



Banská Bystrica 24. 5. 2018

POZ 144-2017/P-4-2018

ROZHODNUTIE

Prihláška ochrannej známky POZ 144-2017 s názvom „if Inspiration Freshener“ podaná 23.1.2017 prihlasovateľom Martinom Zubčekom, Muškátová 491/2, 040 11 Košice – Západ, Slovenská republika,

sa zamietá

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

Odôvodnenie:

Dňa 1.8.2017 boli Úradu priemyselného vlastníctva SR (ďalej „úrad“) doručené pripomienky proti zápisu

kombinovaného označenia , číslo spisu POZ 144-2017, do registra ochranných známk (ďalej aj „zverejnené označenie“), podané spoločnosťou Facebook, Inc., 1601 Willow Road, 94025 Menlo Park, California, Spojené štáty americké, zastúpenou v konaní advokátkou JUDr. Andreou Považanovou, Tobručká 6, 811 02 Bratislava (ďalej „podávateľ pripomienok“). Predmetné pripomienky boli podané podľa § 29 ods. 1 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení zákona č. 125/2016 Z. z. z dôvodu naplnenia podmienky § 5 ods. 1 písm. l) citovaného zákona.

Podávateľ pripomienok odôvodnil ich podanie tým, že je majiteľom radu ochranných známk účinných v mnohých krajinách sveta, vrátane celého územia Európskej únie. Okrem iného je vlastníkom starších kombinovaných ochranných známk EÚ chrániacich známe logo „f“, a to ochrannej známky EÚ č. 6675474, č. 9151226, č. 9776601 a č. 13605688. Podávateľ pripomienok ďalej uviedol, že Facebook je rozsiahly spoločenský webový systém slúžiaci najmä na tvorbu sociálnych sietí, komunikáciu medzi užívateľmi, zdieľanie multimediálnych dát, udržovanie vzťahov a zábavu. So svojimi 1,7 miliardami aktívnych užívateľov je jednou z najväčších spoločenských sietí na svete a jednou z najnavštevovanejších internetových stránok na svete. Je v plnom rozsahu preložený do osemdesiatich štyroch jazykov sveta. Facebook bol založený Markom Z., bývalým študentom Harvardskej univerzity. Systém umožňuje komunikáciu medzi užívateľmi pomocou správ, diskusných fór alebo prostredníctvom diskusií na užívateľských profiloch. Ďalšie funkcie zaobstarávajú externé aj interné aplikácie, pričom najpoužívanejšie pochádzajú z dielni Facebooku. Hlavná sila Facebooku je v prepojení jednotlivých komponentov, väčšina textu môže slúžiť ako hypertextový odkaz na ďalší obsah.

Podávateľ pripomienok ďalej odôvodnil naplnenie podmienok ustanovenia § 5 ods. 1 písm. l) citovaného zákona tým, že v čase podania prihlášky zverejneného označenia prihlasovateľ vedel o existujúcich právach podávateľa pripomienok. Vzhľadom na vysokú podobnosť predmetných označení je viac než zjavné, že sa prihlasovateľ pri tvorbe zverejneného označenia inšpiroval ochrannými známkami podávateľa pripomienok a podaním prihlášky zverejneného označenia sa snaží uzurpovať si pre svoje tovary a služby časť svetového ohlasu sociálnej siete podávateľa pripomienok.

Podávateľ pripomienok poukázal aj na judikatúru európskych úradov a súdov, kde prevláda názor, že zlá viera môže byť na strane prihlasovateľa daná aj napriek tomu, že medzi ním a osobou, ktorá tvrdí, že napadnutá prihláška bola podaná v zlej viere, neexistuje žiadny predchádzajúci vzájomný vzťah. Na preukázanie zlej viery musia byť splnené dve podmienky, a to vedomosť prihlasovateľa o ochrannej známke (označení) podávateľa pripomienok a podvodný úmysel pri podaní prihlášky ochrannej známky.

