



Banská Bystrica 14. 10. 2016
POZ 515-2016/Z-412-2016

ROZHODNUTIE

Prihláška ochrannej známky POZ 515-2016 s názvom Good Idea Slovakia z 9.3.2016 prihlasovateľa Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky, Hilboká cesta 2, 833 36 Bratislava, SK,

sa zamieťa

podľa § 28 ods. 3 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení zákona č. 125/2016 Z. z. v nadväznosti na § 5 ods. 1 písm. b) citovaného zákona.

Odôvodnenie:

Na základe prieskumu zápisnej spôsobilosti prihlášky ochrannej známky uvedenej značky spisu bolo prihlasovateľovi s príslušným odôvodnením z 2.5.2016 oznámené, že prihláška ochrannej známky nespĺňa podmienky na zápis ochrannej známky do registra podľa § 28 ods. 3 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení zákona č. 125/2016 Z. z., pretože podľa § 5 ods. 1 písm. b) citovaného zákona, za ochrannú známku nemožno uznať označenie, ktoré nemá rozlišovaciu spôsobilosť.

Úrad priemyselného vlastníctva slovenskej republiky (ďalej „úrad“) v liste z 2.5.2016 uviedol, že označenie „Good Idea Slovakia“, ktorého slovenský význam je „Dobrý Nápad Slovensko“ je tvorené slovným spojením, ktoré podľa § 5 ods. 1 písm. b) citovaného zákona nemá vo vzťahu k nárokoványm tovarom a službám rozlišovaciu spôsobilosť. Úrad odôvodnil chýbajúcu rozlišovaciu spôsobilosť prihláseného označenia jeho povahou a v tejto súvislosti uviedol, že slovné spojenie „Good Idea Slovakia“, ktorého slovenský význam je „Dobrý Nápad Slovensko“ má podobu reklamného sloganu, ktorý obsahuje informáciu pochvalného charakteru prepojenú so zemepisným údajom. Reklamné slogany sú schopné plniť funkciu ochrannej známky len v prípade, že okrem jednoduchej odporúčajúcej informácie umožňujú verejnosti vnímať, že sú označením obchodného pôvodu predmetných tovarov a služieb. To znamená, že reklamné slogany plnia funkciu ochrannej známky v prípade, keď sú vnímané ako čosi viac, než len obyčajná reklamná správa chváliaca vlastnosti tovarov a služieb. Reklamné slogany je možné považovať za označenia s rozlišovacou spôsobilosťou napríklad vtedy, ak majú niekoľko významov, ak predstavujú slovnú hračku, ak ich je možné vnímať ako prekvapujúce, ak sú istým spôsobom originálne alebo zvučné, čo núti príslušnú spotrebiteľskú verejnosť použiť svoje interpretačné schopnosti.

Úrad ďalej v liste z 2.5.2016 uviedol, že slovné označenie „Good Idea Slovakia“, ktorého slovenský význam je „Dobrý Nápad Slovensko“ je pre spotrebiteľskú verejnosť len jednoduchou a priamočiarou výzvou na podniknutie krokov smerujúcich k jej aktivitám zrealizovaným na Slovensku (napríklad návšteva Slovenska a cestovanie po krajine, podnikanie na Slovensku, investovanie na Slovensku a podobne). Prihlásené označenie je tvorené len jednoduchou odporúčajúcou informáciou, na ktorej pochopenie príslušná spotrebiteľská verejnosť nie je nútená zapojiť svoju myseľ do takej miery, aby bol spustený hlbší kognitívny proces. V prípade použitia prihláseného označenia na tovaroch nárokových v triedach 6, 8, 9, 14, 16, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 27, 34 bude spotrebiteľskej verejnosti zrejme, že ide iba o nosiče reklamnej informácie,

ktoré majú podobu suvenírov a darčkových predmetov s jednoznačným odporúčaním, že prípadná aktivita spotrebiteľa na Slovensku bude preňho prínosom. Avšak informácia o obchodnom pôvode takto označených tovarov v prihlásenom označení obsiahnutá nie je. V prípade služieb nárokových v triedach 35, 38, 39, 41, 42 a 43, ktoré majú povahu reklamy, telekomunikačných služieb, organizovania zájazdov, vydavateľských služieb, služieb súvisiacich s webovými stránkami a poskytovaním prechodného ubytovania, je rovnako zrejmé, že označovanie týchto služieb prihláseným označením neumožní spotrebiteľskej verejnosti určiť, ktorý subjekt je ich poskytovateľom.

