj kopēju izskatīšanas standartu izstrāde un vienotas prakses izveide.

Pamatojoties uz šo tiesisko regulējumu, 2016. gada jūnijā EUIPO valde vienojās par Eiropas sadarbības projektu sākšanu. Atainojot dažādos ESPZR minētos pasākumus, projekti tika izstrādāti, lai turpinātu iepriekš gūtos panākumus, vienlaikus uzlabojot procesus un paplašinot sadarbības iespējas.

Konverģences jomā tajā ietvēra projektu, kas īpaši paredzēts iespējamu jaunu saskaņošanas iniciatīvu noteikšanai un analīzei. Projektā tika analizēta dalībvalstu biroju prakse attiecībā uz preču zīmēm un dizainparaugiem, lai konstatētu jomas, kurās pastāv atšķirības, un, novērtējot iespējamo ietekmi, iespējamā tvēruma īstenojamību, pašreizējos tiesiskos ierobežojumus, lietotāju ieinteresētības līmeni un to, cik lielā mērā dalībvalstu biroji to var praktiski īstenot, noteiktu jomas, kurās vienota prakse būtu vislietderīgākā ieinteresētajām personām. Analīze tika veikta ciklos, un katrā ciklā tika sniegts ieteikums attiecībā uz jauna konverģences projekta sākšanu.

Šajā dokumentā izklāstītā kopējā prakse attiecas uz konverģences projektu, kas bija trešais valdes sāktais projekts un desmitais projekts kopumā. **VP10 "Kritēriji, pēc kuriem novērtē dizainparaugu izpaušanu internetā"** bija viens no projektiem, ko ieteica sākt pēc konverģences analīzes otrā cikla, kurā bija iekļauta dizainparaugu prakses analīze.

1.3 Prakses tvērums

Saistībā ar e-komercijas pieaugumu un internetā veikto tirdzniecības operāciju skaita pieaugumu, dizainparaugi arvien vairāk tiek izpausti, izmantojot šo saziņas kanālu, radot jautājumus par to, kā pierādīt izpaušanu tiešsaistē. Tas ir sevišķi būtiski, ņemot vērā to, ka internetā izvietotu saturu uzskata par vispārēji pieejamu sabiedrībai.

CP10 projektu sāka 2017. gadā nolūkā panākt skaidrību, konsekvenci un saskaņotību attiecībā uz pierādījumu novērtēšanu, lai pierādītu dizainparaugu izpaušanu internetā.

Projekta darba grupa, kuras sastāvā ir pārstāvji no sešiem dalībvalstu birojiem, *EUIPO*, trīs LA un pārstāvis no Eiropas Patentu iestādes (turpmāk tekstā “*EPO*”), cieši sadarbojās, izstrādājot kopējās prakses principus, pamatojoties uz iedibināto judikatūru un pašreizējo praksi un ņemot vērā no dalībvalstu biroju, trešo valstu intelektuālā īpašuma biroju un LA saņemtās atsauksmes.

Rezultāts ir kritēriju kopums dizainparaugu izpaušanas internetā novērtēšanai un attiecīgie ieteikumi. Vienotā prakse aptver aspektus, sākot no dažādu veidu pierādījumiem, kas ir pieņemami, lai uzrādītu internetā iegūtu informāciju, līdz konkrētiem ieteikumiem, kas saistīti ar tādu pierādījumu uzrādīšanu, kuri iegūti sociālo plašsaziņas līdzekļu tīmekļa vietnēs, tiešsaistes plašsaziņas līdzekļos, lietojumprogrammās (turpmāk tekstā “lietotnes”) vai no citiem tiešsaistes avotiem.

Tam pamatā ir vispārējs pieņēmums, ka dizainparaugu uzskata par darītu pieejamu sabiedrībai, ja tas ir publicēts sakarā ar reģistrāciju vai demonstrēts izstādē, izmantots komercdarbībā vai kā citādi nodots atklātībā, kā arī ir ņemti vērā spēkā esošie izņēmumi attiecībā uz dizainparauga pieejamību internetā. Izstrādājot šo dokumentu, kur tas bija iespējams, tika ņemtas vērā jaunās un nākotnes tehnoloģijas.

Praktiski vienotā prakse nodrošina kritērijus, pēc kuriem novērtē dizainparaugu izpaušanu internetā, un sniedz ieteikumus par šādiem aspektiem:

- iespējamie dizainparaugu izpaušanas avoti internetā;
- pierādījumu veidi, ko izmanto, lai pierādītu izpaušanu internetā;
- dažādi paņēmieni informācijas izpaušanas datuma noteikšanai;
- izņēmumi attiecībā uz dizainparauga pieejamību internetā.

Vienoto praksi ir paredzēts piemērot neatkarīgi no konkrētām procedūrām (piemēram, *ex officio* novitātes pārbaudēm, spēkā neesamības atzīšanas procedūras) vai dizainparauga statusa (t. i., reģistrēts vai neregistrēts). Tāpēc to varētu izmantot arī kā vadlīnijas dizaineriem vai citiem tiesību īpašniekiem, kad viņu dizainparaugi tiek izpausti internetā vai lai pierādītu šādu izpaušanu.

Tomēr jānorāda, ka Direktīvas 98/71/EK par dizainparaugu tiesisko aizsardzību (turpmāk tekstā “Dizainparaugu direktīva”) 6. pantā paredzētā jēdziena “personu loks, kas ir attiecīgās nozares speciālisti” novērtējums ir ārpus šā projekta darbības jomas.

Šā dokumenta beigās ir saraksts (pielikums), kurā definēti vienotajā praksē izmantotie termini. Attiecīgie termini šajā dokumentā ir pasvītroti, iekrāsoti zilā krāsā un ir sasaistīti ar glosāriju¹.

¹Lasot digitālā formātā, lasītāji var piekļūt attiecīgajai definīcijai, izpildot komandu “Ctrl + klikšķis” uz norādītajiem terminiem. Lai atgrieztos pie attiecīgā lekcijas punkta, nospiediet “Alt + bultiņa pa kreisi” uz klaviatūras.

2 VIENOTĀ PRAKSE

2.1 Galvenie jēdzieni

Dizainparaugu aizsargā tiktāl, cik tas ir jauns un tam ir individuāls raksturs². To uzskata par jaunu, ja identisks dizainparaugs iepriekš nav izpausts sabiedrībai, un tam ir individuāls raksturs, ja kopiespaids, ko tas atstāj uz informētu lietotāju, atšķiras no kopiespaيدا, kādu uz šādu lietotāju atstāj jebkurš cits iepriekš izpausts dizainparaugs³. Tāpēc izpaušana varētu būt būtiska, novērtējot, vai dizainparaugs atbilst aizsardzības prasībām.

Novērtējot dizainparauga izpaušanu internetā, jāņem vērā standarta divpakāpju pārbaude, kas paredzēta Dizainparaugu direktīvas 6. panta 1. punktā. Proti, dizainparaugu uzskata par darītu pieejamu sabiedrībai, *i*) ja tas ir publicēts sakarā ar reģistrāciju vai citādi vai demonstrēts izstādē, izmantots komercdarbībā vai citādi nodots atklātībai, *ii*) izņemot, ja par šiem notikumiem parastā uzņēmējdarbības gaitā praktiski nav varējuši uzzināt attiecīgās nozares speciālisti, kas darbojas Eiropas Savienībā⁴.

Turklāt papildu izņēmumus, kas ietverti Dizainparaugu direktīvas 6. pantā, var piemērot, ja dizainparaugu neuzskata par darītu pieejamu sabiedrībai, proti, ja *i*) tas ir izpausts ar konfidencialitātes nosacījumu; *ii*) to ir izpaudis dizainers, viņa tiesību pārņēmējs vai trešā persona dizainera vai viņa tiesību pārņēmēja sniegtās informācijas vai veiktās darbības rezultātā 12 mēnešu laikā pirms pieteikuma iesniegšanas vai prioritātes datuma; *iii*) tas ir izpausts ļaunprātīgas rīcības dēļ pret dizaineru.

Pastāv vispārējs pieņēmums, ka dizainparaugs ir darīts pieejams sabiedrībai, ja ir konstatēts izpaušanas notikums, ja vien netiek pierādīts, ka ir piemērojami iepriekš minētie izņēmumi.

Novērtējot dizainparauga izpaušanas internetā notikumu, jāņem vērā šādi trīs galvenie aspekti:

(i) avots, kur dizainparaugs ir izpausts internetā.

Parasti dizainparaugu var izpaust jebkur pasaulē, tostarp internetā⁵. Novērtējot dizainparaugu izpaušanu internetā, jāņem vērā turpmāk minētais:

- iespējamie avoti, kur var tikt izpausti dizainparaugi, piemēram, tīmekļa vietnes, datņu apmaiņa u. c.;
- sīka informācija par izpaušanas avotu;

(ii) izpaustais dizainparaugs.

Dizainparaugs, kas izpausts internetā, ir tehnikas līmeņa daļa. Parasti nav nozīmes tam, vai dizainparaugs ir izpausts kā preču zīme, autortiesību darbs, patents, lietderīgais modelis vai citādi⁶.

²3. panta 2. punkts [Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 13. oktobra Direktīvā 98/71/EK par dizainparaugu tiesisko aizsardzību](#).

³4. un 5. pants Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 13. oktobra Direktīvā 98/71/EK par dizainparaugu tiesisko aizsardzību.

⁴ 14.03.2018., T-651/16, Apavi, EU:T:2018:137, 48. punkts.

⁵ 13.02.2014., C-479/12, *Gartenmöbel*, EU:C:2014:75, 33. punkts.

⁶ 21.05.2015., T-22/13 un T-23/13, Lietussargi, EU:T:2015:310, 24. punkts.

Internets sniedz visplašākās iespējas pierādīt dizainparaugu izpaušanu. Šajā saistībā būtu jāņem vērā šādi aspekti:

- internetā iegūto pierādījumu uzrādīšanas līdzekļi (piemēram, [izdrukas](#), [hipersaites](#), ar zvērestu apliecinātas liecības u. c.);
- izpaustā dizainparauga attēlojums un identificēšana internetā iegūtajos pierādījumos;

(iii) datums, kad dizainparaugs izpausts internetā.

Novērtējot dizainparauga izpaušanu internetā, ir ļoti svarīgi noteikt datumu, kad tas tika darīts pieejams sabiedrībai (turpmāk tekstā “attiecīgais datums”).

Nosakot attiecīgo datumu, varētu rasties vairāki jautājumi, jo īpaši:

- kā to noteikt, ja interneta avotā nav norādīts datums;
- kurš ir attiecīgais izpaušanas datums, ja pierādījumi norāda uz vairākiem datumiem;
- kā noteikt attiecīgo datumu, ja norādītais datums ir laika daudzums (piemēram, minūšu, stundu, dienu, nedēļu vai mēnešu skaits) kopš informācijas publicēšanas (attiecīgais datums), nevis precīzs datums un laiks (absolūtais datums).

2.2 Izpaušanas vieta

Kā noteikts Dizainparaugu direktīvas 6. panta 1. punktā, uzskata, ka dizainparaugs ir darīts pieejams sabiedrībai, ja tas ir publicēts sakarā ar reģistrāciju vai citādi vai demonstrēts izstādē, izmantots komercdarbībā vai citādi nodots atklātībai.

Jānorāda, ka iepriekšminētais noteikums sniedz tikai iespējamu izpaušanas notikumu piemērus (t. i., “publicēts sakarā ar reģistrāciju vai citādi”, “demonstrēts izstādē”, “izmantots komercdarbībā”), bet nesniedz izsmeļošu šādu notikumu sarakstu (t. i., “vai citādi nodots atklātībai”). Turklāt nav ierobežojumu attiecībā uz to, kur jānotiek izpaušanas notikumam, lai dizainparaugu varētu uzskatīt par darītu pieejamu sabiedrībai.

Izplatītākie dizainparauga izpaušanas avoti internetā ir šādi:

- tīmekļa vietnes;
- [lietotnes](#);
- [elektroniskā pasta vēstules](#);
- [datņu apmaiņa](#).

Iesniegtajos pierādījumos pienācīgi jāidentificē dizainparauga izpaušanas avots internetā.

Jāņem vērā tas, ka no iepriekšminētajiem avotiem iegūtās informācijas pasniegšanas veids var atšķirties, un tāpēc turpmākajās sadaļās tie tiks apskatīti atsevišķi.

2.2.1 Tīmekļa vietnes

Ir daudz dažādu tīmekļa vietņu, kas pieejamas internetā, piemēram, privātas, uzņēmumu, iestāžu vai organizāciju tīmekļa vietnes.

Turpmāk ir izcelti daži veidi to īpatnību dēļ, izvērtējot to saturu dizainparaugu izpaušanas vajadzībām:

- [e-komercijas platformas](#);
- [tiešsaistes datubāzes](#);
- [sociālie plašsaziņas līdzekļi](#).

2.2.1.1 E-komercijas platformas

Pastāvīgā e-komercijas izaugsme maina tirdzniecības paradumus, jo īpaši mazumtirdzniecības nozarē. Daudzas no esošajām tīmekļa vietnēm ir paredzētas dažādiem e-komercijas veidiem, piemēram, tiešsaistes mazumtirdzniecībai, tiešsaistes izsolēm, tiešsaistes tirgiem un tiešsaistes tirdzniecības vietām.

Produkta piedāvāšana pārdošanai e-veikalā vai tā iekļaušana tiešsaistes katalogā parasti ir attiecīgajā produktā iekļautā dizainparauga izpaušanas notikums. Praksē arvien vairāk dizainparaugu tiek darīti pieejami sabiedrībai, parādot tos e-komercijai paredzētās tīmekļa vietnēs.

2.2.1.2 Tiešsaistes datubāzes

Šajā dokumentā tiešsaistes datubāzes saprot kā tādas, kas satur informāciju par intelektuālā īpašuma tiesībām, kuras ir būtiskas, lai novērtētu dizainparaugu izpaušanu. Šīs datubāzes var pārvaldīt valsts iestādes vai privātas struktūras.