Podľa podávateľa pripomienok o zlej viere na strane prihlasovateľa svedčí fakt, že vo zverejnenom označení použil ako základný a dominantný prvok písmeno „f“, a to vo vyhotovení zhodnom s vyobrazením ochranných známk podávateľa pripomienok, pričom ho doplnil o menšie nečitateľné a vo vzťahu k prihlasovaným tovarom a službám nedištinkatívne slovné prvky „Inspiration Freshener“. Navyše použil aj modrú farbu (rovnako ako Facebook) v kombinácii s fialovou. To všetko s úmyslom profitovať z ohlasu svetovo známych označení podávateľa pripomienok a jeho sociálnej siete Facebook. Zverejnené označenie je v zmysle článku 6 bis Parížskeho dohovoru napodobeninou starších ochranných známk podávateľa pripomienok a je schopné vyvolať zámenu, pretože vďaka rozsiahlemu používaniu je toto označenie všeobecne známe. Podávateľ pripomienok zdôraznil, že prihlasovateľ mal stovky možností, ako svoju ochrannú známku vytvoriť, avšak zámerne si zvolil vyobrazenie napodobňujúce logo, ktoré je chránené staršími ochrannými známkami podávateľa pripomienok, aby tak mohol ťažiť z ich dobrého mena a uľahčiť si vstup na trh.

Podľa podávateľa pripomienok z dôkazov, ktoré predložil, vyplýva, že prihlasovateľ svojou prihláškou nesledoval snahu o ochranu vlastného originálneho označenia, ale použil označenie, ktoré je na trhu známe pre inú osobu, t. j. podávateľa pripomienok. Je teda možné sa domnievať, že prihlasovateľ chcel využiť známosť označenia „f“ vo svoj prospech. Podávateľ pripomienok zdôraznil, že akýkoľvek zásah do jeho práv sa ho zásadným spôsobom dotýka, pretože dobré meno a kvalita ponúkaných tovarov a služieb by mohli byť existenciou ochrannej známky prihlasovateľa vážne ohrozené. Spotrebiteľia by sa mohli domnievať, že prihlasovateľ je s podávateľom pripomienok nejako prepojený a že podávateľ pripomienok schvaľuje, či inak (napr. finančne) podporuje aktivity prihlasovateľa, čo nezodpovedá skutočnosti.

Na základe uvedených dôvodov podávateľ pripomienok požiadal o zamietnutie prihlášky zverejneného označenia v celom rozsahu.

Listom úradu z 12.9.2017 boli pripomienky v súlade s § 29 ods.2 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení zákona č. 125/2016 Z. z. zaslané prihlasovateľovi na vyjadrenie, ktorý svoje stanovisko oznámil úradu v liste doručenom 21.11.2017.

Prihlasovateľ uviedol, že podľa jeho názoru nebola dokázaná a ani neexistuje klamlivosť označenia vo vzťahu k prihlasovaným tovarom. Vyvodit' záver, či osoba konala alebo nekonala v dobrej viere, možno len na základe posúdenia širokého okruhu objektívnych skutočností, ktorý nie je možné vopred vymedziť. Medzi takéto skutočnosti patrí napr. povaha prihlasovanej ochrannej známky, stupeň známosti označenia v okamihu podania prihlášky na účely jeho zápisu ako ochrannej známky, vzťah prihlasovateľa ochrannej známky a užívateľa staršieho zhodného označenia.

Ďalej prihlasovateľ uviedol, že je malým podnikateľom, svoj nápad s motivačnými osviežovačmi sa pokúsil chrániť úžitkovým vzorom (PUV 61-2015), ktorého prihláška bola zamietnutá, a preto sa rozhodol chrániť si riešenie ochrannou známkou. V snahe vyhnúť sa opisnosti označenia „Inspiration Freshener“ sa rozhodol pre kombinovanú ochrannú známku. Ako základ použil písmená „if“ v kombinácii s fialovou farbou na konkrétnom tvare – kosoštvorci, resp. diamante, ktorý má podľa prihlasovateľa široké využitie a antistresové účinky. Prihláška zverejneného označenia bola podaná, pretože prihlasovateľ veril, že je naplnená rozlišovacia spôsobilosť označenia a chcel mať šancu v prirodzenej hospodárskej súťaži a zabezpečiť si ochranu svojho duševného vlastníctva.