Úrad v závere listu z 2.5.2016 skonštatoval, že prihlásené výlučne slovné označenie „Good Idea Slovakia“, ktoré je iba jednoduchým spojením bežných slov, nespĺňa základnú funkciu ochrannej známky spočívajúcu v jej schopnosti individualizovať tovary a služby jednotlivých subjektov. Výsledkom prieskumu zápisnej spôsobilosti skúmaného označenia bol záver, že predmetné označenie nie je schopné túto funkciu plniť a preto nemôže byť zapísané do registra ochranných známk.

Prihlasovateľova odpoveď bola úradu doručená 17.6.2016. V svojej odpovedi prihlasovateľ vyjadril nesúhlasné stanovisko s výsledkom prieskumu zápisnej spôsobilosti prihláseného označenia. Podľa prihlasovateľa nejde v prípade označenia „Good Idea Slovakia“ len o spojenie bežných slov, ale o reklamný slogan, ktorý je vyjadrený formou literárnej personifikácie. Preto je možné slovné spojenie považovať za slovnú hračku, ktorá slovné spojenie robí aj originálnym a tým núti spotrebiteľskú verejnosť použiť svoje interpretačné schopnosti. Slovné spojenie nepovažuje prihlasovateľ za obyčajné aj z toho dôvodu, že nehovorí v prenesenom význame len o dobrom nápade zo Slovenska (ako podľa prihlasovateľa slovné spojenie interpretoval úrad), ale aj o iných nápadoch, ktoré majú určité prepojenie so Slovenskom avšak sloganom sú interpretované tak, ako by dobrý nápad malo alebo bolo samotné Slovensko.

Prihlasovateľ ďalej uviedol, že slovné spojenie „Good Idea Slovakia“ je aj súčasťou loga, ktoré prezentoval na verejnosti a preto je od tohto momentu možné predpokladať, že predmetné slovné spojenie bude verejnosť spájať práve s prihlasovateľom, ktorý poskytuje verejnosti služby ako ústredný orgán štátnej správy. Bežný spotrebiteľ podľa názoru prihlasovateľa rozlišuje služby jednej osoby od služby druhej osoby práve prostredníctvom subjektu, ktorý tieto služby poskytuje. Z tohto dôvodu môže byť pre spotrebiteľa rozhodujúcim a rozlišujúcim kritériom samotná identita poskytovateľa služby, ktorá môže byť zachytená tak v osobe poskytovateľa, ako aj v ochrannej známke, resp. v používanom slogane „Good Idea Slovakia“. Z časového hľadiska je podľa prihlasovateľa možné predpokladať, že používaním loga obsahujúceho aj slogan „Good Idea Slovakia“ si bude bežný spotrebiteľ automaticky spájať prihlasovateľa a jeho služby poskytované verejnosti s daným sloganom. Prihlasovateľ je toho názoru, že slovné označenie „Good Idea Slovakia“ je na základe uvedeného schopné individualizovať ním poskytované služby. Prihlasovateľ nesúhlasí so stanoviskom úradu, že slovné označenie „Good Idea Slovakia“ je tvorené len jednoduchou odporúčajúcou informáciou, na ktorej pochopenie príslušná spotrebiteľská verejnosť nie je nútená zapojiť svoju myseľ do takej miery, aby bol spustený hlbší kognitívny proces. Podľa prihlasovateľa nejde o obyčajné slovné spojenie, resp. o priamočiaru výzvu na podniknutie krokov smerujúcich k aktivitám na Slovensku.

Záverčné vyjadrenie úradu:

Vzhľadom na vyjadrenie prihlasovateľa a po zvážení všetkých relevantných skutočností úrad naďalej trvá na svojom stanovisku, že slovné označenie „Good Idea Slovakia“, ktorého slovenský význam je „Dobrý Nápad Slovensko“ nemá podľa § 5 ods. 1 písm. b) rozlišovaciu spôsobilosť vo vzťahu k akýmkoľvek tovarom a službám a teda ani k tovarom a službám nárokovým v triedach 6,8,9,14,16,18,19,20,21,24,25,27,34,35,38,39,41,42,43 medzinárodného triedenia výrobkov a služieb. Predmetnému označeniu chýba rozlišovacia spôsobilosť z dôvodu, že je pre spotrebiteľskú verejnosť len jednoduchou a priamočiarou výzvou na podniknutie krokov smerujúcich k jej aktivitám zrealizovaným na Slovensku (napríklad návšteva Slovenska a cestovanie po krajine, podnikanie na Slovensku, investovanie na Slovensku a podobne), čo vyplýva z významu slova nápad (t. j. náhla myšlienka, okamžitý popud – In. Krátky slovník slovenského jazyka 4 z r. 2003). Prihlásené označenie predstavuje jednoduchú odporúčajúcu informáciu, na ktorej pochopenie príslušná spotrebiteľská verejnosť nie je nútená zapojiť svoju myseľ do takej miery, aby bol spustený hlbší kognitívny proces.

