



Banská Bystrica 18. 2. 2014  
MOZ 1123126 /N-23-2014/Lut.

## ROZHODNUTIE

Vo veci námietok namietateľa Sociétés des Produits Nestlé S.A., Vevey, 1800 Švajčiarsko, zastúpeného v konaní spoločnosťou Ružička Csekés s. r. o., Vysoká 2/B, 811 06 Bratislava (ďalej „namietateľ“) proti poskytnutiu ochrany pre územie Slovenskej republiky medzinárodnej ochrannej známke č. 1123126 „JOYCO“ majiteľa 'GRAND CANDY' Armenian-Canadian Joint-Venture Co. LTD., 31, Masis str., 0061 Yerevan, Arménsko, zastúpeného v konaní spoločnosťou MAJLINGOVÁ & PARTNERS, s. r. o., Budatínska 12, 851 06 Bratislava (ďalej „prihlasovateľ“), zverejnenej vo Vestníku Medzinárodného úradu Svetovej organizácie duševného vlastníctva 16.8.2012, rozhodol Úrad priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky (ďalej „úrad“) podľa § 32 ods. 3 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach takto:

**námietky sa zamietajú.**

### Odôvodnenie:

Proti poskytnutiu ochrany medzinárodnej ochrannej známke č. 1123126 „JOYCO“ (ďalej „zverejnená známka“) pre územie Slovenskej republiky boli 29.11.2012 podané námietky v súlade s ustanovením § 30 v spojení s § 7 písm. a) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach týkajúce sa všetkých tovarov v triede 30 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Namietateľ podanie námietok odôvodnil, tým, že je majiteľom slovnej ochrannej známky č. 191139 „JOJO“ (ďalej „prvá staršia ochranná známka“) zapísanej pre tovary v triedach 30 a 32 medzinárodného triedenia tovarov a služieb a kombinovanej ochrannej známky č. 231935 „JOJO“ (ďalej „druhá staršia ochranná známka“) zapísanej pre tovary v triedach 29, 30 a 32 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Pri vizuálnom porovnávaní zverejnenej ochrannej známky a prvej staršej ochrannej známky namietateľ uviedol, že známky sa zhodujú v úvodnej časti v písmenách „JO“ a tiež v poslednom písmene „O“ a rozdiel spočívajúci v dvoch písmenách „Y“ a „C“ nie je dostatočný na konštatovanie nepodobnosti. Uvedené konštatovanie je možné uplatniť podľa namietateľa aj pri porovnaní zverejnenej známky a druhej staršej ochrannej známky, keďže obrazový prvok nachádzajúci sa v kombinovanej druhej staršej ochrannej známke je plne viazaný na slovo „JOJO“.

Čo sa týka fonetického hľadiska, namietateľ vyslovil záver, že priemerný slovenský spotrebiteľ bude namietanú zverejnenú známku „JOYCO“ reprodukovat' ako „jojko“, čo je veľmi podobná výslovnosť starších ochranných známk „jojo“ kvôli tomu, že slovenský spotrebiteľ bude mať tendenciu vyslovovať „Y“ ako „j“ a „C“ ako „k“ v súlade s pravidlami vyslovovania cudzojazyčných slov.

Staršie ochranné známky zo sémantického hľadiska podľa namietateľa nepochybne odkazujú na hračku „jojko“ a tým, že priemerný spotrebiteľ bude vyslovovať zverejnenú známku ako „jojko“, nie je možné vylúčiť, že spotrebiteľ si bude myslieť, že ide o zdobneninu vytvorenú z ochrannej známky namietateľa, a preto nie je možné vylúčiť ani podobnosť zo sémantického hľadiska.

Porovnanie tovarov zverejnenej ochrannej známky a starších ochranných znáмок namietateľ uzavrel konštatovaním o tom, že všetky tovary sú zhodné, prípadne podobné.

Namietateľ uviedol, že na základe všetkých spomenutých skutočností pri používaní zverejnenej známky a starších ochranných znáмок na zhodných alebo podobných tovaroch hrozí riziko, že priemerný spotrebiteľ nadobudne presvedčenie o spoločnom pôvode týchto tovarov, resp. o ekonomickej prepojenosti ich pôvodcov.