Na základe uvedených skutočností prihlasovateľ navrhol pripomienky posúdiť ako nedôvodné.

Na základe žiadosti podávateľa pripomienok o zaslanie vyjadrenia prihlasovateľa, doručenej úradu 4.12.2018, úrad zaslal 18.12.2017 požadované vyjadrenie podávateľovi pripomienok. Dňa 9.1.2018 bola úradu doručená replika podávateľa pripomienok k vyjadreniu prihlasovateľa, v ktorej boli uvedené obdobné argumenty ako v podaných pripomienkach a zároveň bola predložená kópia korešpondencie medzi prihlasovateľom a podávateľom pripomienok, na základe ktorej prihlasovateľ avizoval späťvzatie

predmetnej prihlášky, čo však neurobil, k pripomienkam sa vyjadril a upravil podobu svojho loga na internetových stránkach.

Dňa 12.2.2018 úrad zaslal prihlasovateľovi správu o výsledku posúdenia pripomienok, ku ktorej sa prihlasovateľ mal možnosť vyjadriť v lehote do 10.4.2018. Prihlasovateľ sa v stanovenej lehote k správe úradu nevyjadril.

Rozhodnutie úradu sa opiera o nasledovné skutočnosti a dôvody:

Podľa § 29 ods. 1 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov môže každý až do zápisu označenia do registra podať písomné pripomienky proti zápisu označenia do registra z dôvodov podľa § 5 alebo 6; na pripomienky úrad prihliadne pri rozhodovaní o zápise označenia do registra. Osoba, ktorá podala pripomienky, nie je účastníkom konania o prihláške ochrannej známky.





Podľa § 29 ods. 2 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov úrad s pripomienkami oboznámi prihlasovateľa, ktorý sa k nim môže v určenej lehote vyjadriť. Prihlasovateľa a osobu, ktorá podala pripomienky, úrad s výsledkom posúdenia pripomienok oboznámi.

Podľa § 28 ods. 3 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov, ak označenie nie je spôsobilé na zápis podľa § 5 alebo 6, úrad prihlášku zamietne. Pred rozhodnutím o zamietnutí prihlášky úrad musí umožniť prihlasovateľovi vyjadriť sa k dôvodom, na základe ktorých sa má prihláška zamietnuť.

V konaní o podaných pripomienkach bolo zistené, že prihláška kombinovaného zverejneného označenia

, číslo spisu POZ 144-2017, bola podaná 23.1.2017 prihlasovateľom Martinom Zubčekom, Muškátová 491/2, 040 11 Košice – Západ, Slovenská republika, a zverejnená vo Vestníku úradu 3.5.2017 pre tovary a služby v triedach 3, 16, 35 a 40 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Ďalej bolo zistené, že podávateľom pripomienok je spoločnosť Facebook, Inc., 1601 Willow Road, 94025 Menlo Park, California, Spojené štáty americké, zastúpená v konaní advokátkou JUDr. Andreou Považanovou, Tobrucká 6, 811 02 Bratislava. Podávateľ pripomienok je majiteľom:

- kombinovanej ochrannej známky EÚ č. 6675474 , zapísanej do registra 7.10.2010 s právom prednosti od 29.8.2007 pre tovary a služby v triedach 9, 35, 38, 41, 42 a 45 medzinárodného triedenia tovarov a služieb;
- kombinovanej ochrannej známky EÚ č. 9151226 , zapísanej do registra 2.12.2011 s právom prednosti od 3.6.2010 pre služby v triede 35 medzinárodného triedenia tovarov a služieb;
- kombinovanej ochrannej známky EÚ č. 9776601 , zapísanej do registra 22.11.2011 s právom prednosti od 2.9.2010 pre tovary a služby v triedach 9, 16, 35 a 36 medzinárodného triedenia tovarov a služieb;
- kombinovanej ochrannej známky EÚ č. 13605688 , zapísanej do registra 24.12.2015 s právom prednosti od 24.12.2014 pre tovary a služby v triedach 9, 35, 36, 38, 41, 42 a 45 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Podávateľ pripomienok podal pripomienky podľa § 29 ods. 1 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení zákona č. 125/2016 Z. z. z dôvodu naplnenia podmienok § 5 ods. 1 písm. l) tohto zákona.

