DOMSTOLENS KENDELSE (Femte Afdeling)

28. juni 2004 *

I sag C-445/02 P,

Glaverbel SA, Bruxelles (Belgien), ved advokat S. Möbus og med valgt adresse i Luxembourg,

appellant,

angående appel af dom afsagt den 9. oktober 2002 af De Europæiske Fællesskabers Ret i Første Instans (Anden Afdeling) i sag T-36/01, Glaverbel mod KHIM (overfladen på en glasplade) (Sml. II, s. 3887), hvori der er nedlagt påstand om ophævelse af denne dom, for så vidt som Retten fastslog, at Første Appelkammer ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) ikke tilsidesatte artikel 7, stk. 1, litra b), i Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1), da det traf afgørelsen af 30. november 2000 om at afslå registrering som varemærke af et motiv anbragt på overfladen af glasvarer (sag R 137/2000-1),

* Processprog: engelsk.

den anden part i appelsagen:

Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) ved G. Schneider og R. Thewlis, som befuldmægtigede,

sagsøgt i første instans,

har

DOMSTOLEN (Femte Afdeling),

sammensat af afdelingsformanden, C. Gulmann (refererende dommer), og dommerne R. Silva de Lapuerta og J. Makarczyk,

generaladvokat: F.G. Jacobs
justitssekretær: R. Grass,

efter at have hørt generaladvokaten,

afsagt følgende

Kendelse

1 Ved appelskrift indleveret til Domstolens Justitskontor den 9. december 2002 har Glaverbel SA (herefter »Glaverbel«) i medfør af artikel 49 i EF-statutten for Domstolen iværksat appel af dom afsagt af Retten i Første Instans den 9. oktober 2002 i sagen Glaverbel mod KHIM (overfladen på en glasplade) (sag T-36/01, Sml. II, s. 3887, herefter »den appellerede dom«), hvori der er nedlagt påstand om ophævelse af denne dom, for så vidt som Retten fastslog, at Første Appelkammer ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (herefter »Harmoniseringskontoret«) ikke tilsidesatte artikel 7, stk. 1, litra b), i Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1), da det traf afgørelsen af 30. november 2000 om at afslå registrering som varemærke af et motiv anbragt på overfladen af glasvarer (sag R 137/2000-1) (herefter »den anfægtede afgørelse«).

Retsforskrifter

2 Artikel 4 i forordning nr. 40/94 bestemmer:

»Et EF-varemærke kan bestå af alle tegn, der kan gengives grafisk, navnlig ord, herunder personnavne, afbildninger, bogstaver, tal, varens form eller emballage, for så vidt disse tegn er egnede til at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders.«

3 Forordningens artikel 7, stk. 1 og 3, bestemmer:

»1. Udelukket fra registrering er:

[...]

b) varemærker, som mangler fornødent særpræg

[...]

3. Stk. 1, [litra b)], finder ikke anvendelse, hvis mærket som følge af den brug, der er gjort deraf, har fået fornødent særpræg for de varer eller tjenesteydelser, for hvilke det søges registreret.«

Faktiske omstændigheder

4 Den 24. april 1998 indgav Glaverbel en ansøgning til Harmoniseringskontoret om registrering af et tegn beskrevet som »et design anbragt på varernes overflade« som EF-varemærke for varer, der henhører under klasse 11, 19 og 21 i Nice-arrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret, det vil sige hovedsageligt glasvarer til bygningsbrug og til brug ved fremstilling af sanitære installationer.

5 Varemærket, for hvilket der er ansøgt om registrering, fremtrådte som et abstrakt motiv bestemt til at blive anbragt på en glasvares overflade.

6 Ved afgørelse af 24. januar 2000 afslog undersøgeren varemærkeansøgningen navnlig med den begrundelse, at tegnet manglede fornødent særpræg i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94.

7 Den 4. februar 2000 påklagede appellanten denne afgørelse.

8 Ved den anfægtede afgørelse blev klagen afvist navnlig med den begrundelse, at det pågældende tegn manglede fornødent særpræg, idet det var uegnet til at angive de omhandlede varers handelsmæssige oprindelse.