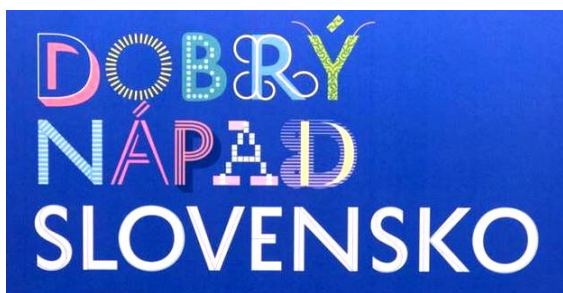
Priemerný spotrebiteľ nevníma slovné spojenie „Good Idea Slovakia“ ako reklamný slogan, ktorý je vyjadrený formou literárnej personifikácie. Spotrebiteľská verejnosť nevníma na základe predmetného slovného spojenia štát Slovensko ako pôvodcu dobrého nápadu. Úvaha o personifikácii Slovenska, ktorú vyjadril prihlasovateľ, by bola namieste v prípade, ak by išlo o slovné spojenie „Slovakia has good idea“.

Prihlasovateľ uviedol, že slovné spojenie „Good Idea Slovakia“ je aj súčasťou loga, ktoré prezentoval na verejnosti a preto je od tohto momentu možné predpokladať, že predmetné slovné spojenie bude verejnosť spájať práve s prihlasovateľom, ktorý poskytuje verejnosti služby ako ústredný orgán štátnej správy. K tomu úrad uvádza, že z hľadiska preukazovania rozlišovacej spôsobilosti prihláseného slovného označenia je bezpredmetné odvolávanie sa na bližšie nešpecifikované logo obsahujúce okrem iného slovné spojenie „Good Idea Slovakia“.

Označenie môže byť uznané za ochrannú známku len v prípade, že umožňuje spotrebiteľskej verejnosti určiť, kto je poskytovateľom služieb alebo tovarov. Predpoklad prihlasovateľa, že spotrebiteľská verejnosť bude v dôsledku prihlasovateľom používaného loga obsahujúceho aj slovné spojenie „Good Idea Slovakia“ spájať prihlasovateľa s predmetným slovným spojením, nie je dôkazom o nadobudnutí rozlišovacej spôsobilosti prihláseného označenia na území Slovenska pred podaním prihlášky vo vzťahu k nárokoványm tovarom a službám. Nadobudnutie rozlišovacej spôsobilosti všeobecného slovného označenia tvoreného jednoduchou odporúčajúcou informáciou nie je možné preukazovať odvolávaním sa na logo (t. j. kombinované označenie). Okrem toho prihlasovateľ nepredložil žiadne doklady, ktorými by preukázal používanie výlučne slovného označenia „Good Idea Slovakia“ pred podaním prihlášky a nepredložil ani doklady o používaní ním zmieneného ale bližšie nekonkretizovaného loga pred podaním predmetnej prihlášky. Predpoklad o tom, že spotrebiteľská verejnosť si bude spájať služby a tovary označené výlučne slovným označením „Good Idea Slovakia“ s prihlasovateľom, na základe používania nešpecifikovaného loga v nešpecifikovanom časovom období je nesprávny.

Vzhľadom na to, že slovné označenie „Good Idea Slovakia“ neobsahuje rozlišovací prvok ale len jednoduchú informáciu, spotrebiteľská verejnosť si nedokáže vytvoriť súvislosť o pôvode tovarov alebo služieb so žiadnym subjektom a to bez ohľadu na to, či prihlasovateľ v obchodnom styku používa logo obsahujúce slovné spojenie „Good Idea Slovakia“.