Dizainparauga publicēšana datubāzē, ko pārvalda valsts iestādes, ir izpaušana, kas principā nevar tikt atspēkota, pamatojoties uz pieejamības izņēmumiem, kuri minēti šā dokumenta 2.5. sadaļā. Tā ietver, piemēram, dizainparaugu, preču zīmju vai patentu reģistrācijas publicēšanu internetā, ko veic intelektuālā īpašuma biroji⁷.

Taču novērtējums attiecībā uz izpaušanu datubāzē, ko pārvalda privāta struktūra, neatšķiras no tā, ko veic attiecībā uz tīmekļa vietnēm kopumā.

2.2.1.3 Sociālie plašsaziņas līdzekļi

[Tiešsaistes plašsaziņas līdzekļi](#) ir būtiski mainījuši to, kā tiek veidota un koplietota informācija. Internetā ir pieejami vairāki tiešsaistes plašsaziņas līdzekļu pakalpojumi. Dizainparaugu izpaušanai būtiskākie tiešsaistes plašsaziņas līdzekļu pakalpojumi ir tie, kas saistīti ar sociālajiem plašsaziņas līdzekļiem, jo īpaši sociālā tīklošanās, [blogi](#) un [videoblogi](#).

Sociālos plašsaziņas līdzekļus plaši izmanto dizaineri, lai dalītos ar savu darbu, un arī uzņēmumi, lai parādītu jaunus izstrādājumus, u. c.

Dažas no sociālo plašsaziņas līdzekļu galvenajām iezīmēm ir tas, ka to saturu veido lietotāji un ka informācijas izplatīšana varētu būt ļoti ātra un vērienīga. Novērtējot dizainparaugu izpaušanu dažādos sociālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumos, varētu būt svarīgi tādi aspekti kā to mērķis vai būtība. Turklāt daži sociālo plašsaziņas līdzekļu pakalpojumi sniedz iespēju iegūt vēsturisku informāciju vai pat meklēt saturu. Citos gadījumos saturs var būt pieejams tikai īsā laikposmā.

⁷ 16.12.2010., T-513/09, *Ornamentación*, EU:T:2010:541, 20. punkts; 15.10.2015., T-251/14, *Durvis* (to daļas), EU:T:2015:780, 22. punkts.

Jānorāda, ka papildus minētajiem tīmekļa vietņu veidiem turpmāk minētos ieteikumus varētu piemērot arī citām tīmekļa vietnēm, kas nav īpaši pieminētas vienotajā praksē.

Ieteikumi:

- *no tīmekļa vietnes iegūtie pierādījumi būtu jāuzrāda, izveidojot attiecīgās tīmekļa vietnē sniegtās informācijas izdruku vai [ekrānuuzņēmumu](#);*
- *iesniegtajiem pierādījumiem būtu jāsniedz skaidrs priekšstats par attiecīgo dizainparaugu, atklājot tā īpatnības, izpaušanas datumu un [URL](#) adresi;*
- *ja informācija ir iegūta izdrukājot, [drukāšanas datumu](#) pieņem par izpaušanas datumu, ja vien no dokumenta satura vai citiem pierādījumiem nevar noteikt citu agrāku attiecīgo datumu;*
- *novērtējot no kādām tīmekļa vietnēm (piemēram, tiešsaistes veikaliem, sociālo plašsaziņas līdzekļu vietnēm) iegūtos pierādījumus par dizainparauga izpaušanu, informācija par attiecīgās tīmekļa vietnes mērķi un galvenajiem raksturlielumiem varētu būt būtiska, lai novērtētu dizainparauga pieejamību.*

2.2.2 Lietotnes

Liela daļa tiešsaistes aktivitāšu ietver lietotņu izmantošanu (piemēram tiešsaistes mazumtirdzniecība, tiešsaistes izsoles, sociālā tīklošanās, tūlītēja ziņapmaiņa u. c.). Tāpēc šie apstākļi ir jāņem vērā, novērtējot dizainparaugu izpaušanu.

Jāņem vērā, ka dažām tīmekļa vietnēm ir arī [lietotnes versija](#). Tas ir tāpēc, ka izplatīta ir tīmekļa vietņu īpašnieku prakse izveidot savas tīmekļa vietnes lietotnes versiju, kas ļauj tai vieglāk piekļūt no mobilajām ierīcēm.

Saistībā ar dizainparaugu izpaušanu lietotnes un tīmekļa vietnes salīdzinoši līdzīgā veidā var nodrošināt to pašu būtisko saturu (t. i., datumu, dizainparaugu). Tāpēc galvenā atšķirība starp lietotnēm un tīmekļa vietnēm ir nevis pašā saturā, bet attiecīgās informācijas uzrādīšanas līdzekļos.

Var būt grūti pierādīt dizainparaugu izpaušanu lietotnēs, kam nav tīmekļa versijas, jo īpaši tāpēc, ka:

- ir grūti iegūt pierādījumus, ka dizainparaugs ir izpausts, izmantojot lietotni, ja informācija ir attēlota īslaicīgi un, iespējams, nav atgūstama pēc noteikta laika;
- ir ierobežoti [tīmekļa arhivēšanas pakalpojumi](#), lai attēlotu no lietotnēm iegūtos vēsturiskos datus;
- ir ierobežota iespēja izveidot lietotnēs attēlotās informācijas izdrukātu versiju.

Ieteikumi:

- *ja lietotnēm ir arī tīmekļa versija, ieteicams iegūt attiecīgo informāciju no tīmekļa vietnes;*
- *ja tīmekļa versija nav pieejama, mobilās ierīces ekrānuuzņēmumu var izmantot kā pierādījumu;*

- *ja attiecīgā informācija tiek iesniegta kā ekrānuzņēmums, kas iegūts no lietotnes, ekrāna uzņemšanas datums tiks uzskatīts par informācijas izpaušanas datumu, ja vien no paša ekrānuzņēmuma satura vai kāda cita apstiprinoša pierādījuma nevar noteikt agrāku attiecīgo datumu;*
- *novērtējot pierādījumus par dizainparaugu izpaušanu, kas iegūti no kādām lietotnēm (piemēram, iepirkšanās lietotnēm, sociālajiem plašsaziņas līdzekļiem u. c.), informācija par konkrētās lietotnes mērķi un galvenajiem raksturlielumiem var būt būtiska, lai novērtētu dizainparauga pieejamību.*

2.2.3 Elektroniskā pasta vēstules

Elektroniskā pasta vēstules (turpmāk tekstā “e-pasta vēstules”) var būt vēl viens dizainparaugu izpaušanas avots internetā. Parasti e-pasta vēstuli uztver kā privātu saraksti. Tomēr e-pasta vēstules arī plaši izmanto e-komercijā.

E-pasta vēstuli, kuras mērķis ir reklamēt izstrādājumu, tostarp ierobežotam personu lokam, nebūtu jāuzskata par privātu saraksti. Piemēram, e-pasta vēstuli, ko nosūtījis konkrēta izstrādājuma ražotājs atlasītiem mazumtirgotājiem ar piedāvājumu laist to tirgū, parasti uzskata par attiecīgajā izstrādājumā iekļauta dizainparauga izpaušanas notikumu. Tāpēc, novērtējot dizainparaugu izpaušanu e-pasta vēstulju saziņā, jāņem vērā e-pasta vēstules saturs, nevis forma⁸.

Turklāt e-pasta vēstulēs ietvertie standarta dati varētu sniegt vērtīgas norādes dizainparaugu izpaušanas novērtēšanai. Piemēram, “nosūtīšanas” vai “saņemšanas” datums varētu atklāt, kad notika izpaušana, un adresātu adreses varētu palīdzēt noteikt, vai paziņojums ir paredzēts attiecīgajam speciālistu lokam.

Jāņem vērā, ka e-pasta vēstulēs parasti ir konfidencialitātes prasības. Tomēr to efektivitāte jāvērtē piesardzīgi. Piemēram, e-pasta vēstulju saturs, saņēmēji un mērķis varētu ietekmēt šādu prasību patiesumu (skatīt 2.5.5. sadaļu).

Ieteikumi:

- *ja iespējams, pierādījumos, kas iegūti no e-pasta vēstulju saziņas, vajadzētu būt redzamam dizainparauga attēlojumam, jo īpaši, ja tas bija ietverts nosūtītajā pielikumā;*
- *būtu skaidri jānorāda datums, kas vajadzīgs, lai novērtētu izpaušanu, jo īpaši, ja e-pasta vēstulēs ir atsauces uz vairākiem datumiem;*
- *būtu jāņem vērā e-pasta vēstulju saņēmēji un mērķis, jo tā varētu būt norāde uz to, vai e-pasta vēstules ir adresētas cilvēku lokam, kas ir attiecīgās nozares speciālisti. Pat ja adresātu saraksts nav atklāts, e-pasta vēstules saturs joprojām var palīdzēt noteikt, vai tā bija paredzēta kā privāta saziņa vai faktiski paredzēta plašākai auditorijai⁹;*
- *e-pasta vēstulē ietverta konfidencialitātes prasību patiesums jānovērtē, ņemot vērā e-pasta vēstules saturu, saņēmējus un mērķi.*

⁸ 27.02.2018., T-166/15, Mobilo tālruņu korpusi, EU:T:2018:100, 93. punkts.

⁹ 27.02.2018., T-166/15, Mobilo tālruņu korpusi, EU:T:2018:100, 93. punkts.

2.2.4 Datņu koplietošana

Tādas datnes izgatavošana, kurā iekļauts dizainparaugs, kas pieejams, izmantojot [datņu koplietošanas](#) sistēmu, principā ir izpaušanas notikums.

Šajā dokumentā ir aplūkoti divi izplatītākie datņu koplietošanas pakalpojumi, proti, [vienādranga \(P2P\) koplietošana](#) un [datņu mitināšana](#).

Šie pakalpojumi ir līdzīgi tādā mērā, ka abos gadījumos lejupielādei pieejamās datnes uzskaita koplietošanas platformā, un, sekojot to hipersaitēm, lietotāji tās var lejupielādēt.

Galvenā atšķirība starp tām būtībā ir tehniska. P2P datņu koplietošanas gadījumā datnes tiek lejupielādētas tieši no viena lietotāja datora otrā, turpretim datņu mitināšanas gadījumā šīs datnes vispirms būs jāaugšupielādē koplietošanas platformā.

Jānorāda, ka jebkurā no iepriekš minētajām sistēmām koplietoto datņu saturs parasti nav redzams lietotājiem, kamēr datnes nav lejupielādētas un atvērtas. Tāpēc, novērtējot dizainparaugu izpaušanu, izmantojot datņu koplietošanas sistēmas, jāņem vērā divi galvenie aspekti:

- saiknes noteikšana starp datnes, kas satur dizainparaugu, saturu un datnes atsauci datņu koplietošanas sistēmā;
- attiecīgā datuma noteikšana.

Pierādot dizainparauga izpaušanu, izmantojot datņu koplietošanu, nepietiek tikai ar izdruku no platformas, kurā ir redzama indeksētā datne. Būs jānosaka saikne starp datnes indeksu un tās saturu.

Pierādījumos jānorāda arī izpaušanas datums. Parasti datums, kad datne ir padarīta pieejama koplietošanai, tiek uzskatīts par izpaušanas datumu, ja vien netiek pierādīts, ka faktiski neviena datne nav lejupielādēta, izmantojot šo hipersaiti. Ja datums, kad datne ir darīta pieejama, nav norādīts, par attiecīgo datumu uzskata datumu, kad datne faktiski tika lejupielādēta.

Jānorāda, ka dažas datņu koplietošanas sistēmas ierobežo piekļuvi, izmantojot [paroli](#) vai pieprasot veikt [maksājumu](#), kas būtībā netraucē uzskatīt dizainparaugu par izpaustu (skatīt 2.5.1. sadaļu).

Ieteikumi:

- *pierādot izpaušanu datņu koplietošanā, ieteicams iesniegt visus papildu pierādījumus, ja tādi ir pieejami, piemēram, e-pasta vēstules, kas informē lietotājus par jaunu augšupielādi, utt.;*
- *ja datums, kad datne ir augšupielādēta platformā, nav pieejams, attiecīgo datumu var pierādīt, parādot datumu, kad lietotājs faktiski ir lejupielādējis datni;*
- *lai pierādītu saikni starp datnes saturu un tās indeksācijas atsauci platformā, var izmantot datora ģenerētu laika zīmogošanu (skatīt 2.3.2. sadaļu) vai valsts notāra pakalpojumus.*

2.3 Attiecīgā izpaušanas datuma noteikšana

Cits kritērijs, kas vajadzīgs, lai novērtētu dizainparauga izpaušanu, ir izpaušanas datuma noteikšana; proti, datums, kurā dizainparaugs ir kļuvis pieejams sabiedrībai.