Den appellerede dom

9 Ved stævning indleveret til Rettens Justitskontor den 19. februar 2001 anlagde Glaverbel sag med påstand om annullation af den anfægtede afgørelse.

10 I den appellerede dom blev appellantens påstand taget til følge.

11 Selv om appellantens anbringende om tilsidesættelse af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 blev afvist, tiltrådte Retten appellantens anbringende om tilsidesættelse af retten til kontradiktion med hensyn til det anbringende, der var støttet på forordningens artikel 7, stk. 3, som sagsøgeren desuden havde fremsat. Ved den appellerede dom blev den anfægtede afgørelse følgelig annulleret.

Parternes påstande

12 Glaverbel har nedlagt følgende påstande:

— Den appellerede dom ophæves, for så vidt som Retten har fastslået, at Første Appelkammer ved Harmoniseringskontoret ikke tilsidesatte artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94.

— Den anfægtede afgørelse annulleres, for så vidt som det på grundlag af sidstnævnte bestemmelse afslås at registrere det omhandlede tegn.

— Harmoniseringskontoret tilpligtes at betale omkostningerne i sagen for Retten og i den foreliggende sag.

13 Harmoniseringskontoret har nedlagt påstand om frifindelse og om, at Glaverbel tilpligtes at betale sagens omkostninger.

Appellen

14 I medfør af procesreglementets artikel 119 kan Domstolen, når det er åbenbart, at appellen ikke kan antages til realitetsbehandling eller er ugrundet, når som helst på grundlag af den refererende dommers rapport og efter at have hørt generaladvokaten ved begrundet kendelse beslutte at afvise eller forkaste appellen.

15 Glaverbel har fremført det klagepunkt, at Retten har foretaget en urigtig fortolkning af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 ved at fastslå, at det design på glas, som Glaverbel ønsker registreret som EF-varemærke, mangler fornødent særpræg.

16 Glaverbels anbringende kan opdeles i fire led.

Det første led

Parternes argumenter

17 Glaverbel har gjort gældende, at der ikke kan foretages en sondring mellem de forskellige tegn, der kan gengives grafisk, jf. artikel 4 i forordning nr. 40/94. Særligt betingelsen om, at »disse tegn er egnede til at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders«, skal anvendes på samme måde for enhver af dem. Dette betyder, at de samme betingelser, kriterier og den samme fortolkning skal anvendes på dem.

18 Glaverbel har kritiseret Retten for at have fastslået i den appellerede doms præmis 23, at opfattelsen hos den relevante kundekreds imidlertid ikke nødvendigvis er den samme i tilfælde af et tegn, der består af et motiv, der anbringes på en vares overflade, og et ord- eller figurmærke. Denne konklusion er fejlagtig. Specielt er det urigtigt at hævde, at det fører til en forskellig bedømmelse af det fornødne særpræg. Retten har fejlagtigt fastslået, at kundekredsen er vant til umiddelbart at opfatte ord- eller figurmærker som tegn, der fastslår varens handelsmæssige oprindelse. Dette skaber en forskel mellem ord- eller figurmærker og andre typer varemærker som det, der er omhandlet i den foreliggende sag. Konsekvensen heraf er, at ord- eller figurmærkers fornødne særpræg generelt er vigtigere end andre typer varemærkers fornødne særpræg. En sådan fortolkning er ikke retlig begrundet.

19 Harmoniseringskontoret har anført, at dette led af anbringendet må afvises, da det udgør en kritik af den bedømmelse af de faktiske omstændigheder, som Retten har foretaget.

Domstolens bemærkninger

20 I den appellerede doms præmis 22 har Retten ved fortolkningen af artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 med rette fastslået, at et tegns fornødne særpræg skal bedømmes i forhold til dels de varer og tjenesteydelser, for hvilke varemærket søges registreret, dels opfattelsen hos den berørte kreds (jf. vedrørende den identiske bestemmelse i artikel 3, stk. 1, litra b), i Rådets første direktiv 89/104/EØF af 21.12.1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EFT 1989 L 40, s. 1) dom af 18.6.2002, sag C-299/99, Philips, Sml. I, s. 5475, præmis 59 og 63, og af 12.2.2004, sag C-218/01, Henkel, Sml. I, s. 1725, præmis 50).