Úrad za účelom objektívneho posúdenia tvrdení prihlasovateľa vykonal prieskum aj prostredníctvom internetového vyhľadávača google a z verejne dostupnej internetovej stránky [„http://www.usz.sk/sk/stranka/4081/dobry-napad-slovensko“](http://www.usz.sk/sk/stranka/4081/dobry-napad-slovensko) zistil, že zo strany prihlasovateľa bolo slovné označenie a tiež logo v rôznych prevedeniach prvýkrát predstavené 27.4.2016 (t. j. po podaní predmetnej prihlášky). Na zmienenej internetovej stránke sa uvádza: **„Good idea, Slovakia! Dobrý nápad, Slovensko. Pod týmto sloganom sa bude Slovenská republika predstavovať v zahraničí. Logo i slogan novej "značky Slovensko" predstavili vo štvrtok 27. apríla 2016 na pôde Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí (MZVaEZ) SR.“** Predmetný text je sprevádzaný nižšie vyobrazenými logami.



Zároveň sa na zmienenej internetovej stránke uvádza "Podľa umiestnenia trikolóry a vyobrazenia štátneho znaku bude možné rozlíšiť, či ide o vrcholný, alebo podriadený orgán štátnej správy, prípadne o samosprávu, vysvetlil Miroslav Lajčák. Pre ministerstvá a ústredné orgány je podľa informácie TASR používanie nového logotypu povinné, pre podriadené orgány a samosprávu odporúčané. Ako minister spresnil, od 1. októbra je potrebné nový vizuál implementovať, plné zavedenie je stanovené od začiatku roka 2017".

Z uvedeného je zrejmé, že prihlasovateľ nebude jediným používateľom slovného označenia "Good Idea Slovakia" a nebude ani jediným používateľom loga v rôznych prevedeniach. Úrad súčasne zistil, že používateľom slovného označenia „Good Idea Slovakia“ a loga „Good Idea Slovakia“ sú aj fyzické osoby a nie len orgány štátnej správy či samosprávy. Túto skutočnosť potvrdzujú informácie prezentované na internetovej stránke [„http://www.cas.sk/clanok/454993/slovensko-ma-noveho-ambasadora-peter-sagan-je-prvym-drzitelom-cestneho-titulu/“](http://www.cas.sk/clanok/454993/slovensko-ma-noveho-ambasadora-peter-sagan-je-prvym-drzitelom-cestneho-titulu/) kde sa v článku z 28.9.2016 uvádza: „Minister zahraničných vecí a

európskych záležitostí SR Miroslav Lajčák udelil v budove Národnej banky Slovenska čestný titul "Veľvyslanec značky Dobrý nápad Slovensko" v súčasnosti najvýraznejšiemu slovenskému športovcovi Petrovi Saganovi." Sprievodný videozáznam, ktorý je možné vidieť na tomto internetovom odkaze v tejto súvislosti zachytáva aj logo „Good Idea Slovakia”.

Vzhľadom na povahu prihláseného označenia a skutočnosti zistené z dostupných webových stránok je zrejmé, že spotrebiteľská verejnosť nedokáže na základe slovného označenia „Good Idea Slovakia“ identifikovať pôvod tovarov a služieb nárokovanych v prihláške ochrannej známky POZ 515-2016. To znamená, že prihlásené označenie nespĺňa základnú funkciu ochrannej známky, ktorá spočíva v jej spôsobilosti odlišiť tovary a služby majiteľa ochrannej známky od rovnakých tovarov a služieb iných osôb. Výlučne slovné označenie „Good Idea Slovakia“ nemá podľa § 5 ods. 1 písm. b) citovaného zákona rozlišovaciu spôsobilosť a keďže prihlasovateľ svojim vyjadrením nepreukázal opak, 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 v znení zákona č. 125/2016 Z. z. možno proti tomuto rozhodnutiu podať na úrade rozklad v lehote 30 dní od jeho doručenia. Včas podaný rozklad má odkladný účinok. Rozklad sa podáva v dvoch vyhotoveniach. Toto rozhodnutie možno, po vyčerpaní riadnych opravných prostriedkov, preskúmať správnym súdom na základe správnej žaloby podanej podľa § 177 a nasl. zákona č. 162/2015 Z. z. Správny súdny poriadok.

Ing. Zdena Hajnalová
riaditeľka
odboru známk a dizajnov

Doručiť:

Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky, Elena Mallicková, riaditeľka
odboru verejnej diplomacie
Hlboká cesta 2
833 36 Bratislava