Podľa namietateľa majú staršie ochranné známky na území Slovenskej republiky vyššiu rozlišovaciu spôsobilosť a svoje tvrdenie podporil dokladmi, ako audit trhu s cukríkmi za roky 2002 až 2012, reklamnými materiálmi obchodných reťazcov, článkami v časopisoch z roku 2011 a prieskumom spontánnej znalosti označenia „JOJO“ medzi deťmi za roky 2008 až 2011.

Na základe všetkých uvedených skutočností namietateľ žiada, aby úrad odmietol medzinárodnej ochrannej známke č. 1123126 priznať ochranu na území Slovenskej republiky pre všetky tovary v triede 30.

Listom úradu zo 4.9.2013 boli námietky odoslané prihlasovateľovi na vyjadrenie. Prihlasovateľ vo vyjadrení doručenom úradu 7.11.2013 vyslovil názor, že pri vizuálnom hodnotení krátkych označení „JOJO“ verzus „JOYCO“ aj pridanie jedného písmena navyše prispieje k ich vizuálnej odlišnosti. Pri kombinovanej staršej ochrannej známke „JOJO“ je vizuálna odlišnosť od zverejnenej známky ešte väčšia.

Pri fonetickom porovnaní prihlasovateľ dospel k názoru, že staršiu ochrannú známku „JOJO“ bude priemerný spotrebiteľ nepochybne vyslovovať ako „jojo“ a zverejnenú známku „JOYCO“ ako „džojko“, teda úplne odlišne. Prihlasovateľ vyjadril nesúhlas so stanoviskom namietateľa, ktoré sa týkalo vyslovovania zverejnenej známky ako „jojko“.

Čo sa týka sémantického porovnania prihlasovateľ skonštatoval, že staršia ochranná známka odkazuje na detskú hračku „jojo“, ale zverejnená ochranná známka „JOYCO“ je fantazijná, resp. že v súvislosti s významom slova „joy“ môže evokovať predstavu niečoho radostného.

Prihlasovateľ je toho názoru, že stupeň odlišnosti porovnávaných označení „JOJO“ a „JOYCO“ je taký veľký, že ani pri ich použití na zhodných tovaroch neexistuje pravdepodobnosť ich zámeny na strane verejnosti.

Čo sa týka dokladov, ktoré namietateľ doložil na preukázanie vysokej rozlišovacej spôsobilosti starších ochranných znáмок, prihlasovateľ uviedol, že vzhľadom na nepodobnosť označení ich považuje za irelevantné.

Vzhľadom na všetky uvedené skutočnosti prihlasovateľ navrhol podané námietky proti priznaniu ochrany medzinárodnej ochrannej známke na území Slovenskej republiky v celom rozsahu zamietnuť.

### **Rozhodnutie úradu sa opiera o nasledovné skutočnosti a dôvody:**

Odo dňa zápisu medzinárodnej ochrannej známky, v ktorom je vyznačená Slovenská republika, do medzinárodného registra, alebo odo dňa územného rozšírenia zápisu medzinárodnej ochrannej známky pre Slovenskú republiku v medzinárodnom registri, má podľa § 47 ods. 1 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach zápis medzinárodnej ochrannej známky ten istý účinok ako národná prihláška.

Podľa § 47 ods. 3 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach lehota na podanie námietok proti poskytnutiu ochrany medzinárodnej ochrannej známke pre územie Slovenskej republiky začne plynúť prvým dňom mesiaca nasledujúceho po mesiaci, v ktorom bola medzinárodná ochranná známka zverejnená vo Vestníku Medzinárodného úradu Svetovej organizácie duševného vlastníctva.

Podľa § 52 ods. 3 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach úrad rozhoduje na základe odôvodnenia podania a dôkazov, ktoré boli účastníkmi konania predložené.

Podľa § 7 písm. a) citovaného zákona sa označenie nezapíše do registra na základe námietok podaných podľa § 30 majiteľom staršej ochrannej známky, ak z dôvodu zhodnosti alebo podobnosti označenia so

staršou ochrannou známkou a zhodnosti alebo podobnosti tovarov alebo služieb, na ktoré sa označenie a staršia ochranná známka vzťahujú, existuje pravdepodobnosť zámenny na strane verejnosti; za pravdepodobnosť zámenny sa považuje aj pravdepodobnosť asociácie so staršou ochrannou známkou.

