



Banská Bystrica 8. 12. 2020
POZ 374-2020/Z-517-2020

ROZHODNUTIE

Prihláška ochrannej známky POZ 374-2020 z 12.2.2020 prihlasovateľa Vojček Lorant, Ing., Nad plážou 33, 974 01 Banská Bystrica 1, ktorého v konaní zastupuje Ing. Ivan Belička, Švermova 21, 974 04 Banská Bystrica 4,

sa zamietá

podľa § 28 ods. 4 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov v nadväznosti na § 5 ods. 1 písm. b), c) citovaného zákona.

Odôvodnenie:

Na základe prieskumu zápisnej spôsobilosti prihlášky ochrannej známky uvedenej značky spisu bolo prihlasovateľovi s príslušným odôvodnením z 20. 5. 2020 oznámené, že prihlásené označenie nie je spôsobilé na zápis do registra ochranných známok podľa § 28 ods. 4 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov, pretože podľa § 5 ods. 1 citovaného zákona, za ochrannú známku nemožno uznať označenie, ktoré:

- b) nemá rozlišovaciu spôsobilosť,
- c) je tvorené výlučne označeniami alebo údajmi, ktoré v obchodnom styku môžu slúžiť na určenie druhu, kvality, množstva, účelu, hodnoty, zemepisného pôvodu, prípadne času výroby tovarov či poskytnutia služieb, alebo iných vlastností tovarov alebo služieb.

Predmetom prihlášky ochrannej známky 374-2020 je označenie **GEOPARK STRATOVULKAN STIAVNICA** prihlasované pre tovary „pečiatky (s adresnými údajmi); papier; plagáty; reklamné tabule z papiera, kartónu alebo lepenky; noviny; periodiká; podložky pod pivové poháre; listky; brožúry; pečate; pečatidlá; knihy; obaly (papiernický tovar); grafické vzory (tlačoviny); obálky (papiernický tovar); baliaci papier; písacie potreby; fotografie (tlačoviny); pečiatky; tlačivá (formuláre); kancelárske potreby okrem nábytku; grafické reprodukcie; grafické zobrazenia; pohľadnice; tlačoviny; tlačené publikácie; príručky; listový papier; papiernický tovar; krajčírské strihy; plniace perá, prospekty; perá (kancelárske potreby); časopisy (periodiká); papierové alebo plastové vrecká a tašky na balenie; ročenky; kalendáre; oznámenia (papiernický tovar); papierové zástavy; pútače z papiera alebo lepenky; etikety okrem textilných; papierové alebo kartónové vývesné tabule; samolepky (papiernický tovar); kopírovací papier (papiernický tovar); obežníky; písacie nástroje; letáky; obálky na dokumenty (papiernický tovar); papierové alebo lepenkové baliace materiály (výplňové, tlmiace)“ v **triede 16**, „obuv; čiapky; pletené šály; šilty; opasky (časti odevov); pletené šatky; župany; svetre; pulóvre; ponožky; košele; košele s krátkym rukávom; odevy; oblečenie; klobúky; pokrývky hlavy; kostýmy, obleky; konfekcie (odevy); kravaty; nohavice; cyklistické oblečenie; vrchné ošatenie; rukavice; šatky, šály; pleteniny (oblečenie); športové tričká, dresy; manžety (časti odevov); zástery; rukávniky; papuče; šaty; uniformy; bundy; saká; topánky; čelenky (oblečenie); tričká; vreckovky do saka; papierové klobúky (oblečenie); šilty (pokrývky hlavy)“ v **triede 25** a služby „reklamné služby; obchodný manažment;