21 Retten har ligeledes i den appellerede doms præmis 23 med rette bemærket, at artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 ikke sondrer mellem tegn af forskellig art (jf. ligeledes vedrørende artikel 3, stk. 1, litra b), i direktiv 89/104 dom af 8.4.2003, forenede sager C-53/01 — C-55/01, Linde m.fl., Sml. I, s. 3161, præmis 42).

22 I samme præmis i den appellerede dom har Retten dernæst udtalt, at den relevante kundekreds' opfattelse imidlertid ikke nødvendigvis er den samme i tilfælde af et tegn, der består af et motiv, der anbringes på en vares overflade, og et ord- eller figurmærke, der består af et tegn uafhængigt af de varers fremtræden, som varemærket kendetegner. Retten har understreget, at selv om kundekredsen er vant til umiddelbart at opfatte ord- eller figurmærker som tegn, der fastslår varens handelsmæssige oprindelse, gælder det samme ikke nødvendigvis, når tegnet går i ét med den vares ydre fremtræden, som tegnet er ansøgt for.

23 Det bemærkes i denne forbindelse først, at det er fastlagt i Domstolens praksis, at selv om kriterierne for bedømmelsen af fornødent særpræg er de samme for de forskellige varemærkekategorier, kan det ved anvendelsen af disse kriterier forekomme, at den relevante kundekreds' opfattelse ikke nødvendigvis er den samme for enhver af disse kategorier, og at det således kan vise sig vanskeligere at godtgøre varemærkets fornødne særpræg inden for visse kategorier i forhold til andre kategorier (jf. Henkel-dommen, præmis 52, domme af 29.4.2004, forenede sager C-456/01 P og C-457/01 P, Henkel mod KHIM, Sml. I, s. 5089, præmis 38, forenede sager C-468/01 P — C-472/01 P, Procter & Gamble mod KHIM, Sml. I, s. 5141, præmis 36, og forenede sager C-473/01 P og C-474/01 P, Procter & Gamble mod KHIM, Sml. I, s. 5173, præmis 36).

24 De udtalelser, der anfægtes i den appellerede dom, er i overensstemmelse med denne retspraksis.

25 Dette klagepunkt er derfor åbenbart ugrundet.

26 Følgelig må anbringendets første led forkastes.

Det andet led

Parternes argumenter

27 Glaverbel har kritiseret Retten for at have udtalt i den appellerede doms præmis 26-30, at det motiv, der er anbragt på varens overflade:

— først og fremmest opfattes som et teknisk middel, der sikrer glassets uigennemsigtighed

— ikke nemt og umiddelbart kan huskes af den relevante kundekreds som et tegn, der har det fornødne særpræg, på grund af dets komplekse og fantasifulde egenskaber, der snarere synes at skyldes en æstetisk eller dekorativ finish

— efterlader et indtryk, som ikke er stabilt.

28 Glaverbel har gjort gældende, at der findes tusindvis af mulige design, og at ethvert af dem gør en glasplade uigennemsigtig. Forbrugeren vælger en glasplade afhængigt af, hvilket design han bedst kan lide. Han opfatter derfor ikke først og fremmest designet som et teknisk middel til at gøre glasset uigennemsigtigt. Et tegns kompleksitet og fantasifuldhed fører sædvanligvis til, at det sluttes, at tegnet har fornødent særpræg. Den veloplyste gennemsnitsforbruger, der køber en glasplade, hvor det omhandlede motiv er anbragt på overfladen, genkender omgående denne glasplade, når han ser den et andet sted, og tænker, at den stammer fra samme virksomhed, selv om detaljerne i motivet er komplekse.