Podľa § 4 citovaného zákona je na účely tohto zákona staršou ochrannou známkou

- a) ochranná známka zapísaná v registri ochranných známk úradu so skorším právom prednosti,
- b) medzinárodná ochranná známka s vyznačením Slovenskej republiky so skorším právom prednosti,
- c) ochranná známka Spoločenstva so skorším právom prednosti alebo so skorším právom seniority,
- d) označenie, ktoré je predmetom prihlášky ochrannej známky, ak bude zapísané ako ochranná známka uvedená v písmene a) alebo c).

V konaní o námietkach bolo zistené, že medzinárodná ochranná známka č. 1123126 „JOYCO“ prihlasovateľa 'GRAND CANDY' Armenian-Canadian Joint-Venture Co. LTD., 31, Masis str., 0061 Yerevan, Arménsko, proti ktorej námietky smerujú bola zverejnená vo Vestníku Medzinárodného úradu Svetovej organizácie duševného vlastníctva 16.8.2012, s právom prednosti od 7.5.2012 s platnosťou pre územie Slovenskej republiky, pre tovary v triede 30 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Ďalej bolo zistené, že namietateľ Société des Produits Nestlé S.A., Bevey, 1800 Švajčiarsko, je majiteľom slovnej ochrannej známky „JOJO“ č. 191139 s právom prednosti od 8.6.1998, ktorá je zapísaná pre tovary v triedach 30 a 32 medzinárodného triedenia tovarov a služieb a majiteľom kombinovanej ochrannej známky „JOJO“ č. 231935 s právom prednosti od 21.9.2011, ktorá je zapísaná pre tovary v triedach 29, 30 a 32 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Z porovnania dátumov práva prednosti zverejnenej známky a ochranných známk namietateľa vyplýva, že ochranné známky namietateľa majú skoršie právo prednosti ako zverejnená známka, a teda sú vo vzťahu k zverejnenej známke staršími ochrannými známkami.

### Porovnanie tovarov

Zverejnená známka je prihlásená pre nasledujúce tovary:

**trieda 30** – „*café, thé, cacao, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés de café, farine et préparations á base de céréales, pain, patisseries et confiseries, glaces alimentaires, miel, sirop de mélasse, levures, poudres á lever, sel, moutarde, vinaigre, sauces (condiments), épices, glace á rafraichir*“ (káva, čaj, kakao, cukor, ryža, tapioka, ságo, náhradky kávy, múka a výrobky z obilnín, chlieb, pekárske a cukrárske výrobky, zmrzlina, med, melasový sirup, droždie, prášok do pečiva, soľ, horčica, ocot, nálevy (chuťové prísady), korenie, ľad).

Prvá staršia ochranná známka je zapísaná pre nasledujúce tovary:

**trieda 30** – „*cukrovinky, čokoláda, čokoládové nápoje, fondán, jemné pečivo, kakao, kakaové nápoje, karamelky, kávové krémy, keksy, koláče, marcipán, oblátky, pečivo, perníky, príchuti do koláčov a zákuskov*“,

**trieda 32** – „*nápojové zmesi a prášky*“.

Druhá staršia ochranná známka je zapísaná pre nasledujúce tovary:

**trieda 29** – „*zelenina a zemiaky (konzervované, sušené alebo varené); ovocie (konzervované, sušené alebo varené); huby (konzervované, sušené alebo varené); výrobky z mäsa, hydiny, rýb a morských plodov, všetky tieto výrobky taktiež vo forme výťažkov, polievok, želé, nátierok, zaváranín, varených, mrazených alebo sušených jedál; džemy; vajcia; mlieko; smotana; maslo; syry a ďalšie potraviny vyrobené prevažne z mlieka; mliečne náhradky; nápoje s prímiesou mlieka; dezerty vyrobené prevažne z mlieka a dezerty vyrobené prevažne zo smotany; jogurty; sójové mlieko (mliečne náhradky) konzervované sójové bôby na ľudskú spotrebu; jedlé oleje a tuky; proteínové prípravky na ľudskú spotrebu; smotanové náhradky; párky a klobásy; údeniny; arašidové maslo; polievky; polievkové koncentráty; vývary; polievkové kocky; bujóny“,*