Podľa § 5 ods. 1 písm. l) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov za ochrannú známku nemožno uznať označenie, ktoré je predmetom prihlášky, ktorá nebola podaná v dobrej viere.

Pri skúmaní existencie nie dobrej viery, resp. zlej viery prihlasovateľa v čase podania prihlášky ochrannej známky je potrebné vziať do úvahy všetky subjektívne okolnosti na strane prihlasovateľa, ako aj všetky

známe objektívne skutočnosti týkajúce sa podania predmetnej prihlášky ochrannej známky, ktoré zlú vieru prihlasovateľa buď potvrdia alebo vyvrátia.

Pre konštatovanie zlej viery prihlasovateľa pri podaní prihlášky ochrannej známky sú podstatné práve subjektívne pomery, ktoré sa viažu na rozumovú a vôľovú stránku osoby prihlasovateľa a ktoré spočívajú jednak v jeho vedomosti a informovanosti o určitých skutočnostiach, ktoré sa týkajú označenia, práva ku ktorému patria inému subjektu, a jednak v úmysle založenom na špekulatívnych dôvodoch zneužitia týchto informácií. Obidve zložky podmieňujúce existenciu zlej viery prihlasovateľa, t. j. vedomosť a úmysel, musia byť prítomné súčasne.

Úrad v správe o výsledku posúdenia pripomienok odoslanej prihlasovateľovi 12.2.2018 uviedol, že podávateľ pripomienok predložil v rámci predmetného konania rozsiahly súbor dôkazných materiálov, ktoré sú relevantné z časového hľadiska (mnohé sú datované pred podaním prihlášky zverejneného označenia, resp. odkazujú na súvislosti z tohto obdobia). V prevažnej väčšine ide o materiály z rôznych internetových stránok s nadnárodným dosahom preukazujúcich celosvetovú známosť a popularitu sociálnej siete Facebook. Časť materiálov tvoria aj články zo známych tlačovín ako The New York Times, TIME, Rolling Stones, Newsweek, The Guardian, Washington Post a iné.

Podľa informácií zo stránky <http://sk.wikipedia.org/wiki/Facebook> predstavuje Facebook sociálnu sieť, ktorá bola spustená do prevádzky 4.2.2004, slovenská verzia bola oficiálne spustená v marci 2009. Ku dňu 30.9.2014 mal Facebook 1,35 miliardy aktívnych používateľov za mesiac, pričom je dostupný skoro na celom svete. Podľa predloženého článku z časopisu SME z 28.6.2017 Facebook dosiahol dve miliardy používateľov, čo predstavuje viac ako štvrtinu obyvateľov planéty (uvedený článok je vydaný po podaní prihlášky zverejneného označenia, svedčí však o neustálej popularite a rozmachu tejto sociálnej siete v celosvetovom meradle).

Skutočnosť, že sociálna sieť Facebook sa teší mimoriadnej popularite aj na Slovensku svedčí výtlačok zo stránky <http://vat.pravda.sk> prinášajúci správu z 9.12.2014 o tom, že najčastejšie vyhľadávaným výrazom na slovenskej verzii internetového vyhľadávača Google je už štvrtý raz po sebe „Facebook“.

Takisto vo výtlačku zo stránky <http://spravy.pravda.sk> zo 7.2.2012 je uvedené, že Facebook „neomrzol“ ľudí ani po ôsmich rokoch od spustenia, pričom podľa stránky Socialbakers sa na Slovensku na tejto sociálnej sieti zaregistrovali už takmer dva milióny ľudí, z nich viac ako 90-tisíc pribudlo za posledný polrok; súčasne sa v článku uvádza, že pre firmy znamená Facebook čoraz efektívnejšiu cestu propagácie, používatelia si sami pridávajú spoločnosti, ktorých výrobky a služby sú pre nich zaujímavé, často využívajú akcie určené špeciálne pre facebookových fanúšikov firmy. Za umiestnenie reklamy zaplatili firmy v roku 2011 Facebooku takmer 2,5 miliardy eur, t. j. o 69 % viac ako v roku 2010.