29 Ifølge Glaverbel opfattes det motiv, der er anbragt på overfladen af glasset, tydeligvis først og fremmest som en angivelse af oprindelse og ikke som en teknisk og dekorativ egenskab. Under alle omstændigheder bliver talrige varemærker ikke alene opfattet som en angivelse af oprindelse, men ligeledes som et dekorativt element, fordi forbrugerne ønsker det således, og fordi producenterne skal undgå, at varemærket, hvad enten der er tale om et ordmærke, figurmærke eller en helt anden type varemærke, gør varen mindre tiltrækkende. Endelig er det ikke påkrævet, at indtrykket er stabilt. Ord- eller figurmærker kan fortolkes på flere forskellige måder, uden at der er grundlag for at konkludere, at de mangler fornødent særpræg.

30 Harmoniseringskontoret har anført, at klagepunktet, navnlig med hensyn til om tegnet først og fremmest opfattes som et teknisk middel til at gøre glas uigennemsigtigt, og om tegnets kompleksitet gør det vanskeligere at huske, må afvises, da det udgør en kritik af bedømmelsen af de faktiske omstændigheder.

Domstolens bemærkninger

31 Det fremgår af artikel 225 EF og artikel 58 i Domstolens statut, at appel er begrænset til retsspørgsmål. Bedømmelsen af de faktiske omstændigheder udgør ikke —

medmindre der er tale om en forkert gengivelse af de for Retten fremlagte beviser — et retsspørgsmål, der som sådan er undergivet Domstolens prøvelsesret (jf. bl.a. dom af 21.6.2001, forenede sager C-280/99 P — C-282/99 P, Moccia Irme m.fl. mod Kommissionen, Sml. I, s. 4717, præmis 78, og af 19.9.2002, sag C-104/00 P, DKV mod KHIM, Sml. I, s. 7561, præmis 22).

32 I den appellerede doms præmis 26-30 har Retten foretaget en konkret undersøgelse af de glasvarer, der er omhandlet i den foreliggende sag.

33 Retten har udtalt, at motivet, der består af små streger, der gentages i det uendelige på en hvilken som helst overflade, falder sammen med selve varens ydre fremtræden, idet det viser varens åbenbare karakteristika på en sådan måde, at det først og fremmest opfattes som et teknisk middel, der sikrer glassets uigennemsigtighed. Retten har desuden bemærket, at de komplekse og fantasifulde egenskaber ved det motiv, der søges registreret, snarere synes at skyldes en æstetisk eller dekorativ finish. Retten har fundet, at den samlede kompleksitet af motivet samt anbringelsen af dette på varens ydre overflade ikke gør det muligt hverken at fastholde særlige detaljer fra dette motiv eller at se det uden samtidig at opfatte varens egentlige karakteristika. Endelig har Retten bemærket, at det indtryk, som motivet efterlader, ikke er stabilt, idet det varierer alt afhængigt af synsvinklen, lysstyrken eller glaskvaliteten.

34 Retten har fastslået, at tegnet ikke indeholder en angivelse af varens oprindelse for den relevante kundekreds, der består af såvel de erhvervsdrivende inden for bygningssektoren som den store offentlighed.

35 Med sin kritik ønsker Glaverbel, at det anerkendes, at det anfægtede motiv opfattes umiddelbart og tydeligt af forbrugeren som en angivelse af varens oprindelse.

36 Glaverbel tilsigter således udelukkende at ændre en bedømmelse af de faktiske omstændigheder, som Retten har foretaget, uden at tilføje elementer til støtte for, at der foreligger en forkert gengivelse.

37 Anbringendets andet led kan derfor ikke antages til realitetsbehandling.

38 Følgelig må dette afvises.

Det tredje led

Parternes argumenter

39 Glaverbel har gjort gældende, at der må tages hensyn til, at talrige varemærker er registreret som selve formen på en vare. Glarverbel har anført, at f.eks. varers emballage eller flasker kan være beskyttet som varemærker og være registreret, selv om deres oprindelige formål er at indeholde eller præsentere varen. Formen på varen vil imidlertid bestå af dennes fremtræden som i det foreliggende tilfælde. Det følger heraf, at hvis varers form kan registreres, selv i mangel af enhver yderligere egenskab, skal varemærker som det, der er omhandlet i det foreliggende tilfælde, ligeledes kunne registreres, navnlig under hensyn til at forskellige typer af varemærker skal behandles på samme måde.