**trieda 30** – „*káva; kávové výťažky; prípravky a nápoje vyrobené z kávy; ľadová káva; kávové náhradky, výťažky z kávových náhradiek, prípravky a nápoje vyrobené prevažne z kávových náhradiek; cigória; čaj; čajové výťažky; prípravky a nápoje vyrobené prevažne z čaju; ľadový čaj, prípravky vyrobené prevažne zo sladu na ľudskú spotrebu; kakao a prípravky a nápoje vyrobené prevažne z kaka; čokoláda; čokoládové*

výrobky; prípravky a nápoje vyrobené prevažne z čokolády; cukroviny; sladkosti; cukríky; cukor; žuvačky nie na lekárske účely; prírodné sladidlá; pekárske výrobky; chlieb; droždie, pečivo, sušienky, zákusky, keksy, oblátky, karamelky; dezerty; pudinky; zmrzlina; vodové zmrzlina; šerbet; mrazené cukrovinky; mrazené zákusky; mrazené dezerty; mrazené jogurty; zmesi pre výrobu zmrzlina a/alebo vodovej zmrzlina, a/alebo šerbetov, a/alebo mrazených cukroviniek, a/alebo mrazených zákuskov, a/alebo mrazených dezertov, a/alebo mrazených jogurtov; med a medové náhradky; raňajkové cereálie; müsli; kukuričné vločky; cereálne tyčinky; cereálie na priamu spotrebu; prípravky z cereálií; ryža; cestoviny; rezance; potraviny vyrobené prevažne z ryže, múky alebo cereálií, tiež vo forme hotových jedál; pizza; sendviče; zmesi potravinovej kaše a predpripraveného cesta; omáčky; sójová omáčka; kečup; výrobky na dochucovanie alebo korenenie jedla; jedlé korenie; chuťové prísady; dresingy do šalátov; majonéza; horčica; ocot“,

**trieda 32** – „stolová voda; šumivá voda alebo sýtená voda; spracovaná voda; pramenitá voda; minerálna voda; ochutená voda; nápoje s ovocnou príchuťou a nápoje vyrobené prevažne z ovocia; ovocné džúsy a zeleninové džúsy; nektáre; limonády; sódy a ostatné nealkoholické nápoje; sirupy; výťažky a esencie a ďalšie prípravky na výrobu nealkoholických nápojov (okrem esenciálnych olejov); nápoje vyrobené s mliečnymi fermentmi; nápoje vyrobené prevažne zo sóje; nápoje vyrobené prevažne zo sladu; izotonické nápoje“.

Tovary zverejnenej známky „výrobky z obilnín, pekárske a cukrárske výrobky, chlieb“ sú podobné a zhodné s tovarmi prvej staršej ochrannej známky zapísanej aj pre tovary „cukrovinky, jemné pečivo, keksy, koláče, oblátky, pečivo, perníky“, pretože obsahovo široko formulovaný pojem zverejnenej známky „obilninové výrobky, pekárske a cukrárske výrobky“ v sebe zahŕňa tovary prvej staršej ochrannej známky ako „cukrovinky, jemné pečivo, keksy, oblátky, pečivo, perníky“. Charakter týchto tovarov je identický a zhodné sú aj ďalšie kritériá porovnania, a to účel tovarov, výrobcovia, distribučné kanály, predajné miesta a spotrebiteľia. Tovar zverejnenej známky „múka“ predstavuje dominantnú zložku hotových tovarov uvedených v prvej staršej ochrannej známke, prípadne spotrebiteľ bude očakávať, že zapísané tovary ako „jemné pečivo, oblátky, koláče či pečivo“ túto hlavnú zložku budú obsahovať. Na základe uvedeného je možné konštatovať nízku mieru podobnosti aj pre tento tovar.

Zverejnená známka je zapísaná aj pre „zmrzlinu, ľad“, teda tovary, ktoré majú rovnaký účel, ako aj konečných spotrebiteľov, ako majú „cukrovinky“. Možno konštatovať, že tieto tovary môžu byť vo vzájomne konkurenčnom vzťahu, môžu mať rovnakých výrobcov a byť predávané na rovnakých predajných miestach. Na základe toho je potrebné dospieť k názoru o ich vzájomnej podobnosti.