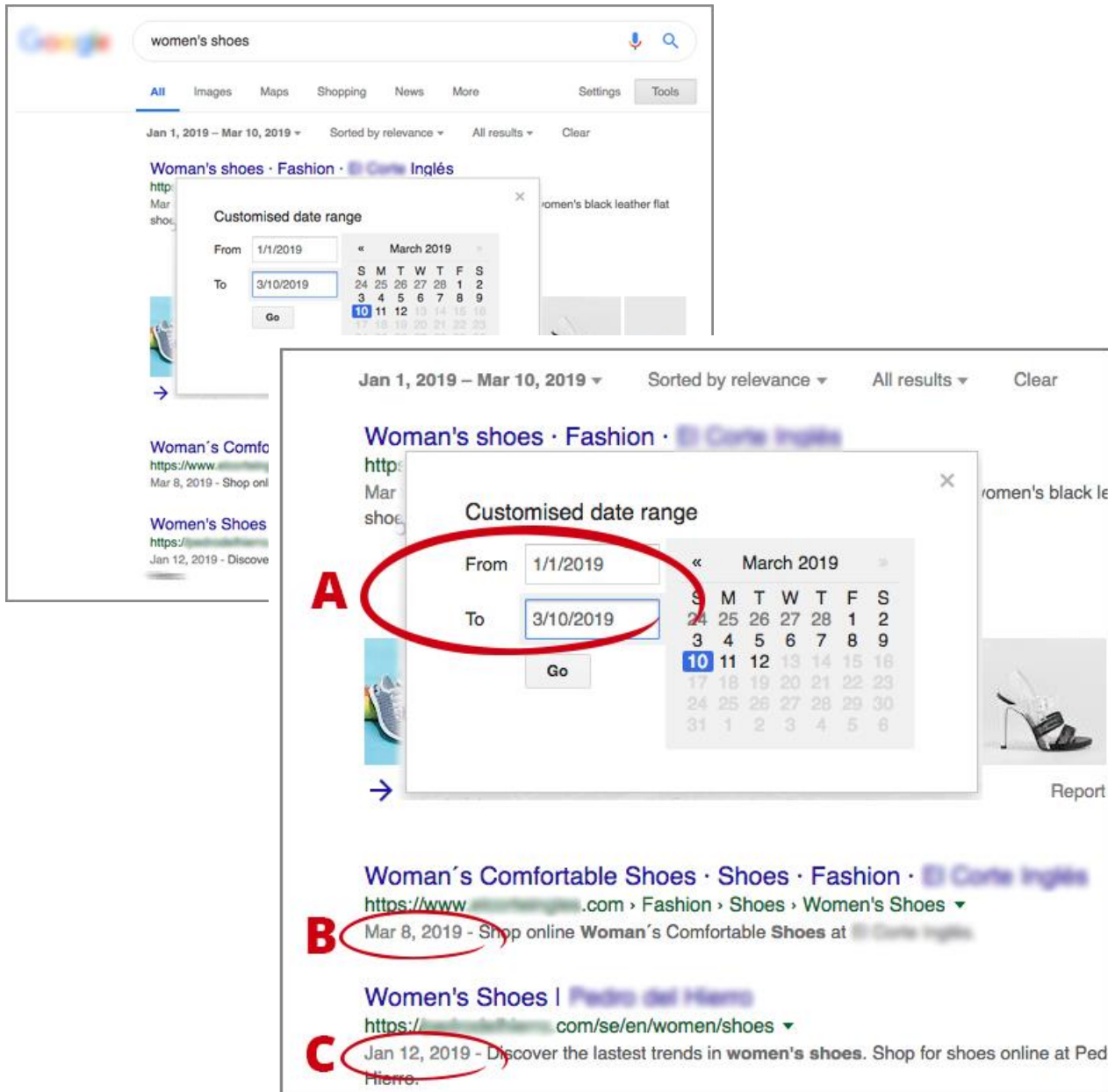
Iepriekšējā sadaļā par izpaušanas avotiem internetā uzmanība pievērsta aspektiem, kas jāņem vērā, nosakot attiecīgo datumu katrā konkrētajā avotā, kurā var rasties izpaušanas notikums. Savukārt šajā sadaļā ir sniegts neizsmeļošs *rīku* saraksts, kas var palīdzēt noteikt datumu, kad dizainparaugs ir kļuvis pieejams internetā.

2.3.1 Datumi, ko uzrāda meklētājprogrammas un vietņu arhivēšanas pakalpojumi


Informācijas izpaušanas datumu var noteikt, izmantojot attiecīgos datus, ko uzrāda [meklētājprogrammas](#) un vietņu arhivēšanas pakalpojumi.

Meklētājprogrammas ļauj lietotājiem meklēt informāciju noteiktā laikposmā (skatīt norādi “A” 1. piemērā)¹⁰. Iegūtie rezultāti var būt sākotnējs norādījums tam, kad attiecīgais saturs bija pieejams tiešsaistē. Tomēr, lai pierādītu izpaušanu, attiecīgo datumu vajadzētu apstiprināt ar papildu informāciju, ideālā gadījumā — ar datumiem, kas ietverti meklēšanas rezultātos uzskaitīto konkrēto vietņu saturā.

¹⁰ Dažas meklētājprogrammas īslaicīgi glabā informācijas vai [kešatmiņas](#) vietnes. Tas tiek darīts, izmantojot programmu, ko dēvē par “tīmekļa pārmeklētāju”, kas skenē internetu, apmeklē katru tīmekļa vietni, ko tā var, un glabā rādītājā informāciju par šīm tīmekļa vietnēm (piemēram, vietnes vai tās satura publicēšanas vai izveidošanas datumu).



Jan 1, 2019 – Mar 10, 2019 ▾ Sorted by relevance ▾ All results ▾ Clear

Woman's shoes · Fashion ·  **Corre Inglés**

Customised date range


From 1/1/2019 « March 2019 »

To 3/10/2019

Go

A

Jan 1, 2019 – Mar 10, 2019 ▾ Sorted by relevance ▾ All results ▾ Clear

Woman's shoes · Fashion ·  **Corre Inglés**

Customised date range



From 1/1/2019 « March 2019 »


To 3/10/2019

Go

B

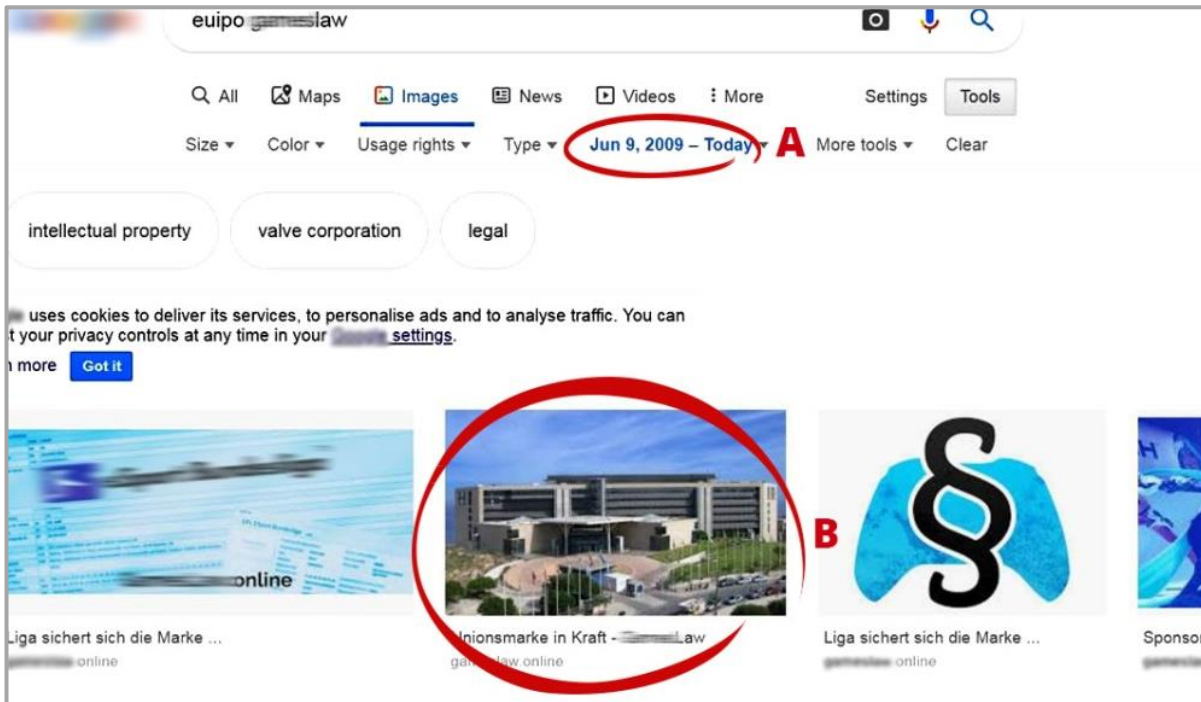
C

Woman's Comfortable Shoes · Shoes · Fashion ·  **Corre Inglés**
<https://www.angels.com> > Fashion > Shoes > Women's Shoes ▾
 Mar 8, 2019 - Shop online Woman's Comfortable Shoes at  **Corre Inglés**

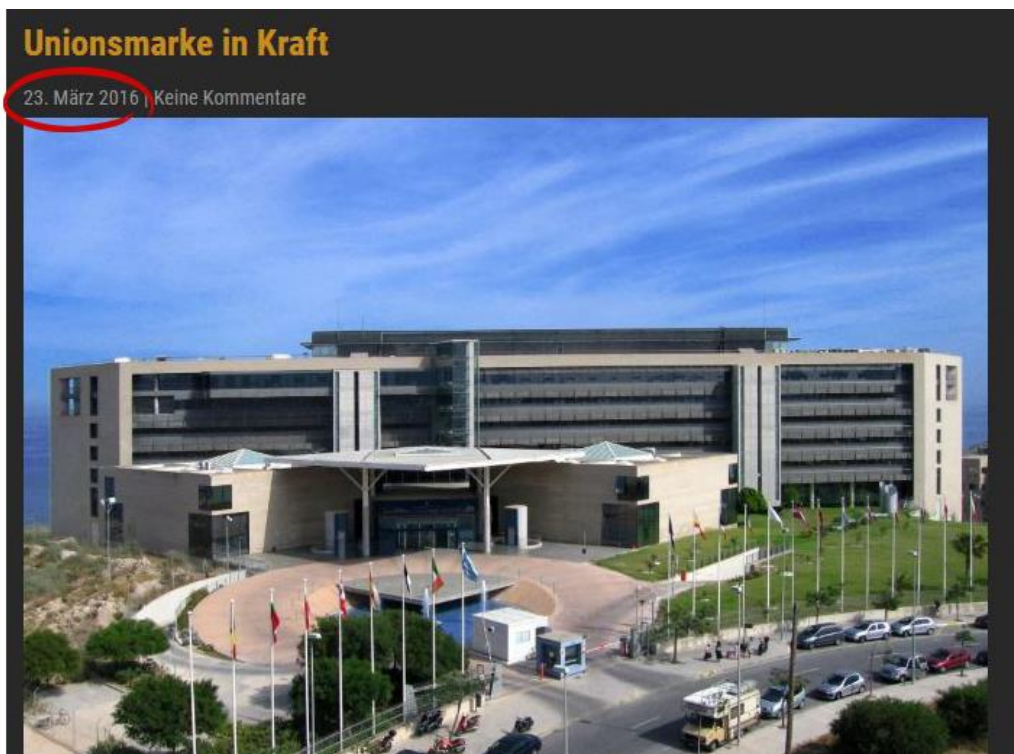
Women's Shoes |  **Pedro del Hierro**
<https://pedrodelhierro.com/se/en/women/shoes> ▾
 Jan 12, 2019 - Discover the latest trends in women's shoes. Shop for shoes online at Pedro del Hierro.

1. piemērs

Iepriekš minēto ierobežojumu dēļ uz meklētājprogrammām jāpaļaujas piesardzīgi. Pirmkārt, meklējot noteiktā laikposmā (skatīt norādi "A" 2. piemērā), iegūtais datums var nebūt datums, kad attiecīgais saturs tika publicēts (skatīt norādi "C" 2. piemērā), bet datums, kad rīks saglabāja kešatmiņā vai notvēra konkrēto vietni (skatīt norādi "B" 2. piemērā). Otrkārt, tās tīmekļa vietnes saturs, kurā redzams dizainparaugs, var būt saistīts nevis ar norādīto datumu, bet ar minētās tīmekļa vietnes jaunāko versiju.



Kad jūs ievadāt attiecīgo tīmekļa vietni, kurā redzams attēls, jūs konstatējat, ka attēla publicēšanas datums ir 2016. gada 23. marts.



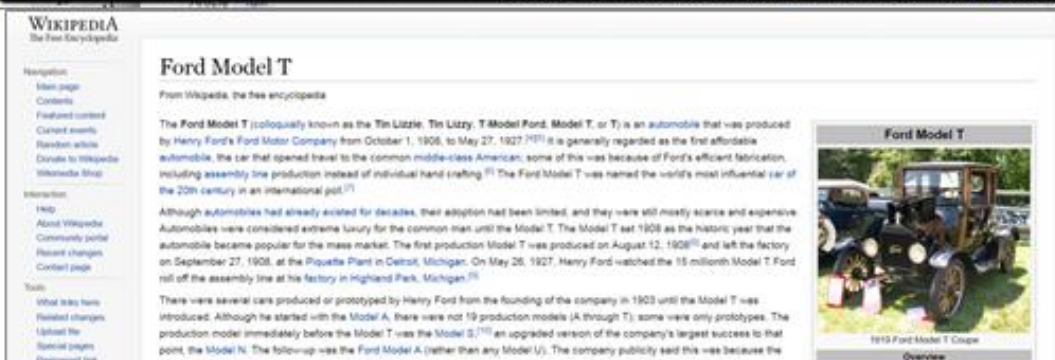
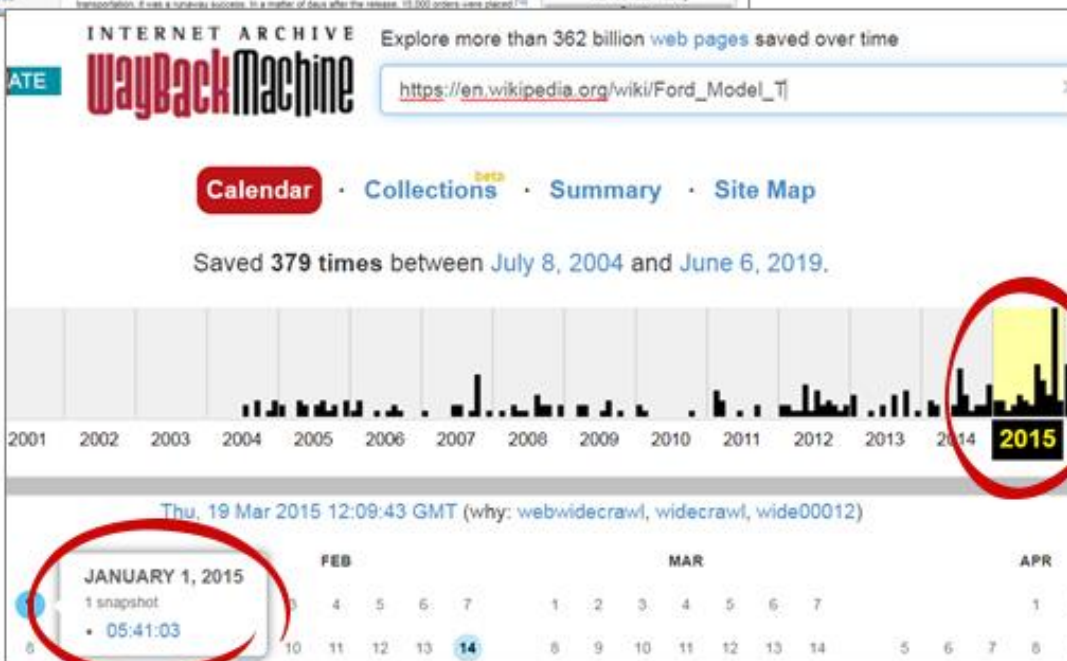
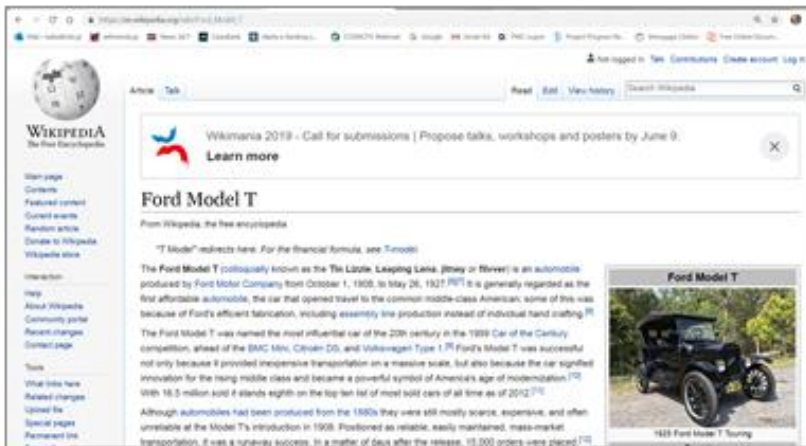
2. piemērs