Vo výtlačku zo stránky <http://spravy.pravda.sk> z 30.1.2014 je uvedená správa o tom, že spoločnosť Facebook zaznamenala v štvrtom kvartáli minulého roka nárast tržieb o 63 %, motorom rastu sú naďalej príjmy z reklamy v mobilných zariadeniach (tržby z tejto reklamy dosiahli v štvrtom štvrtroku 1,24 mld. dolárov).

Vo výtlačku zo stránky <http://spravy.pravda.sk> z 20.2.2014 je uvedené, že spoločnosť Facebook prevezme službu na odosielanie správ „WhatsApp“, čo približuje túto najväčšiu internetovú sociálnu sieť bližšie k centru mobilnej komunikácie a umožní jej získať ďalších 450 miliónov užívateľov.

Vo výtlačku zo stránky <http://zurnal.pravda.sk> zo 4.2.2014 je uvedené, že Facebook oslavuje desiate narodeniny, pričom túto sieť na svete aktívne využíva viac ako 1,2 miliardy užívateľov.

Na stránke <http://vat.pravda.sk> zo 17.5.2015 je uvedené, že doba, ktorú užívateľ na sociálnej sieti denne strávi sa pravidelne zvyšuje. V máji dosiahol celosvetový priemer 21 minút za deň, pričom až 65 percent aktívnych užívateľov sociálnu sieť navštívi každý deň.

Takisto napr. vo výtlačku zo stránky <http://ekonomika.sme.sk> prinášajúcom správu zo 14.7.2015 je uvedené, že spoločnosť Facebook získava na trhovej cene (ktorá je 253 miliárd dolárov) aj preto, že podľa investorov bude naďalej zvyšovať tržby z mobilných reklám v aplikáciách.

Citované výtlačky tvoria len zlomok predložených dôkazov a je zrejmé, že celý súbor predložených dôkazov bez akýchkoľvek pochybností svedčí o dlhodobom a intenzívnom používaní starších ochranných známk podávateľa pripomienok (slovných aj kombinovaných ochranných známk „FACEBOOK“, ako aj kombinovaných ochranných známk „f“ v štvorci, či už v čiernobiely alebo v modrom vyhotovení), ktoré sú spotrebiteľmi rozpoznávané ako označenia poprednej celosvetovej sociálnej siete.

Počet užívateľov tejto siete, počet článkov v médiách na tému „Facebook“, trhovú cenu spoločnosti podávateľa pripomienok, ako aj príjmy tejto spoločnosti z reklám, toto všetko sú faktory svedčiace o vysokom stupni známosti a obľúbenosti tejto siete v súvislosti s mobilnou komunikáciou, prenosom dát, poskytovaním priestoru na vzdialenú komunikáciu, reklamu, zdieľaním fotografií, videozáznamov a pod. Podľa predložených dokladov má táto sieť na Slovensku viac než dva milióny aktívnych používateľov, pričom povedomie o Facebooku je určite širšie - nielen aktívni používatelia prichádzajú do kontaktu s touto sieťou. Je všeobecne známe, že mnohé spoločnosti, ako aj médiá s celoslovenským dosahom (napr. Rádio Slovensko) majú zriadené tzv. „facebookové“ stránky, ktoré sú prístupné širokej verejnosti. Stupeň známosti (rozpoznávania) starších ochranných známk podávateľa pripomienok je tak nepochybne veľmi vysoký a uvedené ochranné známky sú silne zakorenené v povedomí spotrebiteľskej verejnosti. Je preto zrejmé, že prihlasovateľ vedel o tejto sieti a o starších ochranných známkach podávateľa pripomienok, nakoniec aj sám prezentuje svoje výrobky na svojich webových stránkach aj na svojej facebookovej stránke.