Taktiež tovary zverejnenej známky „káva, čaj, kakao, náhradky kávy“ možno považovať za tovary zhodné a podobné s tovarmi prvej staršej ochrannej známky „čokoládové nápoje, kakao, kakaové nápoje“. Na základe porovnania kolíznych tovarov so zapísanými tovarmi, ktoré zhodne predstavujú pochutiny, možno tiež uviesť, že sú v konkurenčnom vzťahu a taktiež predajné miesta porovnávaných tovarov sú rovnaké, rovnaký je aj ich účel použitia, pretože spotrebiteľ nimi uspokojuje svoje potreby, ktoré sú rovnaké, a to povzbudenie či uhasenie smädu. Zároveň je zrejmé, že aj okruh spotrebiteľskej verejnosti, ktorú tvorí v prípade prihlasovaných a zapísaných tovarov najširší okruh spotrebiteľskej verejnosti, keďže ide o tovary dennej spotreby, je takisto rovnaký.

Pri tovaroch zverejneného označenia „ryža, tapioka, ságo,“ ide síce o potraviny z oblasti potravinárstva všeobecne, prípadne o potraviny použiteľné v pekárskej a cukrárskej výrobe, ale svojou povahou ako základné potraviny (ryža), prípadne ako škrobové náhradky (tapioka, ságo) sú odlišné od tovarov staršej ochrannej známky „cukrovinky, čokoláda, fondán, jemné pečivo, karamelky, kávové krémy, keksy, koláče, marcipán, oblátky, pečivo, perníky, príchuť do koláčov a zákuskov“. Podobne tovary zverejnenej známky „cukor, sol', med, melasový sirup, horčica, ocot, droždie, prášok do pečiva, nálevy (chuťové prísady), korenie“ nemožno považovať za podobné s tovarmi staršej ochrannej známky predstavujúce cukrovinky, pečivo či čokoládové nápoje, aj keď všetky predstavujú potravinové výrobky. Takéto tovary pochádzajú zvyčajne z iných výrobných zdrojov (cukrovary, solivary, konzervárne) a účel týchto tovarov je tiež rozdielny, pretože sa požívajú na uspokojenie rozdielnych chutí a niektoré predstavujú suroviny a nekonzumujú sa priamo, ale slúžia na konečné dochutenie (napr. ocot, sol', prášok do pečiva). Rozdielni sú aj výrobcovia a distribučné kanály týchto tovarov a uvedené tovary aj keď sa predávajú zhodne v potravinových obchodoch, tak sú väčšinou umiestňované v rôznych regáloch. Hoci na výrobu určitých potravinárskych výrobkov je potrebné použiť mnoho surovín, zhodu alebo podobnosť tovarov nie je možné len na tomto základe považovať za dostatočnú. Na základe uvedených skutočností možno konštatovať, že predmetné tovary zverejnenej známky nie sú s tovarmi prvej staršej ochrannej známky zhodné ani podobné.

Zo vzájomného porovnania jednotlivých položiek druhej staršej ochrannej známky, ktoré predstavujú všeobecne potravinárske a cukrárske tovary, čaje, mrazené dezerty, kávové a čokoládové nápoje, koreniny a pochutiny a tovarov zverejnenej známky vyplynulo, že všetky tovary zverejnenej známky až na tovary „tapioka, ságo, prášok do pečiva“ sú zhodné alebo podobné s tovarmi druhej staršej ochrannej známky, keďže majú rovnaký charakter, účel, výrobcov, distribučné kanály, predajné miesta, ako aj konečných spotrebiteľov. Tovary „tapioka, ságo, prášok do pečiva“ nie sú podobné so žiadnymi tovarmi druhej staršej ochrannej známky, pretože tieto tovary nemajú rovnaký obvyklý pôvod s tovarmi druhej staršej ochrannej známky, a ako už bolo uvedené, aj keď na výrobu určitých potravinárskych výrobkov je potrebné použiť mnoho surovín, zhodu alebo podobnosť tovarov nie je možné len na tomto základe považovať za dostatočnú.