Turpretim tīmekļa vietņu arhivēšanas pakalpojumi (piemēram, "[WayBack Machine](#)") var būt lietderīgs rīks izpaušanas datuma pierādīšanai.

Tie nodrošina piekļuvi arhivētām tīmekļa vietnēm vai to daļām secībā, kādā tās parādījās noteiktā brīdī ("tveršana") (skatīt norādi "A" 3. piemērā). Turklāt tīmekļa vietņu arhīvi nodrošina arī iespēju tās aplūkot un pārvietoties pa tām.

Tomēr, novērtējot pierādījumus, kas iegūti no tīmekļa vietņu arhivēšanas pakalpojumiem, būtu jāņem vērā šādi aspekti:

- ierobežota pieeja vietnes saturam. Piemēram, varētu nebūt iespējams arhivēt ar paroli aizsargātu saturu, vai tīmekļa vietņu īpašnieki var bloķēt arhivēšanas sistēmu piekļuvi tās saturam (piemēram, [Robot Exclusion](#));
- satura dzēšana. Tīmekļa vietņu īpašniekiem ir tiesības pieprasīt dzēst arhivēto saturu;
- epizodiski atjauninājumi. Tīmekļa vietnes netiek arhivētas katru reizi, kad tās tiek atjauninātas vai mainītas, bet tikai tad, kad tās apmeklē [tīmekļa pārmeklētāji](#). Tas savukārt ir atkarīgs no tīmekļa vietnes popularitātes.



3. piemērs

Ieteikumi:

- *lai pierādītu dizainparaugu izpaušanu, meklētājprogrammu pakalpojumu vietā ieteicams izmantot tīmekļa vietņu arhivēšanas pakalpojumus;*
- *ir svarīgi ņemt vērā, ka, pārvietojoties arhivētajā tīmekļa vietnē, šādas vietnes atsevišķas daļas var attiekties uz dažādiem datumiem.*

2.3.2 Datora ģenerēta laika zīmoga informācija

[Elektronisks laika zīmogs](#) piešķir precīzu laiku datnei, ziņojumam, darījumam, attēlam u. c., sniedzot pierādījumus par saturs esamību kādā brīdī.

Ir pieejami dažādi pakalpojumi, kas piešķir [laika zīmogu](#). Dažus no tiem Eiropas Komisija ir atzinusi kā atbilstīgus prasībām Regulā (ES) Nr. 910/2014 par elektronisko identifikāciju un uzticamības pakalpojumiem elektronisko darījumu veikšanai iekšējā tirgū (turpmāk tekstā “*eIDAS regula*”¹¹). Šo pakalpojumu sniedzēji var piešķirt [kvalificētus elektroniskos laika zīmojus](#).

Eiropas Komisija ir publicējusi Eiropas [kvalificētu laika zīmogu izsniedzēju](#)¹² sarakstu.

Vienas dalībvalsts kvalificētu laika zīmogu atzīst par tādu visās dalībvalstīs. Turklāt attiecībā uz kvalificētu elektronisko laika zīmogu pastāv prezumpcija par tajā norādītā datuma un laika precizitāti un to datu integritāti, ar kuriem ir saistīts minētais datums un laiks¹³.

Laika zīmogošana var nodrošināt ekrānuzņēmumā vai izdrukā iekļauto saturu (skatīt norādi “A” 4. un 5. piemērā) pret iespēju, ka tas vēlāk tiks grozīts vai dzēsts no sākotnējā avota. Turklāt uz šāda veida pierādījumiem neattiecas nekādi teritoriālie ierobežojumi.

Kad laika zīmogu pieprasa noteiktai tīmekļa vietnei, pakalpojums sniegs sertifikātu, kas apliecinās, ka saturs ar laika zīmogu, piemēram, URL adrese un datums, bija pilnīgi saistīts ar šo tīmekļa vietni brīdī, kad tam tika uzlikts laika zīmogs (skatīt norādi “A” 5. piemērā un norādes “A” un “B” 6. piemērā).

Gan statiskām tīmekļa vietnēm, gan pārlūkošanas sesijām var uzlikt laika zīmogu.

Parasti, uzliekot laika zīmogu statiskām tīmekļa vietnēm, laika zīmoga pakalpojums izsniedz digitālu sertifikātu, kurā norādīts saturs, kas noteiktā brīdī redzams konkrēta URL adresē, norādot precīzu datumu un laiku. Šāda veida laika zīmogs paredzēts, lai garantētu, ka iesniegtais ekrāna tvērums nav mainīts, jo sertifikātā, kas digitāli parakstīts un kam uzlikts laika zīmogs, ir ietverta URL un HTML koda sniegtā vizuālā informācija kā sertifikāta pielikums.

¹¹ [Regula \(ES\) Nr. 910/2014 par elektronisko identifikāciju un uzticamības pakalpojumiem elektronisko darījumu veikšanai iekšējā tirgū \(“eIDAS regula”\)](#). Pieņemta 2014. gada 23. jūlijā un ar to atcēla Direktīvu 1999/93/EK.

¹² Uzticamais saraksts: <https://webgate.ec.europa.eu/tl-browser/#/>

¹³ *eIDAS* regulas Nr. 910/2014 41. pants.

Laika zīmoga uzlikšana statistikai tīmekļa vietnei

Artemide Eclisse Blanca Lámpara de Mesa > Opiniones de clientes

Opiniones de clientes

★★★★☆ 3
3,7 de 5 estrellas

5 estrellas	67%
4 estrellas	0%
3 estrellas	0%
2 estrellas	33%
1 estrella	0%

Color: Blanco | Cambiar
Precio: 112,90 €

Buscar opiniones de clientes

ORDENAR POR: Mejor valorado...
FILTRAR POR: Todos los autores de o..., Todas las estrellas, Todos los formatos, Texto, imagen, vídeo

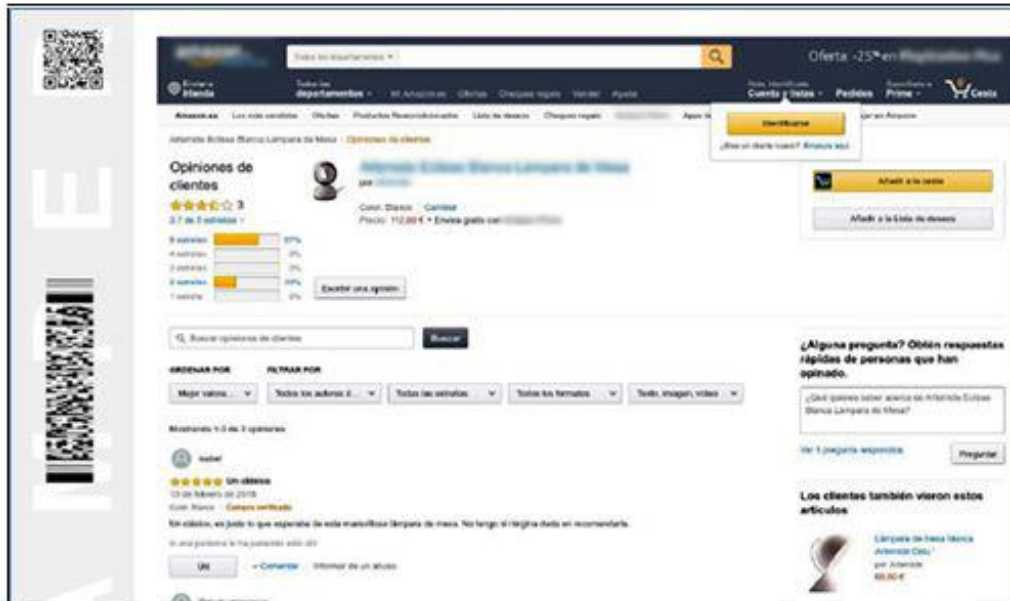
Mostrando 1-3 de 3 opiniones

isabel
★★★★★ **Un clásico**
13 de febrero de 2018
Color: Blanco | **Compra verificada**
Un clásico, es justo lo que esperaba de esta maravillosa lámpara de mesa. No tengo ni ninguna duda en recomendarla.
A una persona le ha parecido esto útil
 | |

Thischarmingman
★★★★★ **preciosa lámpara**
23 de diciembre de 2018
Color: Rojo | **Compra verificada**
Perfecta para el espacio que le tenía destinado, da una luz preciosa y con un diseño que me encanta.

4. piemērs

Laika zīmoga uzlikšana statistikai tīmekļa vietnei: sertifikāts



This is the information provided by the address https://www.amazon.es/Artemide-Eclisse-Blanca-L%C3%A9mpara-Mesa/product-reviews/B000Q6QWSI/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.

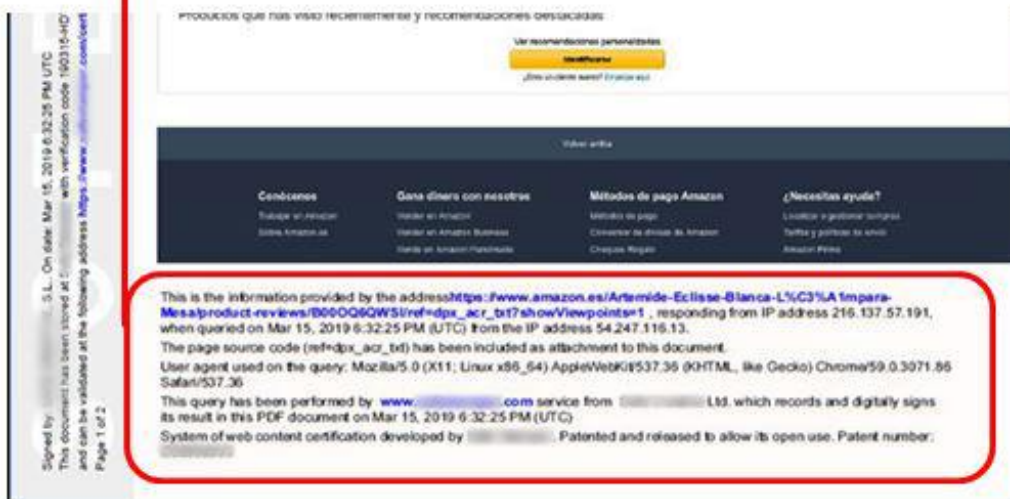
The page source code (ref=dpx_acr_txt) has been included as attachment to this document.