40 Harmoniseringskontoret har anført, at dette led af anbringendet er åbenbart ugrundet, idet Retten ikke på noget tidspunkt generelt har afvist muligheden for at registrere et tegn, der består af et ornamentalt motiv, som er anbragt på en vares overflade.

Domstolens bemærkninger

41 I henhold til artikel 4 i forordning nr. 40/94 kan et EF-varemærke ganske vist bestå af en vares form eller emballage, på samme måde som et design eller alle andre tegn, der kan gengives grafisk. Det følger imidlertid af selve bestemmelsens ordlyd, at et hvilket som helst af disse tegn, for at udgøre et varemærke, skal opfylde den betingelse, at de er egnede til at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra en anden virksomheds.

42 I den appellerede doms præmis 19 har Retten med rette fastslået, at et motiv, der anbringes på en vares overflade, kan være et EF-varemærke, for så vidt som det er egnet til at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders.

43 Retten har derfor på ingen måde fastslået, at et tegn, der består af et motiv, der anbringes på en vares overflade, ikke kan registreres.

44 Følgelig hviler argumentet om, at hvis en form kan registreres, skal et varemærke som det, der er omhandlet i det foreliggende tilfælde, ligeledes kunne registreres, på en fejlagtig forudsætning. Allerede af den grund er argumentet åbenbart ugrundet.

45 Anbringendets tredje led må herefter forkastes.

Det fjerde led

Parternes argumenter

46 Glaverbel har kritiseret Retten for i den appellerede doms præmis 32 at have forkastet erklæringer fra forbrugerne, der indeholder udtalelser som, »når jeg ser glas med det pågældende motiv, ved jeg, at det kommer fra en bestemt fabrikant«, med den begrundelse, at de var forbundet med prøvelsen af spørgsmålet om, hvorvidt det fornødne særpræg var opnået gennem brug. Glaverbel har gjort gældende, at selv om erklæringerne under sagen ved Harmoniseringskontoret blev fremlagt som led i selskabets ansøgning i henhold til artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 40/94 med henblik på at påvise, at tegnet havde opnået fornødent særpræg gennem omfattende brug, indebærer det ikke, at erklæringerne kan forkastes af Retten ved undersøgelsen af Glaverbels ansøgning i henhold til forordningens artikel 7, stk. 1, litra b). Det argument, der støttes på den nævnte udtalelse, er nemlig blevet fremsat til støtte for ansøgningen i henhold til sidstnævnte bestemmelse. Denne udtalelse indeholder imidlertid intet element, der gør det muligt at fastslå, at personen, der har udtalt sig, havde kendskab til den omfattende brug af de pågældende glasplader. Tværtimod har udtalelsen ganske enkelt afspejlet forbrugerens holdning, ifølge hvilken glaspladerne har fornødent særpræg.

47 Harmoniseringskontoret har gjort gældende, at:

— selv om Harmoniseringskontoret hverken har undersøgt eller i alle enkeltheder sammenlignet de erklæringer, der er påberåbt af Glaverbel, bør disse

dokumenter, som er indgivet sammen med ansøgningen om registrering, ifølge Harmoniseringskontoret afvises under appelsagen med den begrundelse, at de ikke har været fremlagt på et tidligere tidspunkt i sagen

— under alle omstændigheder har Retten taget hensyn til de erklæringer fra fagfolk, der var indeholdt i de omhandlede dokumenter, og har fastslået, at for så vidt som fagfolk desuden ikke kan betragtes som de eneste, der udgør det relevante marked, kan de pågældende erklæringer ikke ændre Rettens bedømmelse af den generelle opfattelse, forbrugeren har af et motiv indpræget i glas.