### Porovnanie označení

Zverejnená známka (MOZ 1123126)

Prvá staršia ochranná známka (OZ 191139)

JOYCO

JOJO

Druhá staršia ochranná známka (OZ 231935)



**Z vizuálneho hľadiska** ide o porovnanie jednoslovných označení, pričom porovnanie označení z vizuálneho hľadiska ovplyvňuje počet a výber písmen tvoriacich ich slovné prvky. Zverejnená známka je tvorená slovom „JOYCO“ obsahujúcim štyri rôzne hlásky („O“ je uvedené dvakrát) a prvá staršia ochranná známka slovom „JOJO“, v ktorom sa striedajú len dve hlásky. Ide o krátke slovné prvky, a preto možno predpokladať, že spotrebiteľ ich pri zbežnom vnímaní obsiahne ako celok. Napriek zhodným začiatočným dvom písmenám („JO-“) a poslednému písmenu („O“) je však nutné pri porovnaní daných označení zohľadniť, že vizuálny vnem spotrebiteľa ovplyvní obsiahnutie nasledujúcich nerovnakých písmen. Kým v zverejnenej známke nasledujú písmená „YC“, pričom postavenie písmena „Y“ za samohláskou nie je v slovenskom jazyku bežné, tak v prvej staršej ochrannej známke nasleduje zhodná opakujúca sa slabika „JO“. Práve použitie odlišných písmen na ďalších pozíciách v slove nedovolí spotrebiteľovi uvedomiť si ich zhodu, a preto aj pri bežnej pozornosti venovanej označeniam je rozdielnosť dobre postrehuteľná, zapamätateľná a zároveň neprehliadnuteľná. Vzhľadom na to, že obidva slovné prvky porovnávaných označení sú len päťpísmenkové verus štvorpísmenkové, možno aj napriek ich rovnakému začiatku konštatovať, že v poradí tretie a štvrté písmeno zo zverejnenej známky a pravidelné striedanie len dvoch písmen v prvej staršej ochrannej známke ovplyvní vizuálny vnem vyvolaný porovnávanými označeniami tak, že spotrebiteľ rozdiel medzi nimi postrehne a porovnávané označenia nebude vnímať ako vizuálne podobné.

Podobne možno vyhodnotiť aj porovnanie zverejnenej slovnej známky a druhej staršej kombinovanej ochrannej známky, ktorej úprava spočíva v použití farieb a využití písmena „O“ na vytvorenie predstavy oka. Vzhľadom na skôr uvedené porovnanie slovných prvkov zverejnenej známky „JOYCO“ a prvej staršej ochrannej známky „JOJO“ a navyše v súvislosti s farebnosťou a grafickým prvkom druhej staršej ochrannej známky, je možné konštatovať vizuálnu nepodobnosť aj v tomto prípade.

**Z fonetického hľadiska** bude zverejnená známka „JOYCO“ reprodukováaná priemerným spotrebiteľom pri základnej znalosti anglického jazyka alebo pri uplatnení slovenskej výslovnosti cudzích slov ako „džoj-ko“ alebo čisto teoreticky ako „džojš“. Prvá aj druhá staršia ochranná známka bude bezpochyby vyslovovaná

v súlade s pravidlami slovenskej výslovnosti ako „jo-jo“. Fonetika oboch označení bude rovnako ako pri vizuálnom vnímaní ovplyvnená tým, že spotrebiteľ tak zrakom, ako aj sluchom bude vnímať obe označenia komplexne ako celky, pričom ich fonetiku odliší zvuková realizácia hlások „džoj“ a hlások „jo“, vyslovením ktorých vyvolaný zvuk je vzájomne dostatočne špecifický a odlišný. Keďže slabika „joy-“ čiže „dž“ nie je bežná v slovenskom jazyku na rozdiel od často používanej slabiky „jo“, fonetické rozdiely sú pre priemerného spotrebiteľa dostatočne výrazné a vnímateľné, a preto sú tieto odlišnosti spôsobilé ovplyvniť celkový zvukový vnem vyvolaný porovnávanými označeniami natoľko, že im nie je možné priznať fonetickú podobnosť.

Nie je možné súhlasiť s tvrdením namietateľa o vyslovení slova „JOYCO“ priemerným spotrebiteľom ako „jojko“. Zverejnená známka obsahuje také usporiadanie hlások do slova, ktoré nepredstavuje slovenské slovo, ale s najväčšou pravdepodobnosťou spotrebiteľ pri jeho fonetickej reprodukcii uprednostní anglickú výslovnosť prvej slabiky „JOY“ ako „džoj“ alebo „džoi“ na základe porovnania s inými slovami začínajúcimi písmenami „joy-“, ktoré sú uvedené aj v Súčasnom slovníku slovenského jazyka aj so zodpovedajúcou výslovnosťou, napr. „joystick“ vyslovovať ako „džojstik“, podobne „joule“ výslovnosť ako „džaul“. Uplatnenie pravidiel anglickej aj slovenskej výslovnosti v rámci jedného slova, ako to uviedol namietateľ, je nepravdepodobné.