Čo sa týka povahy sporných označení, v prípade zverejneného označenia ide o kombinované farebné označenie tvorené pootočeným štvorcom ladeným v modrej farbe, ktorá postupne prechádza cez fialovú až do ružovej farby. Štvorec obsahuje v strede výrazné písmeno „f“, pred ktorým je umiestnené len čiastočne viditeľné písmeno „i“. Za písmenom „f“ pozdĺž jednej strany štvorca je umiestnený výraz „Inspiration Freshener“, ktorý je vyhotovený takým drobným písmom, že je sotva rozoznateľný a čitateľný. Všetky písmená sú bielej farby.

Staršie ochranné známky EÚ č. 6675474, č. 9151226, č. 9776601 a č. 13605688 sú tvorené štvorcom, ktorý v strede, resp. mierne vpravo obsahuje písmeno „f“ bielej farby. Štvorce sú buď v čiernom alebo modrom farebnom vyhotovení.

Tak zverejnené označenie, ako aj staršie ochranné známky podávateľa pripomienok obsahujú zhodne písmeno „f“ v rovnakom vyhotovení bielej farby, pričom toto písmeno je umiestnené v strede štvorca (alebo takmer v strede štvorca). Zároveň je nutné poukázať aj na farebné vyhotovenie štvorcov porovnávaných označení, ktoré je veľmi podobné. Je potrebné tiež pripomenúť, že práve pre sociálnu sieť Facebook je typické modré logo. Písmeno „i“ vo zverejnenom označení tým, že je menšie a navyše neúplne zobrazené, neupúta pozornosť spotrebiteľa natoľko, aby významne zmenil vizuálne vnímanie zverejneného označenia v porovnaní so staršími ochrannými známkami podávateľa pripomienok. Rovnako tak aj výraz „Inspiration Freshener“, napísaný malými písmenami, môžu spotrebiteľia prehliadnuť, resp. ho ani nebudú čítať, a navyše toto slovné spojenie má značne opisný charakter. Napriek určitým vizuálnym rozdielom medzi zverejneným označením a ochrannými známkami podávateľa pripomienok je použitie zhodného písmena „f“ v štvorci modrej farby (resp. ladenom do modra) spôsobilé zásadne ovplyvniť ich vnímanie tak, že pri kontakte so zverejneným označením sa v mysli spotrebiteľa sa okamžite vytvorí asociácia s ochrannými známkami podávateľa pripomienok. Uvedené je dôsledkom jednak veľmi podobnej koncepcie vyhotovenia zverejneného označenia a ochranných známk podávateľa pripomienok a zároveň nesmiernej rozšírenosti ochranných známk podávateľa pripomienok a ich preniknutia do povedomia širokej spotrebiteľskej verejnosti.

Podaním prihlášky zverejneného označenia, ktoré značne pripomína ochranné známky podávateľa pripomienok a ktoré požívajú vysokú rozlišovaciu spôsobilosť nielen na území Európskej únie, by mohli byť porušené práva podávateľa pripomienok. Vnútoraná pohnútkou (motiváciou) prihlasovateľa samotná nemôže byť predmetom dokazovania, úrad má však možnosť posúdiť všetky ostatné objektívne okolnosti veci - skutkový stav, ktorý tu bol v čase pred podaním prihlášky, a okolnosti, ktoré môžu nasvedčovať nečestnej pohnútkou prihlasovateľa pri podávaní prihlášky zverejneného označenia. Je plne legitímnou snahou prihlasovateľa vytvárať si v rámci svojej obchodnej stratégie vlastné označenie, pod ktorým bude vykonávať podnikateľskú činnosť, no v tomto prípade, s prihliadnutím na koncepciu ochranných známk podávateľa pripomienok, spotrebiteľ si v mysli môže bezprostredne spojiť sporné označenie, a v dôsledku rozšírenosti a známosti ochranných známk „f“, resp. „Facebook“, na nielen európskom trhu sa javí vysoko pravdepodobné, že zverejnené označenie sa „zvezie“ na úspechu týchto známych ochranných známk využitím sily ich príťažlivosti, známosti a prestíže, a to bez akéhokoľvek obchodného či iného úsilia

prihlasovateľa. Inštitút dobrej viery sa uplatňuje práve pri zamedzení zápisu špekulatívnej ochrannej známky, ktorou môže byť aj taká ochranná známka, ktorá ťaží zo získanej rozlišovacej spôsobilosti iného označenia, resp. ohrozuje práva pôvodného tvorca a používateľa staršieho známeho označenia.