Domstolens bemærkninger

48 I modsætning til det af Harmoniseringskontoret anførte, har de erklæringer, der er påberåbt af Glarverbel, og som er vedlagt appelskriftet i bilag A 12, været fremlagt for Retten. De var fremlagt i bilag A 7 i sagen. Påstanden om afvisning af fremlæggelsen af de omhandlede dokumenter kan derfor ikke tages til følge.

49 Dokumenterne omfatter en erklæring fra en ansat hos Glaverbel samt femten andre erklæringer fra erhvervsdrivende inden for glassektoren og fra specialiserede journalister. Samtlige erklæringer indeholder en påstand hovedsageligt om, at den pågældende ved synet af det anfægtede motiv umiddelbart genkender et bestemt glasmønster, der stammer fra Glaverbel. Alle, der har afgivet erklæring, fremhæver deres kendskab til varerne, der er opnået under udøvelsen af deres erhverv. Hovedparten understreger den lange varighed af deres praktiske erfaring og af markedsføringen af varer forsynet med det anfægtede motiv.

50 Det er i lyset af disse dokumenter, at Retten i præmis 32 i den appellerede dom:

— har fastslået, at dens konklusion med hensyn til, at tegnet mangler fornødent særpræg, ikke var svækket af Glaverbels argumentation om, at forbrugeren kan identificere dette tegn, fordi Glaverbels varer er blevet markedsført gennem lang tid, og at fagfolk ikke kan undgå at erkende, at således prægede varer stammer fra sagsøgeren

— derefter har udtalt, at dels henhørte den afviste argumentation under en analyse vedrørende spørgsmålet om, hvorvidt det fornødne særpræg er opnået gennem brug, og ikke om det ansøgte motiv i sig selv har et fornødent særpræg, dels kan fagfolk og erhvervsdrivende inden for byggeri eller glasindustri ikke betragtes som de eneste, der udgør den relevante kundekreds for de omhandlede varer.

51 Henset til denne begrundelse, til indholdet af erklæringerne og til kompetencen hos dem, der har afgivet erklæringerne, viser det sig, at Retten, i modsætning til Glaverbels påstand, har afvist de omhandlede dokumenter efter en bedømmelse af dem og ikke alene ud fra det rent formelle hensyn, at de var fremlagt til støtte for en varemærkeansøgning, der var begrundet med, at tegnet havde opnået fornødent særpræg gennem brug i medfør af artikel 7, stk. 3, i forordning nr. 40/94.

52 Følgelig er klagepunktet fremsat af Glaverbel åbenbart ugrundet.

53 Såfremt det må antages, at det undersøgte led af anbringendet ligeledes indeholder et klagepunkt om, at Retten fejlagtigt ikke har udledt af de fremlagte erklæringers indhold, at dem, der har fremsat erklæringerne, har bekræftet, at det anfægtede motiv i sig selv har fornødent særpræg i den forstand, hvori udtrykket er anvendt i artikel 7, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94, er det tilstrækkeligt at bemærke, at et sådant klagepunkt svarer til at anfægte en bedømmelse af de faktiske omstændigheder, og at i mangel af beviser, der kan godtgøre, at der foreligger en forkert gengivelse af de fremlagte beviser, kan klagepunktet åbenbart ikke antages til realitetsbehandling under en appelsag.

54 Det følger heraf, at anbringendets fjerde led ligeledes må afvises.

55 Da ingen af de fire led af anbringendet således kan tiltrædes, skal appellen forkastes.

Sagens omkostninger

56 Ifølge procesreglementets artikel 69, stk. 2, som i medfør af samme reglements artikel 118 finder anvendelse i appelsager, pålægges det den tabende part at betale sagens omkostninger, hvis der er nedlagt påstand herom. Da Glaverbel har tabt sagen, pålægges det denne part at betale omkostningerne i appelsagen, i overensstemmelse med Harmoniseringskontorets påstand herom.

På grundlag af disse præmisser

bestemmer

DOMSTOLEN (Femte Afdeling)

1) Appellen forkastes.

2) Glaverbel SA betaler sagens omkostninger.

Således bestemt i Luxembourg den 28. juni 2004.

R. Grass

Justitssekretær

C. Gulmann

Formand for Femte Afdeling