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.certificadigital.com service from [Certificadigital](http://www.certificadigital.com) Ltd. which records and digitally signs its result in this PDF document on Mar 15, 2019 6:32:25 PM (UTC)

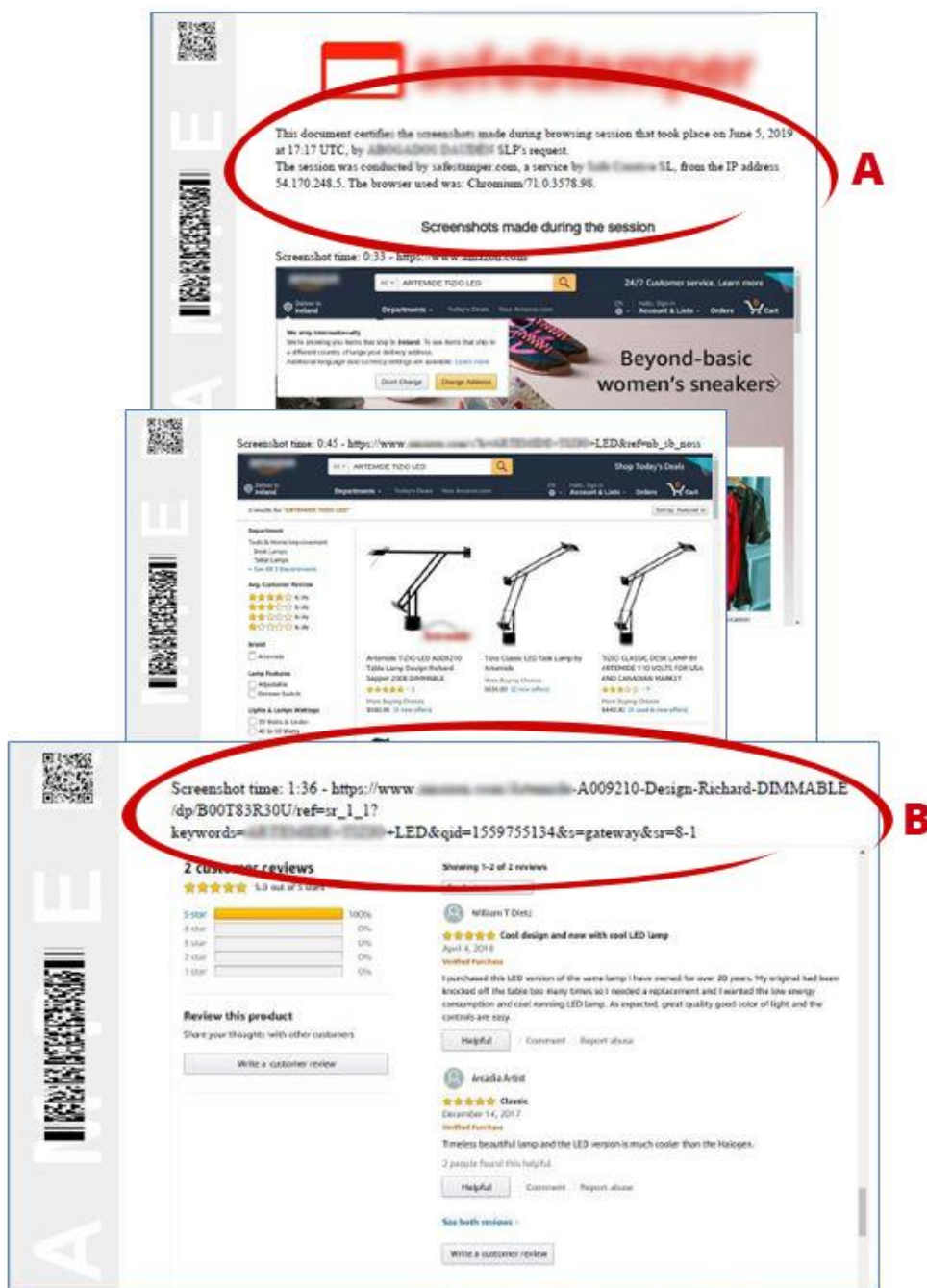
System of web content certification developed by www.certificadigital.com. Patented and released to allow its open use. Patent number: www.certificadigital.com

A



Laika zīmoga uzlikšana pārlūkošanas sesijām (vai “dinamiskām tīmekļa lapām”) ļauj lietotājiem uzlikt laika zīmogus vairākiem ekrānuzņēmumiem vai ierakstīt tīmekļa pārlūkošanas sesijas video, ko apliecina paraksts un ar laika zīmogu apzīmogots sertifikāts, kurā ir iekļauta videoieraksta informācija un ekrānuzņēmumi, kas uzņemti pārlūkošanas sesijas laikā (skatīt norādes “A” un “B” 6. piemērā).

Laika zīmoga uzlikšana pārlūkošanas sesijai



6. piemērs

Ieteikumi:

- *lai nodrošinātu dizainparaugu izpaušanas pierādījumus, kā piesardzības pasākumu ieteicams izmantot laika zīmogu;*
- *ja ir vajadzīgi vairāki soļi, lai iegūtu attiecīgus pierādījumus, ieteicams uzlikt laika zīmogu visai pārļūkošanas sesijai.*

2.3.3 Tiesu ekspertīzes programmatūras rīki

[Tiesu ekspertīzes programmatūras rīkus](#) izmanto digitālu un datora ģenerētu pierādījumu iegūšanai. Daži no tiem ir domāti lietotājiem, kas nav eksperti, un ir brīvi pieejami internetā.

Šos rīkus jo īpaši var izmantot, lai iegūtu informāciju par attiecīgo datumu, kas varētu būt ietverts attēlos, videoierakstos vai programmās, ko izmanto tīmekļa vietnes izveidošanai (t. i., [metadati](#)). Šos datus var izmantot, lai pierādītu dizainparaugu izpaušanu internetā (skatīt 2.4.3. sadaļu).

Tiesu ekspertīzes programmatūras rīkus var izmantot arī, lai uzraudzītu sociālos plašsaziņas līdzekļus, tverot ierakstus kopā ar attēliem.

Ieteikumi:

- *ja pierādījumi tiek iegūti, izmantojot tiesu ekspertīzes programmatūras rīkus, ieteicams sniegt informāciju, kas izskaidro rīku, to, kā informācija tika iegūta, kāda veida informācija tika iegūta un no kāda satura tā tika ņemta.*

2.4 Internetā iegūtu pierādījumu uzrādīšanas veidi

Dizainparaugu direktīvā nav norādīts konkrēts veids, kādā jāiesniedz pierādījumi par dizainparaugu izpaušanu. Attiecīgi kopumā var iesniegt jebkurus līdzekļus, kas var pierādīt informācijas izpaušanas notikumu vai, tieši pretēji, kas atspēko dizainparauga pieejamību.

Izpaušanas notikumu var nodibināt, iesniedzot dažādu veidu pierādījumus. Pat tad, ja daži pierādījumi paši par sevi neliecina par izpaušanas notikumu, tie var palīdzēt nodibināt dizainparauga izpaušanas notikumu, ja tos pārbauda kopā ar citiem elementiem¹⁴.

No interneta iegūtus pierādījumus, kas apliecina dizainparauga izpaušanu, var iesniegt kopā ar citiem pierādījumiem (neatkarīgi no informācijas avota), jo izpaušanas notikums jānovērtē, ņemot vērā visus iesniegtos pierādījumus.

Tomēr jāatceras, ka dizainparauga izpaušanas notikumu nevar pierādīt ar varbūtībām vai pieņēmumiem, bet tas jāpierāda ar drošiem un objektīviem pierādījumiem par faktisku un pietiekamu dizainparauga izpaušanu¹⁵.

Turklāt, lai noteiktu konkrētā dizainparauga izpaušanu, visiem pierādījumiem vajadzētu būt saistītiem ar to pašu dizainparaugu, uz kuru atsaucas kā uz agrāku dizainparaugu.

Vairākas īpatnības, kas atklātas dažādos pierādījumos, kuri ir saistīti ar dažādiem dizainparaugiem,

¹⁴ 09.03.2012., T-450/08, Stikla pudelītes, EU:T:2012:117, 25. punkts, 30.–45. lpp.

¹⁵ 09.03.2012., T-450/08, Stikla pudelītes, EU:T:2012:117, 24. punkts.

nevar apvienot, lai pierādītu viena dizainparauga izpaušanu¹⁶.

Tiek pieņemta iesniegto dokumentu integritāte. Nepietiek tikai ar iespēju manipulēt ar attiecīgo informāciju, lai radītu šaubas par tās pierādošo spēku. Tāpēc iesniegtie pierādījumi tiktu noraidīti tikai pamatotu šaubu gadījumā¹⁷.

Ieteikumi:

- *no interneta iegūtajiem pierādījumiem būtu skaidri jānorāda uz dizainparauga izpaušanas avotu un, ja nepieciešams, jāsniedz papildu informācija šajā saistībā;*
- *turklāt tiem vajadzētu būt tādas kvalitātes, kas atklāj izpaustā dizainparauga īpatnības un izpaušanas datumus.*

2.4.1 Izdrukas un ekrānuzņēmumi

Izdrukas un ekrānuzņēmumi ir izplatītākais veids, kā pierādīt dizainparauga izpaušanu internetā. Tajos vajadzētu ietvert jo īpaši informāciju par:

- avotu, no kura tika iegūts saturs (piemēram, URL adrese);
- attiecīgo datumu;
- izpausto dizainparaugu.

Izdrukām vai ekrānuzņēmumiem nevajadzētu būt manuāli mainītiem, piemēram, pievienojot izpaušanas datumu vai avotu.

Ieteikumi:

- *ja izdrukā vai ekrānuzņēmumā nav ietverta visa būtiskā informācija, ieteicams iesniegt papildu pierādījumus, norādot trūkstošos elementus (piemēram, ja attiecīgajā ierakstā, kurā iekļauts dizainparaugs, nav norādīts datums, komentāri, piezīmes vai kopīgote materiāli sociālajos plašsaziņas līdzekļos vai katalogi, kas publicēti komerciālās vai mazumtirdzniecības vietnēs, var sniegt šādu informāciju);*
- *ja izdrukā vai ekrānuzņēmums ir iekļauts iesniegto dokumentu tekstā un tajā ir pievienoti papildinājumi ilustratīviem nolūkiem, piemēram, izcelti vai norādīti attiecīgie elementi (skatīt 7. piemēru), ieteicams iesniegt neizmainītu izdrukas vai ekrānuzņēmuma versiju kā atsevišķu dokumentu.*

Avots:

konkrētais izpaušanas avots (piemēram, URL adrese) ne vienmēr (pilnībā) var būt redzams dažu tīmekļa vietņu vai lietotņu izdrukās vai ekrānuzņēmumos.

Ieteikumi:

- *ja avots nav pilnībā redzams izdrukā vai ekrānuzņēmumā, ieteicams šajā saistībā iesniegt papildu pierādījumus.*

¹⁶ 21.09.2017., C-361/15 P un C-405/15 P, Dušas drenāžas kanāls, EU:C:2017:720, 69. punkts; 19.06.2014., C-345/13, Karen Millen Fashions, EU:C:2014:2013, 35. punkts.

¹⁷ 27.02.2018., T-166/15, Mobilo tālrunu korpusi, EU:T:2018:100, 64. punkts, 90. lpp.

Attiecīgais datums:

saistībā ar izdrukām ir svarīgi nošķirt dokumenta drukāšanas datumu (izdruku) no dizainparauga izpaušanas datuma. Drukāšanas datums (skatīt norādi "A" 7. piemērā) tiks pieņemts par izpaušanas datumu, ja vien no URL adreses, paša dokumenta satura (piemēram, "Pieejams kopš...", "Pēdējo reizi mainīts ...") vai jebkura cita pierādījuma (skatīt norādi "B" 7. piemērā) nevar noteikt agrāku attiecīgo datumu.

12/14/2018 **A** Red Shoes - Shoes for Men and for Women

Red Shoes
Unique Identification Number (UIN):
S-123456
85,00 €
Color: Red
Quantity: 1
Size: 38
ADD TO CART
Available since March 2017 **B**
RETURN & REFUND POLICY
SHIPPING INFO

7. piemērs¹⁸

Ir svarīgi norādīt, ka gads, kas attiecas uz autortiesībām, kuras parasti norāda tīmekļa vietnes apakšā, pats par sevi nebūtu pietiekams, lai noteiktu izpaušanas datumu.

Atkarībā no izmantotā datora un/vai ierīces veida izdrukā vai ekrānuzņēmumā var būt arī iestrādāts datums, kad tas veikts (skatīt 2.4.2. sadaļu). Šis datums var būt attiecīgais izpaušanas datums.

¹⁸ Šīs izdrukas augšpusē ir redzams drukāšanas datums (skatīt norādi "A" 7. piemērā), bet dokumenta faktiskajā saturā ir redzams cits datums, proti, 2017. gada marts (skatīt norādi "B" 7. piemērā). Tā kā dokumenta saturā ir norādīts agrāks datums, to uzskata par dizainparauga izpaušanas datumu.

Ieteikumi:

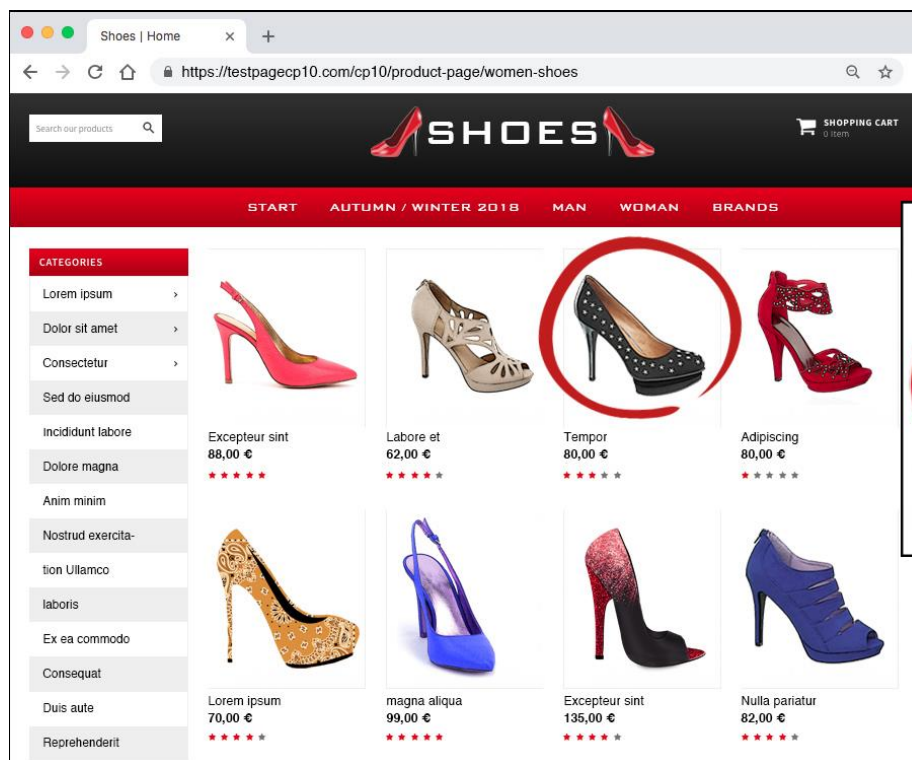
- ja izdrukā vai ekrānuzņēmumā ir norādīti vairāki datumi, ieteicams skaidri norādīt, kurš ir attiecīgais datums.