Možno ešte dodať, že podanie prihlášky v nie dobrej viere patrí k absolútnym dôvodom odmietnutia ochrany, ktoré sú nezávislé od zoznamu tovarov a služieb. Prihlasovateľ si zverejnené označenie prihlásil pre takú oblasť tovarov ako „aviváže, aromatické látky, éterické esencie, voňavkárské oleje a toaletné prípravky (v triede 3), pre papiernický tovar, tlačoviny a kancelárskych potreby (v triede 16), pre oblasť služieb ako reklama, marketing, komerčné, podnikateľské a obchodné informácie (v triede 35) a oblasť služieb osviežovania vzduchu, odstraňovania pachov z ovzdušia, tlač a úpravu papiera (v triede 40). Podávateľ pripomienok (ako prevádzkovateľ sociálnej siete Facebook) neustále vyvíja nové aplikácie či funkcie rozširujúce pôvodný zámer sociálnej siete (komunikáciu medzi priateľmi). Facebook sa tak stal nielen sociálnym médiom, ale i médiom sprostredkujúcim informácie o dani vo svete, článkoch v médiách či poskytujúcim priestor pre obchodné spoločnosti a ich cielený marketing. Podnikateľské subjekty si zakladajú na sociálnych sieťach vlastné „účty“ či „stránky“, aby takto oslovili čo najväčší okruh verejnosti, pretože tieto siete sú jednoznačne výhodným reklamným a marketingovým nástrojom. Možno teda konštatovať, že spotrebiteľ by sa mohol domnievať, že spoločnosť podávateľa pripomienok a prihlasovateľ sú nejakým spôsobom prepojení, čím vzniká nebezpečenstvo možného poškodenia obchodných záujmov podávateľa pripomienok.

Berúc do úvahy všetky uvedené skutočnosti úrad zotrváva na svojom stanovisku uvedenom vo výsledku posúdenia pripomienok a opätovne poukazuje na dôvodné priklonenie sa k názoru podávateľa pripomienok, že prihlasovateľ si zvolil pre svoje tovary a služby označenie pripomínajúce ochranné známky „f“, ktoré sú známe drvivej väčšine spotrebiteľskej verejnosti v spojení s oblasťou sociálnych sietí, zdieľania dát a elektronickej komunikácie, vrátane reklamy a marketingu, a teda používaním zverejneného označenia by mohla byť nečestným spôsobom využitá, prípadne narušená ich rozlišovacia spôsobilosť a známosť.

Vzhľadom na uvedené skutočnosti a po komplexnom vyhodnotení dôkazných materiálov zo spisu prihlášky

zverejneného označenia vyplýva, že pripomienky proti zápisu označenia do registra ochranných známok, číslo spisu POZ 144-2017, sú v zmysle ustanovenia § 5 ods. 1 písm. 1) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov dôvodné a zverejnené označenie nespĺňa podmienky na zápis do registra ochranných známok. Preto bolo rozhodnuté tak, ako je uvedené vo výrokovvej časti tohto rozhodnutia.

Poučenie o opravnom prostriedku:

Podľa § 40 ods. 1 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov možno proti tomuto rozhodnutiu podať na úrade rozklad v lehote 30 dní od jeho doručenia. Včas podaný rozklad má odkladný účinok. Podľa § 40 ods. 5 uvedeného zákona podanie rozkladu len proti odôvodneniu rozhodnutia nie je prípustné. 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. Ingrid Brežňanová
riaditeľka
odboru sporových konaní

Doručit:

Martin Zubček
Muškátová 491/2
040 11 Košice - Západ