Naproti tomu pri starších ochranných známkach sa bude spotrebiteľ viesť pravidlami slovenskej výslovnosti, vysvetlenej v Pravidlách slovenskej výslovnosti týkajúcej sa výslovnosti spoluhlásky „j“ na začiatku slabiky pred samohláskou ako jasne znejúce „j“ (jama, juh, jeden, tvoji...), čomu zodpovedá aj množstvo slov začínajúcich slabikou „jo-“ uvedených v Slovníku súčasného spisovného jazyka výlučne so zodpovedajúcou výslovnosťou ako „jo“.

**Zo sémantického hľadiska** je pri vnímaní označení spotrebiteľom dôležité, či sú tvorené prvkami s konkrétnym významom, alebo sú ich prvky fantazijné. V prípade zverejnenej známky „JOYCO“ možno predpokladať, že ju spotrebiteľia budú vnímať ako slovo fantazijné, bez konkrétneho významu. V prípade starších ochranných známok „JOJO“ si spotrebiteľ môže utvoriť spoj s významom poukazujúcim na detskú hračku v podobe kotúčika na tenkom povrázku tzn. „jojo“, s čím môže súvisieť aj samotné vytvorenie slova „jojo“ písmenami tvarom („O“ telo hračky a „J“ šnúrka) pripomínajúcim túto detskú hru. Taktiež nie je vylúčené spojenie významu starších ochranných známok „JOJO“ s domácou podobou mužského mena Jozef alebo s významom naivného prostoduchého človeka. Vzhľadom na to, že zverejnená známka je fantazijná a staršie ochranné známky vytvárajú významový spoj s detskou hrou, teda aj s možným určením a zameraním výrobkov pre deti, možno považovať porovnávané označenia za významovo odlišné.

### **Celkové zhodnotenie – pravdepodobnosť zámény**

Pravdepodobnosť zámény medzi označeniami sa chápe ako nebezpečenstvo spočívajúce v možnosti vytvorenia domnienky vo vedomí relevantnej verejnosti o ekonomicky súvisiacom či spoločnom pôvode dotknutých tovarov alebo služieb. Pravdepodobnosť zámény musí byť posudzovaná celkovo podľa toho, ako príslušná verejnosť vníma označenie, resp. staršiu ochrannú známku a dotknuté tovary alebo služby, berúc do úvahy všetky činitele, ktorými sa vyznačuje daný prípad, predovšetkým vzájomnú previazanosť medzi podobnosťou označení a podobnosťou označovaných tovarov alebo služieb. Kde nižšia miera podobnosti medzi označovanými tovarmi alebo službami môže byť kompenzovaná vysokou mierou podobnosti medzi porovnávanými označeniami a naopak. Celkové posúdenie pravdepodobnosti zámény vo vzťahu k vizuálnej, fonetickej a sémantickej podobnosti porovnávaných označení sa má zakladať na celkovom dojme, ktorý tieto označenia vytvárajú, so zohľadnením najmä ich dominantných a rozlišovacích prvkov.

Na účely celkového posúdenia pravdepodobnosti zámény je potrebné vyhodnotiť relevantnú spotrebiteľskú verejnosť s ohľadom na charakter kolíznych tovarov a služieb, pričom sa má priemerný spotrebiteľ predmetných tovarov a služieb považovať za riadne informovaného a primerane pozorného a obozretného, avšak miera pozornosti takéhoto spotrebiteľa sa môže meniť v závislosti od kategórie predmetných tovarov alebo služieb.

V predmetnom prípade príslušnú skupinu verejnosti tvorí, vzhľadom na povahu dotknutých tovarov, ktorými sú tak vo zverejnenej známke, ako aj v starších ochranných známkach namietateľa cukrárske a pekárske výrobky, potraviny a pochutiny vo všeobecnosti, široká spotrebiteľská verejnosť, keďže ide o tovary bežnej spotreby určené pre všetky vrstvy obyvateľstva, a tak možno predpokladať nižší stupeň pozornosti relevantnej verejnosti pri výbere tovarov.