Izpaustais dizainparaugs:

izdrukā vai ekrānuzņēmumā var būt redzami vairāki dizainparaugi, jo īpaši, ja tie ir interneta meklēšanas rezultāti vai ja tā ir izdruka vai ekrānuzņēmums no kādas mazumtirdzniecības tīmekļa vietnes.

Ja vienā izdrukā vai ekrānuzņēmumā ir redzami vairāku izstrādājumu dizainparaugi, būtu skaidri jānorāda, kurš ir attiecīgais dizainparaugs (skatīt norādi "A" 8. piemērā).

Izpaustā dizainparauga attēliem vajadzētu būt precīziem un pietiekami kvalitatīviem, lai varētu noteikt tā iezīmes¹⁹.



8. piemērs

Ieteikumi:

- ja dizainparaugs ir izpausts vairākos skatos, ieteicams iesniegt tik daudz ekrānuzņēmumu vai izdruku (arī palielināt mazākos skatus), cik vajadzīgs, lai pilnībā attēlotu dizainparaugu;
- ja ekrānuzņēmumā vai izdrukā ir redzami vairāki dizainparaugi, priekšroka tiek dota palielinātiem skatiem. Turklāt skaidri jānorāda, kurš ir attiecīgais dizainparaugs;

¹⁹ 21.09.2017., C-361/15 P un C-405/15 P, Dušas kanalizācijas kanāls, EU:C:2017:720, 65. punkts.

- *ja izdrukā vai ekrānuzņēmumā ir iekļauti papildinājumi ilustratīviem nolūkiem (piemēram, izcēlumi, bultiņas vai robežas), ieteicams iesniegt dokumenta neizmainītu versiju kā atsevišķu pielikumu.*

2.4.1.1 Izdrukas un ekrānuzņēmumi no e-komercijas platformām

E-komercijas platformās ļoti bieži ir norādīts datums, kad konkrētais izstrādājums pirmo reizi bija pieejams pārdošanā (skatīt norādi "A" 9. piemērā). Šī izdrukās vai ekrānuzņēmumos ietvertā informācija var būt būtiska, nosakot attiecīgajā izstrādājumā iekļautā dizainparauga izpaušanas datumu.

Turklāt īpašas atsauces uz izstrādājumu, piemēram, nosaukums vai kods, varētu būt noderīgas, sasaistot informāciju par šo izstrādājumu (piemēram, pirmās pārdošanas datums) ar to, kas ietverta citos pierādījumos (skatīt norādi "B" 9. piemērā).

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://testpagecp10.com/cp10/product-page/red-shoes>. The page displays a product listing for "Red Shoes". The main image shows a single red high-heeled shoe. Below it, a smaller image shows a pair of the same shoes. The product details on the right include: "Red Shoes", "Unique Identification Number (UIN): S-123456", "85,00 €", "Color: Red", "Quantity: 1", and "Size: 38". There is a blue "ADD TO CART" button. Below the button, there are three expandable sections: "Available since March 2017", "RETURN & REFUND POLICY", and "SHIPPING INFO". Red circles and letters "A" and "B" highlight specific elements: "A" points to the "Available since March 2017" text, and "B" points to the "Unique Identification Number (UIN): S-123456" text.

9. piemērs

No e-komercijas platformām iegūtiem pierādījumiem var būt pierādījuma vērtība pat tad, ja tajos nav attēlots dizainparaugs, ja vien ar konkrēto dizainparaugu var saistīt unikālu kodu, kas apzīmē attiecīgo izstrādājumu²⁰.

Jānorāda, ka dažas e-komercijas platformas varētu saglabāt to pašu "pieejams kopš" datumu un pat to pašu atsauces numuru jaunajām izstrādājuma versijām, kas varētu ietvert atšķirīgu dizainparaugu.

Ieteikumi:

- *ieteicams iekļaut atsauces, ko lietotāji ir atstājuši pēc izstrādājuma iegādes e-komercijas platformā, jo šī informācija varētu būt noderīga, lai noteiktu dizainparauga izpaušanas datumu;*
- *unikāls kods, kas apzīmē attiecīgo izstrādājumu, var būt saikne starp e-komercijas platformā redzamo informāciju (piemēram, dizainparaugu) un informāciju, kas ietverta citos pierādījumos (piemēram, pārdošanas datumu).*

2.4.1.2 Izdrukas un ekrānuzņēmumi no tiešsaistes datubāzēm

Lai pierādītu izpaušanas datumu, publicēšanas datums, kas norādīts tiešsaistes datubāzes izdrukā vai ekrānuzņēmumā (skatīt 2.2.1.2. sadaļu), tiks uzskatīts par attiecīgo datumu (skatīt norādi "A" 10. piemērā).

Jānorāda, ka dažos gadījumos tikai iesniegšanas vai reģistrācijas datums, kas norādīts tiešsaistes datubāzē, nebūt nenozīmē, ka ir publicētas intelektuālā īpašuma tiesības, kurās iekļauts attiecīgais dizainparaugs (skatīt norādes "B" un "C" 10. piemērā).

²⁰ 27.02.2018., T-166/15, Mobilo tālrunu korpusi, EU:T:2018:100, 59.–63. lpp.

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 Locarno Classification 21-01



(19) **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) Designated Contracting States:
(72) Inventor:

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

Design

Representation (views of design)

Indication of the product and classification

Owner

Representative

Designer

Correspondence address

Exhibition priority

Priority

Publication

Records

Renewals

Expand all sections | Collapse all sections

Design

(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

10. piemērs

Parasti dizainparaugus, kas publicēti valsts iestāžu administrētās tiešsaistes datubāzēs, uzskatīs par izpausmi no publicēšanas dienas, ja vien nav iesniegti pierādījumi par agrāku datumu. Tomēr attiecīgais datums var atšķirties, ja izpaušana notika privātā tiešsaistes datubāzē, jo datums, kad informācija tajā tika augšupielādēta vai ievietota, ne vienmēr sakrīt ar datumu, kad informācija tika publicēta oficiālajā reģistrā.

25

Ieteikumi:

- *izdrukās vai ekrānuzņēmumos no intelektuālā īpašuma tiesību tiešsaistes datubāzēm jānorāda publikācijas datums neatkarīgi no iesniegšanas vai reģistrācijas datuma;*
- *uzrādot dokumentu vai izrakstu no tiešsaistes datubāzes vai reģistra, kas atsaucas uz patenta vai dizainparauga tiesībām, ieteicams parādīt publicēšanas datumu un/vai [INID 43. vai 45. kodu](#) (skatīt apļus norādē “A” 10. piemērā), jo šis skaitlis norāda datumu, kad dizainparaugs kļuva pieejams sabiedrībai.*

2.4.2 Attēli un videoieraksti

Dizainparaugu var izpaust, daloties internetā ar attēliem un videoierakstiem, kuros redzams izstrādājums, kurā ietverts minētais dizainparaugs.

Attiecīgais datums ir vai nu datums, kad attēls vai videoieraksts ir faktiski apskatīts, vai arī datums, kad tas ir darīts pieejams apskatei vai lejupielādēšanai, piemēram, tiešsaistes platformā. Turklāt dažos gadījumos attiecīgais datums varētu būt attēla vai video ierakstīšanas datums. Šo informāciju var iegūt, analizējot attiecīgās datnes metadatus (skatīt 2.4.3. sadaļu).

Parasti attēlu parāda izdrukā vai ekrānuzņēmumā, taču videoierakstā ietvērto pierādījumu iesniegšanas veids var atšķirties. Tas varētu būt pats videoieraksts, kas iesniegts kā pierādījums (piemēram, kā datne), vai tikai notverti attiecīgo to daļu attēli, kurās redzams dizainparaugs.

Nepietiek tikai ar videoieraksta URL iesniegšanu, jo tās saturs var tikt dzēsts vai izmainīts. Tai jāpievieno attiecīgie šajā videoierakstā ietvertā dizainparauga notvertie attēli.

Ieteikumi:

- *kad ir iesniegts pats videoieraksts, jāsniedz informācija par to, kad un kur video tika darīts pieejams sabiedrībai (piemēram, jāiesniedz tādi pierādījumi kā sociālo plašsaziņas līdzekļu vietnēs publicēta videoieraksta izdrukas vai pierādījumi par to, kad videoieraksts ir parādījies kā reklāma tīmekļa vietnē);*
- *iesniedzot videoierakstu, ieteicams norādīt precīzu brīdi (minūti(-es), sekundi(-es)), kurā dizainparaugs ir redzams videoierakstā;*
- *ja nav cita datuma, kas norāda uz izpaušanu, lietotāju komentāri varētu būt pierādījumi, ja tie ir datēti;*
- *būtu jāsniedz informācija par avotu, kurā ir ietverti attēli vai videoieraksti.*

2.4.3 Metadati

Pierādījumus par dizainparaugu izpaušanu internetā var iegūt, analizējot metadatus (vai [EXIFdatus](#), skatīt norādi “C” 12. piemērā), kas iegulti, piemēram, attēlos, videoierakstos un tīmekļa vietnēs. Piemēram, attēlā var būt ietverta informācija par pašu attēlu, piemēram, par autoru, izveidošanas vai mainīšanas datumu vai uzņemšanas vietu (skatīt norādes “A”, “B” un “C” 11. un 12. piemērā).

Šāda informācija var būt noderīga, sniedzot pierādījumus par dizainparaugu izpaušanu, jo īpaši saistībā ar attiecīgo datumu (piemēram, datumu, kad attēls tika augšupielādēts noteiktā tīmekļa vietnē) vai attēla uzņemšanas vietu.

Ir dažādi metadatu iegūšanas veidi. Atkarībā no ierīces (piemēram, viedtālruna vai digitālās fotokameras) un vietas, kur tiek saglabāta attiecīgā datne, metadatiem var būt iespējams piekļūt, vienkārši atlasot opciju “informācija” pašā attēlā vai izmantojot specializētāku programmatūru (t. i., metadatu skatītājus). Metadatu tips, ko var iegūt, ir atkarīgs no tā, kā ierīce glabā datni un kādas ir tās iespējas.


Metadati, kas iegūti no digitālās fotokameras fotoattēla

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. <small>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.</small>

Extracted 640 × 480 74-kilobyte "MakerNotes:PreviewImage"
JPG Displayed here at 70% width (1/9, the area of the original)



Click image to isolate; click this text to show histogram

11. piemērs

Metadati, kas iegūti no viedtālruna attēla

Camera

Make	ZTE
Model	ZTE BLADE V7
Exposure	1/391
Aperture	2.2
Focal Length	3.5 mm
ISO Speed	115
Flash	No Flash

Location

For development purposes only

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

GPS data

12. piemērs

Ieteikumi:

- ja metadati tiek iesniegti kā pierādījumi, ieteicams sniegt informāciju, paskaidrojot, kā tie iegūti, kāda veida informācija iegūta un no kura avota tā iegūta.

2.4.4 URL adreses un hipersaites

URL adreses vai hipersaites pašas par sevi nevar uzskatīt par pietiekamu pierādījumu, lai pierādītu dizainparauga izpaušanu. Tām jāpievieno papildu pierādījumi.

Tas ir tāpēc, ka informācija, kas pieejama, izmantojot URL adresi vai hipersaiti, var vēlāk tikt izmainīta vai dzēsta. Turklāt varētu būt grūti identificēt attiecīgo informāciju (dizainparaugs, izpaušanas datums utt.).

Ieteikumi:

- kad tiek iesniegta URL adrese vai hipersaite, ir jāiesniedz arī tajā ietvertās attiecīgās informācijas izdruka vai ekrānuzņēmums.

2.4.5 Rakstveida paziņojumi

Principā rakstveida paziņojumi, piemēram, ar zvērestu apliecinātas vai apstiprinātas liecības *pašas par sevi* nav pietiekamas, lai pierādītu kādu izpaušanas notikumu vai arī to, ka dizainparaugs nav kļuvis pieejams sabiedrībai. Tas, ka tos sagatavo neatkarīga trešā persona, varētu palielināt to pierādošo spēku²¹, bet tikai ar nosacījumu, ka tiem ir pievienoti papildu pierādījumi, kas liecina par izpaušanu²².

leiteikumi:

- *apliecinātai vai apstiprinātai informācijai, kas ietverta rakstveida paziņojumos, jāpievieno papildu pierādījumi, piemēram, izdrukas vai ekrānuzņēmumi, kas sniedz ar izpaušanu saistītu informāciju (piemēram, dizainparaugs, izpaušanas datums utt.).*

2.5 Izņēmumi attiecībā uz dizainparauga pieejamību

Pēc tam, kad izpaušanas notikums ir pierādīts, t. i., kad dizainparaugs ir publicēts sakarā ar reģistrāciju vai citādi, demonstrēts izstādē, izmantots komercdarbībā vai citādi nodots atklātībai, pastāv pieņēmums, ka tas ir kļuvis pieejams sabiedrībai saskaņā ar Dizainparaugu direktīvas 6. pantu.

Tomēr minētā norma paredz šādus izņēmumus, kad dizainparaugu neuzskatīs par kļuvušu pieejamu sabiedrībai:

- ja par izpaušanas notikumiem parastā uzņēmējdarbības gaitā praktiski nav varējis uzzināt to personu loks, kuras ir attiecīgās nozares speciālisti un darbojas Eiropas Savienībā;
- ja dizainparaugs ir izpausts trešajai personai ar netieši vai tieši izteiktiem konfidencialitātes nosacījumiem;
- ja dizainparaugu sabiedrībai ir izpaudis dizainers, viņa tiesību pārņēmējs vai trešā persona dizainera vai viņa tiesību pārņēmēja sniegtās informācijas vai veiktās darbības rezultātā 12 mēnešu laikā pirms pieteikuma iesniegšanas vai prioritātes datuma;
- ja dizainparaugs ir darīts zināms sabiedrībai ļaunprātīgas rīcības dēļ pret dizaineru.

Ņemot vērā interneta globālo raksturu, kopumā tiešsaistes saturs ir pieejams visā pasaulē.

Tikai noteiktos apstākļos šo saturu neuzskatīs par tādu, ko pamatoti nav varējis uzzināt to personu loks, kuras ir attiecīgās nozares speciālisti un darbojas Eiropas Savienībā. Tas var būt saistīts ar dažiem ierobežojumiem, jo īpaši attiecībā uz informācijas [pieejamību](#) vai [meklējamību](#) internetā. Tomēr, lai atspēkotu pieņēmumu par izpaušanu, šis izņēmums ir jāpierāda, iesniedzot attiecīgus pierādījumus²³.

²¹ 09.03.2012., T-450/08, Stikla pudelītes, EU:T:2012:117, 39. un 40. punkts; 11.12.2014., T-498/13, *NAMMU/NANU*, EU:T:2014:1065, 38. punkts.

²² 18.11.2015., T-813/14, Portatīvo datoru korpusi, EU:T:2015:868, 29. punkts.

²³ 14.03.2018., T-651/16, Apavi, EU:T:2018:137, 54. punkts.

Analizējot to, vai dizainparauga izpaušanas notikumi parastā uzņēmējdarbības gaitā praktiski nevarēja kļūt zināmi to personu lokam, kuras ir attiecīgās nozares speciālisti un darbojas Eiropas Savienībā, ir jāpārbauda, vai, pamatojoties uz faktiem, ko jābūt iesniegušai pusei, kas apstrīd izpaušanu, ir lietderīgi uzskatīt, ka šo personu lokam faktiski nebija iespējams uzzināt par dizainparauga izpaušanas notikumiem, vienlaikus paturot prātā, ko no šo personu loka var pamatoti prasīt attiecībā uz informētību par tehnikas līmeni²⁴.

Šie fakti var attiekties, piemēram, uz speciālistu loka sastāvu, kvalifikāciju, paražām un izturēšanos, darbības jomu, klātbūtni notikumos, kuros iesaistīti dizainparaugi, attiecīgā dizainparauga raksturlielumiem, piemēram, tā atkarību no citiem izstrādājumiem vai nozarēm, kā arī to izstrādājumu raksturlielumiem, kuros attiecīgais dizainparaugs ir iekļauts, ieskaitot to, cik tehnisks ir attiecīgais izstrādājums²⁵.

Kad viens un tas pats dizainparaugs ir publicēts vairākos avotos (piemēram, tas pats dizainparaugs ir izpausts uzņēmuma tīmekļa vietnē (skatīt norādi "A" 13. piemērā), sociālā plašsaziņas līdzekļa kontā (skatīt norādi "B" 12. piemērā) un blogos vai citās līdzīgās vietnēs (skatīt norādi "C" 12. piemērā)), pusei, kas apstrīd izpaušanu, būtu jāatspēko pieņēmums attiecībā uz visiem uzrādītajiem informācijas izpaušanas notikumiem.



13. piemērs

²⁴ 14.03.2018., T-651/16, Apavi, EU:T:2018:137, 56. lpp.

²⁵ 21.05.2015., T-22/13 un T-23/13, Lietussargi, EU:T:2015:310, 29. punkts.

Novērtējot to, vai par dizainparauga izpaušanas gadījumu parastā uzņēmējdarbības gaitā praktiski nav varējis uzzināt to personu loks, kuras ir attiecīgās nozares speciālisti un darbojas Eiropas Savienībā, varētu būt svarīgi šādi aspekti:

- paroles un maksājumi,
- valoda un [augstākā līmeņa domēns](#),
- meklējamība,
- [ģeogrāfiskā blokēšana](#),
- konfidencialitāte.

2.5.1 Paroles un maksājumi

Kopumā ne piekļuves ierobežošana ierobežotam cilvēku lokam, izmantojot aizsardzību ar paroli, ne prasība samaksāt par piekļuvi neliedz dizainparaugam, kas ir darīts pieejams tīmekļa vietnē, lietotnē vai datņu koplietošanas platformā, kļūt par tehnikas līmeni. Tomēr tas, vai šāda dizainparauga izpaušanas pasākums nav pamatoti kļuvis zināms parastā uzņēmējdarbības gaitā personu lokam, kuras ir attiecīgās nozares speciālisti un darbojas Eiropas Savienībā, varētu būt atkarīgs no konkrētajiem apstākļiem konkrētajā gadījumā.

Taču ierobežota piekļuve noteiktām iekšējām datubāzēm (piemēram, tām, kuras izmanto tikai uzņēmuma darbinieki) var novērst to, ka kāds dizainparauga izpaušanas notikums kļūst zināms parastā uzņēmējdarbības gaitā personu lokam, kuras ir attiecīgās nozares speciālisti un darbojas Eiropas Savienībā.

2.5.2 Valoda un augstākā līmeņa domēna nosaukums

Lai arī kopumā valodas neietekmētu dizainparaugu uztveri, tās varētu pasliktināt iespēju tos atrast internetā. Tādēļ, novērtējot izpaušanu, jānosaka, vai parastas uzņēmējdarbības gaitā to personu loks, kuras ir attiecīgās nozares speciālisti, varētu meklēt informāciju attiecīgajā valodā. Atkarībā no attiecīgās nozares to personu loks, kuras ir attiecīgās nozares speciālisti un darbojas Eiropas Savienībā, var veikt meklēšanu datubāzēs, kas nav ES valodās.

Taču attēlu meklēšanas tehnoloģijas ir sasniegušas tādu tehniskās sarežģītības līmeni, kas ļauj atrast dizainparaugu pat tad, ja tas ir publicēts tīmekļa vietnē, kura nav valodā, kādā parasti runā Eiropas Savienībā.

Augstākā līmeņa domēni principā neietekmētu iespēju atrast dizainparaugus internetā. Tomēr tie varētu norādīt uz to, vai attiecīgajam speciālistu lokam bija lielāka iespēja piekļūt noteiktai tīmekļa vietnei. Piemēram, ja augstākā līmeņa domēns bija dalībvalsts domēns, būtu lielāka iespēja, ka speciālistu loks, kas darbojas Eiropas Savienībā, varētu būt uzzinājis par izpaušanu šādā tīmekļa vietnē.

2.5.3 Meklējamība

Novērtējot to, vai dizainparauga izpaušanas gadījums internetā normālā uzņēmējdarbības gaitā nav praktiski kļuvis zināms to personu lokam, kuras ir attiecīgās nozares speciālisti un darbojas Eiropas Savienībā, var būt jānovērtē, vai speciālistu loks patiešām spēja atrast tehnikas līmeni internetā.

Šajā sakarā vispirms jāapsver, vai konkrēta tīmekļa vietne bija tehniski pieejama²⁶. Turklāt, novērtējot, vai attiecīgo informāciju varēja atrast internetā, būtu jāņem vērā arī to peronu loka īpašās tradīcijas vai uzvedība, kas ir attiecīgās nozares speciālisti.

Turklāt jānorāda, ka, ja meklētājprogrammas indeksē tīmekļa vietnes, tajās ir iekļauts viss bezmaksas piekļuves saturs. Šāda indeksēšana sniedz atbilstošus rezultātus, veicot meklēšanu internetā. Tāpēc, kad meklētājprogramma indeksē attēlu, ir lielāka iespēja, ka to atradīs attiecīgais personu loks. Tomēr, kad tīmekļa vietne ir īpaši konfigurēta liegt vai ierobežot piekļuvi tīmekļa pārmeklētājiem, tās saturs netiks notverts (skatīt 2.3.1. sadaļu).

2.5.4 Ģeogrāfiskā bloķēšana

Ģeogrāfiskā bloķēšana var būt vēl viens faktors, kas varētu ietekmēt speciālistu loka, kas darbojas Eiropas Savienībā, piekļuvi internetā atrodamai informācijai.

Vērtējot vietņu saturu, ģeogrāfiskā bloķēšana visbiežāk tiek saistīta ar tās izmantošanu, lai ierobežotu piekļuvi augstākā līmeņa multivides saturam internetā, piemēram, filmām un televīzijas programmām, galvenokārt autortiesību un licencēšanas iemeslu dēļ²⁷. Tomēr var būt arī citi ģeogrāfiskās bloķēšanas izmantošanas veidi, kas ietver ļaunprātīgas datplūsmas bloķēšanu, cenu diskriminācijas ieviešanu, pamatojoties uz piekļuves punktu, un dažās valstīs pat interneta cenzūru.

2.5.5 Konfidencialitāte

Saskaņā ar Dizainparaugu direktīvas 6. panta 1. punktu neuzskata, ka dizainparaugs ir kļuvis pieejams sabiedrībai tikai tādēļ, ka tas ir nodots atklātībā trešajai personai saskaņā ar skaidriem vai netiešiem konfidencialitātes nosacījumiem. Tāpēc situācijas, kad dizainparaugs ir izpausts saskaņā ar tieši vai netieši izteiktiem konfidencialitātes nosacījumiem, netiks uzskatītas par izpaušanu.

Tomēr konfidencialitātes prasību efektivitāte var būt atkarīga no konkrētiem apstākļiem. Piemēram, e-pasta vēstuļu gadījumā e-pasta vēstules saturs, saņēmēji un mērķis var ietekmēt šādu prasību patiesumu. Tādējādi, ja e-pasta vēstule, kurā ietverta konfidencialitātes prasība, attiecībā uz jauniem pārdošanā esošiem izstrādājumiem tiek nosūtīta lielam skaitam adresātu, ieskaitot vairumtirgotājus, ne vienmēr tā ir uzskatāma par konfidencialu.

Ieteikumi:

- [tīmekļa vietnes datplūsmu](#) varētu ņemt vērā, novērtējot, vai speciālistu loks varēja piekļūt tās saturam. Tīmekļa vietnes datplūsmas mērīšanai ir dažādas iespējas, piemēram, [lapas skatījums](#), [lapas trāpījums](#) un [sesija](#), ko var arī kvantitatīvi noteikt, izmantojot tīmekļa analītiku vai līdzīgus rīkus;
- novērtējot dizainparauga pieejamību internetā, ieteicams ņemt vērā marķēšanas sistēmas, tēmturus un saites starp meklēšanas vienumiem un dizainparauga attēliem dažādās [interneta platformās](#);
- sociālo plašsaziņas līdzekļu platformās, novērtējot dizainparauga pieejamību, var ņemt vērā

²⁶ 14.03.2018., T-651/16, Apavi, EU:T:2018:137, 61. punkts.

²⁷ [Eiropas Parlamenta un Padomes 2018. gada 28. februāra Regula \(ES\) 2018/302, ar ko novērš nepamatotu ģeogrāfisko bloķēšanu un citus diskriminācijas veidus iekšējā tirgū klientu valstspiederības, dzīvesvietas vai uzņēmējdarbības veikšanas vietas dēļ](#)

arī “popularitātes” rādītājus, piemēram, sasniegto cilvēku skaitu, skatījumus, klikšķus uz ieraksta, reakcijas, komentārus, dalīšanās gadījumu skaitu, sekotājus un “patīk” atzīmju skaitu (skatīt norādi “A” 14. piemērā).

The image shows a Facebook post from the 'CP10 Convergence Project' page. The post is titled 'Red Shoes for sale' and features a photograph of a red high-heeled shoe. Below the photo, there is a comment from 'Emily Client' that says 'I want to buy a pair!'. A red circle highlights the comment and its timestamp, 'Monday, December 10, 2018 at 5:41 PM', with a red letter 'A' next to it. The page header shows the Facebook logo and the page name 'CP10 Convergence Project'. The left sidebar contains navigation options like 'Home', 'Posts', 'Reviews', 'Photos', 'Community', 'About', and 'Info and Ads'. The top navigation bar includes 'Like', 'Follow', and 'Share' buttons.