Pri porovnávaní zverejnenej známky so staršími ochrannými známkami je potrebné uviesť, že dĺžka predmetných označení môže ovplyvňovať účinky odlišností medzi nimi. Kým v prípade dlhých označení si verejnosť menej uvedomuje odlišnosti medzi nimi, kratšie označenia je schopná vnímať podstatne ľahšie. Malé odlišnosti v krátkych slovách môžu viesť k odlišnému celkovému dojmu, čo môže byť dostačujúce na konštatovanie nepodobnosti označení. V danom prípade bolo zistené, že porovnávané označenia patria medzi krátke označenia „JOYCO“ verzus „JOJO“, pričom z vizuálneho, fonetického aj zo sémantického hľadiska boli vyhodnotené ako odlišné. Súčasne väčšina porovnávaných tovarov bola zhodnotená ako tovary zhodné a podobné. Na základe porovnania označení zo všetkých troch hľadísk možno dospieť k záveru, že ani pri ich rovnakých, resp. podobných tovaroch a ani pri zohľadnení nízkej miery pozornosti, ktorú priemerný spotrebiteľ tovarom bežnej spotreby a nižšej cenovej relácie venuje, v danom prípade neexistuje pravdepodobnosť zámery porovnávaných označení, pretože zistené rozdiely medzi nimi a celkový odlišný dojem, ktorým pôsobia, sú dostatočné na to, aby zabezpečili ich odlíšenie na trhu z pohľadu priemerného spotrebiteľa. Rovnako tak možnosť asociácie porovnávaných označení je vylúčená, pretože porovnávané označenia neobsahujú zhodný prvok, ktorý by mohol vyvolať asociáciu medzi nimi.

Namietateľ poukazoval na vysokú rozlišovaciu spôsobilosť starších ochranných znáмок „JOJO“ na slovenskom trhu a na to, že tovary nimi označované sa tešia mimoriadnej obľube medzi zákazníkmi. Na preukázanie vyššej rozlišovacej spôsobilosti starších ochranných znáмок „JOJO“ doložil doklady ako audit na trhu s cukríkmi v SR za roky 2002 až apríl 2012, reklamné materiály obchodných reťazcov z rokov 2002 až apríl 2012, článok v časopise Beauty-Woman, september 2011, článok Šarmantná žena v časopise Zdravie, október 2011 a prieskum spontánnej znalosti označenia „JOJO“ medzi deťmi vo veku 6 až 10 rokov za roky 2008 až 2011. Ale vzhľadom na to, že zverejnená známka bola vyhodnotená ako dostatočne odlišná z vizuálneho, fonetického aj sémantického hľadiska od starších ochranných znáмок, a napriek tomu, že niektoré tovary zverejnenej známky boli vyhodnotené ako zhodné a podobné s tovarmi prvej a druhej staršej ochrannej známky, bola akákoľvek pravdepodobnosť zámery v rámci celkového hodnotenia vylúčená, nie je preto pravdepodobné, že by dochádzalo na trhu k zámene medzi zverejnenou známkou a staršími ochrannými známkami v očiach spotrebiteľskej verejnosti, a to ani pri zohľadnení dokladov na preukázanie zvýšenej rozlišovacej spôsobilosti starších ochranných znáмок.

Vzhľadom na tieto skutočnosti je možné konštatovať, že neboli naplnené podmienky uplatneného námietkového dôvodu podľa § 7 písm. a) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach, a preto bolo rozhodnuté tak, ako je uvedené vo výrokovej časti tohto rozhodnutia.

#### Poučenie o opravnom prostriedku:

Podľa § 40 ods. 1 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach možno proti tomuto rozhodnutiu podať na úrade rozklad v lehote 30 dní od jeho doručenia. Včas podaný rozklad má odkladný účinok.

Ing. Ingrid Brežňanová  
vedúca  
oddelenia sporových konaní

Doručiť:  
Ružička Csekes s. r. o.  
Vysoká 2/B  
811 06 Bratislava

MAJLINGOVÁ & PARTNERS, s. r. o.

Budatínska 12  
851 06 Bratislava