14. piemērs

PIELIKUMS. TERMINU SARAKSTS

Termins	Definīcija
Augstākā līmeņa domēns (TLD)	Pēdējais domēna nosaukuma segments vai tā daļa, kas seko tūlīt aiz "punkta" simbola. Ir ierobežots skaits iepriekš definētu sufiksu, kas apzīmē augstākā līmeņa domēnu. Augstākā līmeņa domēnu piemēri: .com — komerciālie uzņēmumi, .gov — valdības aģentūras, .edu — izglītības iestādes
Blogs	Tīmekļa vietne, kurā ir tiešsaistē publicētas personiskas pārdomas, komentāri un bieži rakstītāja sniegtās hipersaites, videoieraksti un fotogrāfijas
Datņu koplietošana	Digitālās informācijas vai tādu resursu kā dokumentu, multivides (audio/video), grafiku, datorprogrammu, attēlu un e-grāmatu koplietošana vai piekļuves piedāvāšana
Datņu mitināšana	Datņu koplietošanas pakalpojums, kas datnes glabā platformā, kur lietotāji tos vēlāk var lejupielādēt. Tieša pārsūtīšana starp lietotāja datoriem nenotiek
Dizainers	Kāds, kurš izveido izstrādājuma dizainparaugu
Dizainparaugs	Dizainparaugs ir izstrādājuma vai tā daļas ārējais veidols, kas izriet no paša izstrādājuma un/vai tā rotājuma īpatnībām, jo īpaši līniju, apveida, krāsu, formas, virsmas struktūras un/vai materiālu īpatnībām
E-komercijas (elektroniskās komercijas) platformas	Interneta platformas, kas atvieglo preču un pakalpojumu darījumus tiešsaistē, izmantojot informācijas un līdzekļu pārsūtīšanu internetā
Ekrānuzņēmums	Digitāls attēls, kas izveidots, notverot daļu vai visu informāciju, kas tiek parādīta uz digitālā displeja ekrāna (piemēram, datora ekrāna, televizora vai mobilās ierīces)
Elektroniskais laika zīmogs	Elektroniski dati, kas saista citus elektroniskos datus ar konkrētu laiku, apstiprinot šo pēdējo datu esamību minētajā laikā (<i>eIDAS</i> regulas 3. panta 33. punkts). Dažu laika zīmogošanas pakalpojumu pamatā ir bloķēžu tehnoloģija
E-pasta vēstule (elektroniskā pasta vēstule)	Elektronisku ierīču sistēma ziņojumu ("vēstuļu") apmaiņai internetā
EXIF (apmaināmu attēlu datņu formāta) dati	Standarts, kas nosaka attēlu, skaņas un papildu birku formātus, ko izmanto digitālās fotokamerās (tostarp viedtālrunos), skeneros un citās sistēmās, kas apstrādā attēlu un skaņas datnes, kas ierakstītas ar digitālajām kamerām
Ģeogrāfiskā bloķēšana	Drošības veids, ko izmanto e-pastā, tīmeklī vai citos interneta serveros, lai ierobežotu piekļuvi saturam, pamatojoties uz lietotāja ģeogrāfisko atrašanās vietu. Lietotāja atrašanās vietu nosaka, pārbaudot viņa IP adresi (valsti) vai adresu diapazonu, ko uzskatīta par nevēlamām vai naidīgām
Hipersaite	Atsauce uz informāciju, pie kuras lietotājs var tieši nokļūt, noklikšķinot uz hipersaites, pieskaroties tai vai virzot kursoru pār to. Hipersaite var būt vesels dokuments vai saite uz noteiktu dokumenta elementu

INID 43. un 45. kods	(Bibliogrāfisko) datu identifikācijas starptautiski saskaņotu numuru saīsinājums, kas standartizēts ar <i>WIPO</i> standartu ST.9 (patentiem un lietderības modeļiem), ST.60 (preču zīmēm) un ST.80 (dizainparaugiem). INID kodus izmanto intelektuālā īpašuma biroji visā pasaulē, lai apzīmētu īpašus bibliogrāfisko datu vienumus patentu, patentu pieteikumu vai dizainparaugu publikāciju titullapās
Interneta platforma	<p>Tehnoloģiju grupa, kuru izmanto kā bāzi, uz kuras tiek izstrādātas citas lietojumprogrammas, procesi vai tehnoloģijas.</p> <p>Personīgas lietošanas datu apstrādes iekārtās tā ir pamata aparatūra (dators) un programmatūra (operētājsistēma), kurā darbojas programmatūras lietojumprogrammas</p>
Internets	<p>Globāla savstarpēji savienotu datortīklu sistēma, kas aptver visu veidu tīklus neatkarīgi no to pieejamības (t. i., brīvi pieejami vai slēgti), pārklājuma apgabala (t. i., teritoriālie tīkli (WAN), lokālie tīkli (LAN) utt.), savienojuma veida (t. i., vadu vai bezvadu), pieslēgtajām ierīcēm (t. i., datori, viedtālruni, spēļu konsoles utt.), īpašumtiesībām (t. i., publiskas vai privātas) un mērķa (t. i., izglītība, uzņēmējdarbība utt.)</p>
Izdruka	Informācija, kas izdrukāta papīra vai PDF versijā no datora vai līdzīgas ierīces
Izdrukas datums	Datora piešķirts datums, kad tiek "izdrukāts" tīmekļa vietnes saturs (neatkarīgi no tā, vai tas ir papīra vai PDF formātā). Šis datums tiek parādīts attiecīgās(-o) lapas (-u) augšpusē vai apakšā.
Tiesu ekspertīzes programmatūras rīki	Rīki, kas palīdz izmeklētājiem iegūt pierādījumus no datoriem un identificēt, saglabāt, atgūt un izmeklēt būtisko informāciju atbilstoši digitālajiem kriminālistikas standartiem
Kvalificēts elektroniskais laika zīmogs	<p>Elektronisks laika zīmogs, kas atbilst noteiktām prasībām, kuras noteiktas <i>eIDAS</i> regulas 42. pantā, proti:</p> <p>a) tas saista datumu un laiku ar datiem tādā veidā, lai samērīgi nepieļautu iespēju veikt datus neatklājamas izmaiņas;</p> <p>b) tas ir balstīts uz pagaidu informācijas avotu, kas ir saistīts ar koordinēto universālo laiku (starptautiski pārvaldītu vienotu atomu pulksteņu sistēmu, kas piesaista Griničas vidējo laiku).</p>
Kvalificēts laika zīmoga nodrošinātājs (kvalificēts uzticamības pakalpojumu sniedzējs — QTSP)	Uzticamības pakalpojumu sniedzējs, kas papildus elektronisko parakstu izveidošanai un apstiprināšanai nodrošina un saglabā digitālos sertifikātus. Uzticamības pakalpojumu sniedzējam ir piešķirts uzraudzības statuss, un ES un Šveicē tam ir jāregulē elektroniskās parakstīšanas procedūras
Laika zīmogs	Rakstzīmju virkne vai kodēta informācija, kas identificē, kad noticis konkrēts notikums, parasti norādot datumu un laiku

Lapas skatījums	Konkrētas tīmekļa vietnes lapas apmeklējums. Ja apmeklētājs atkārtoti ielādē lapu, to uzskata par papildu lapas skatījumu. Ja lietotājs pāriet uz citu lapu un pēc tam atgriežas sākotnējā lapā, to uzskata par vēl vienu lapas skatījumu
Lapas trāpījums	Vienas datnes pieprasījums tīmekļa servera piekļuves žurnālā. Pieprasot HTML lapu ar trim grafiskiem attēliem, žurnālā tiks iegūti četri trāpījumi: viens HTML teksta datnei un viens katrai grafiskā attēla datnei
Lietotne (lietojumprogramma)	Programma vai programmu grupa, kas paredzēta galalietotājam. Tās ir datubāzu programmas, multivides atskaņotāji, vārdu procesori, tīmekļa pārlūkprogrammas, izklājlapas un citas lietojumprogrammas. Tās ir paredzētas, lai veiktu koordinētas funkcijas, uzdevumus vai darbības.
Lietotnes (mobilā) versija	Lietojumprogrammatūras veids, kas paredzēts izmantošanai mobilajā ierīcē, piemēram, viedtālrunī vai planšetdatorā, un kura mērķis bieži ir sniegt lietotājiem līdzīgus pakalpojumus tiem, kuriem piekļūst personālajos datoros
Maksājums	Pakalpojums, kas automatizē maksājuma darījumu starp pircēju un tirgotāju. Vairumā gadījumu parasti ir trešās personas pakalpojums, kas komersanta vārdā apstrādā, pārbauda un pieņem vai noraida kredītkaršu darījumus, izmantojot drošus interneta savienojumus
Meklējamība	Iespēja atrast tīmekļa vietni, ievadot meklēšanas vienumus meklētājprogrammas pārlūkā vai izmantojot citus līdzekļus
Meklētājprogrammas	Datorprogrammas, kas internetā meklē informāciju, kura satur noteiktu(s) atslēgvārdu(s)
Metadati	Dati, ko izmanto, lai aprakstītu noteikta priekšmeta (piemēram, fotoattēla, attēla, videoieraksta vai e-grāmatas) saturu
P2P (vienādranga koplietošana)	Datņu koplietošanas metode, kurā datori var sūtīt informāciju tieši viens otram, neizmantojot centralizētu serveri
Parole	(Slepena) rakstzīmju secība, kas lietotājam jāievada, lai piekļūtu elektroniski slēgtam vai aizsargātam datoram, datnei vai programmai utt.
Pieejamība	Iespēja piekļūt vietnei vai citam interneta saturam
Robotu izslēgšana	Standarts, ko tīmekļa vietnes izmanto, lai sazinātos ar tīmekļa pārmeklētājiem un citiem tīmekļa robotiem. Ar robotu izslēgšanu tīmekļa robots tiek informēts par to, kurās tīmekļa vietnes vietās nevajadzētu veikt apstrādi vai skenēšanu
Sesija	NeNOTEIKTS laika periods, kurā lietotājs nepārtraukti vai ar pārtraukumiem ir pieslēdzies noteiktai vietnei. Sesijas definīcijā ir iekļauts pārtraukts savienojums, lai izslēgtu iespēju apzināti atkārtoti atvienoties un pievienoties, lai palielinātu vietnes lapu skatījumu skaitu
Sociālie plašsaziņas līdzekļi	Lietojumprogrammas, programmas un tīmekļa vietnes datoros vai mobilajās ierīcēs, kas ļauj cilvēkiem sazināties un dalīties ar informāciju internetā, piemēram, blogos un sociālās tīklošanās vietnēs

Tiešsaistes datubāze	Internetā ievietotas informācijas vai datu kolekcija, kas organizēta ātrai meklēšanai un izguvei ar datoru
Tiešsaistes plašsaziņas līdzekļi	Tiešsaistes komunikāciju tehnoloģijas, ko izmanto, lai parādītu informāciju vai apmainītos ar to
Tīmekļa arhivēšana (pakalpojumi)	Globālā tīmekļa daļu vākšanas process, lai nodrošinātu, ka informācija tiek saglabāta arhīvā nākamajiem pētniekiem, vēsturniekiem un sabiedrībai
Tīmekļa pārmeklētājs	Interneta robotprogrammatūra, kas sistemātiski pārlūko globālo tīmekli, parasti tīmekļa indeksēšanai
Tīmekļa vietne	Pieejamu un savstarpēji saistītu tīmekļa lapu kolekcija, kurām ir viens domēna nosaukums
Tīmekļa vietnes datplūsma	Datu apjoms, ko nosūtījuši un saņēmuši tīmekļa vietnes apmeklētāji
(Tīmekļa vietnes) kešatmiņa	Informācijas tehnoloģija tīmekļa dokumentu, piemēram, HTML lapu un attēlu, pagaidu glabāšanai (kešatmiņā), lai samazinātu servera kavēšanos
URL (vienotais resursu vietrādīs)	Īpaša atsauce uz tīmekļa resursu, kas atrodams globālajā tīmeklī. URL parasti izmanto, lai atsauktos uz tīmekļa lapām (http), datņu pārsūtīšanu (FTP), e-pasta vēstulēm (mailto), piekļuvi datubāzei (JDBC) un citām lietojumprogrammām
Videoblogs	Tas ir blogs jeb tīmekļa žurnāls, kas ietver videoklipus. Tas var būt pilnībā balstīts uz videoierakstiem, vai arī var ietvert gan videoierakstus, gan rakstveida komentārus
WayBack Machine	Tiešsaistes digitālais arhīvs, kas notver, pārvalda un meklē digitālo saturu globālajā tīmeklī un internetā

IZMANTOTĀ JUDIKATŪRA

- **Grīdas segumi** [21.06.2018.] Vispārējā tiesa, T-227/16
(2.5.2. sadaļa “Valoda un augstākā līmeņa domēns”)
- **Apavi** [14.03.2018.] Vispārējā tiesa, T-651/16
(2.1. sadaļa “Galvenie jēdzieni”, 4. zemsvītras piezīme)
(2.5. sadaļa “Dizainparauga pieejamības izņēmumi”, 22. un 23. zemsvītras piezīme)
(2.5.3. sadaļa “Meklējamība”, 25. zemsvītras piezīme)
- **Mobilo tālrunu korpusi** [27.02.2018.] Vispārējā tiesa, T-166/15
(2.2.3. sadaļa “Elektroniskā pasta vēstules”, 8. zemsvītras piezīme)
(2.4. sadaļa “Internetā iegūtas informācijas izklāstīšanas veidi”, 16. zemsvītras piezīme)
(2.4.1. sadaļa “Izdrukā un ekrānu izmantojumi”, 19. zemsvītras piezīme)
- **Portatīvo datoru korpusi** [18.11.2015.] Vispārējā tiesa, T-813/14
(2.4.5. sadaļa “Rakstveida paziņojumi”, 21. zemsvītras piezīme)
- **NAMMU / NANU** [11.12.2014.] Vispārējā tiesa, T-498/13
(2.4.5. sadaļa “Rakstveida paziņojumi”, 20. zemsvītras piezīme)
- **Stikla pudelītes** [09/03/2012] Vispārējā tiesa, T-450/08
(2.4. sadaļa “Internetā iegūto pierādījumu izklāstīšanas veidi”, apavi, 13. un 14. zemsvītras piezīme)
(2.4.5. sadaļa “Rakstveida paziņojumi”, 20. zemsvītras piezīme)
- **Lietussargi** [21.05.2015.] Vispārējā tiesa, T-22/13 un T-23/13
(2.1. sadaļa “Galvenie jēdzieni”, ii) punkts, 6. zemsvītras piezīme)
(2.5. sadaļa “Dizainparauga pieejamības izņēmumi”, 24. zemsvītras piezīme)
- **Gartenmöbel** [13.02.2014.], Eiropas Savienības Tiesa, C-479/12
(2.1. sadaļa “Galvenie jēdzieni”, i) punkts, 5. zemsvītras piezīme)
- **Ornamentación** [16.12.2010.], Vispārējā tiesa, T-513/09
(2.2.1.2. sadaļa “Tiešsaistes datubāzes”, 7. zemsvītras piezīme)
- **Durvis (to daļas)** [15.10.2015.], Vispārējā tiesa, T-251/14
(2.2.1.2. sadaļa “Tiešsaistes datubāzes”, 7. zemsvītras piezīme)
- **Dušas kanalizācijas kanāls** [21.09.2017.], Eiropas Savienības Tiesa, C-361/15 P un C-405/15 P
(2.4. sadaļa “Internetā iegūtu pierādījumu izklāstīšanas veidi”, 15. zemsvītras piezīme)
(2.4.1. sadaļa “Izdrukā un ekrānu izmantojumi”, 18. zemsvītras piezīme)
- **Karen Millen Fashions** [19.06.2014.], Eiropas Savienības Tiesa, C-345/13
(2.4. sadaļa “Internetā iegūtu pierādījumu izklāstīšanas veidi”, 15. zemsvītras piezīme)