obchodná správa licencií, výrobkov a služieb (pre tretie osoby); obchodná administratíva; kancelárske práce; prenájom reklamného času v komunikačných médiách vrátane počítačovej komunikačnej siete; prenájom reklamných materiálov; prenájom reklamných plôch; rozširovanie reklamných oznamov; organizovanie obchodných alebo reklamných výstav; vydávanie reklamných textov; rozširovanie reklamných materiálov zákazníkom (letáky, prospekty, tlačoviny, vzorky); obchodný manažment; odborné obchodné poradenstvo; organizovanie reklamných hier na podporu predaja; komerčné informačné kancelárie; tvorba reklamných filmov; maloobchodné služby s informačnými tlačovinami“ v **triede 35**, „sprevádzanie turistov; autobusová doprava; organizovanie turistických plavieb; turistické prehliadky (doprava); organizovanie zájazdov; osobná doprava; rezervácie miesteniek na cestovanie; doprava cestujúcich; sprostredkovanie dopravy; informácie o možnostiach dopravy; rezervácie dopravy; rezervácie zájazdov; poskytovanie informácií o cestovnej trase“ v **triede 39** a „vzdelávanie; praktický výcvik (ukážky); vzdelávacie kurzy; školenie; športová a kultúrna činnosť; akadémia (vzdelávanie); fotografické reportáže; informácie o možnostiach zábavy; informácie o výchove a vzdelávaní; požičovňa kníh (knížnice); koučovanie (školenie); korešpondenčné vzdelávacie kurzy; služby múzeí (prehliadky, výstavy); organizovanie a vedenie konferencií; organizovanie a vedenie seminárov; organizovanie kultúrnych alebo vzdelávacích výstav; organizovanie vedomostných alebo zábavných súťaží; organizovanie a vedenie tvorivých dielní (výučba); informácie o výchove a vzdelávaní; online poskytovanie elektronických publikácií (bez možnosti kopírovania); praktický výcvik (ukážky); služby poskytované prázdninovými tábormi (zábava); reportérske služby; poskytovanie zariadení na oddych a rekreáciu; rezervácia vstupeniek na zábavné predstavenia; vydávanie textov (okrem reklamných alebo náborových); vydávanie kníh; online vydávanie elektronických kníh a časopisov; vyučovanie; zábava; služby poskytované tábormi a školami v prírode pre deti a mládež (zábava); organizovanie zábavných programov v rekreačných zariadeniach pre deti a dospelých; organizovanie vedomostných alebo zábavných súťaží; informácie o možnostiach rekreácie; prekladateľské služby; turistické prehliadky so sprievodcom; tábory na športové sústredenia; výchovno-zábavné klubové služby“ v **triede 41** medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Úrad priemyselného vlastníctva SR (ďalej len „úrad“) na základe vykonaného prieskumu zistil, že prihlásené označenie „GEOPARK STRATOVULKAN STIAVNICA“, vo vzťahu k homogénnej skupine služieb v oblasti organizovania turizmu, dopravy, vzdelávania, zábavy, kultúry a športu v triedach 39, 41 a s nimi súvisiacich služieb v oblasti obchodu, reklamy a poradenstva v obchodnej činnosti v triede 35 a tovarov ako nosičov reklamných informácií v podobe papiernických tovarov, kancelárskych potrieb, odevov a obuvi v triedach 16 a 25 medzinárodného triedenia tovarov a služieb, nemá rozlišovaciu spôsobilosť podľa § 5 ods. 1 písm. b) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon“), pretože podľa § 5 ods. 1 písm. c) zákona, je tvorené výlučne údajmi, ktoré v obchodnom styku môžu slúžiť na určenie účelu, zemepisného pôvodu a zamerania poskytovaných tovarov a služieb. Úrad uviedol, že označenie poskytuje relevantnej spotrebiteľskej verejnosti jednoduchú a zrozumiteľnú informáciu o účele (zameraní) poskytovaných služieb, keďže slovo „geopark“, vo význame územia vedeckej dôležitosti z geologického, archeologického, ekonomického alebo kultúrneho aspektu, je v obchodnom styku používané na označovanie oblasti krajiny (miesta) s takýmto významom. Slovo „stratovulkán“, vo význame sopečné teleso zložené zo striedajúcich sa vrstiev láv a vrstiev sypkých vyvrhlín, navrstvená sopka (Slovník cudzích slov, SPN, 2005) je používané na označovanie takéhoto krajinného rázu. Pridaním zemepisného údaja „stiaavnica“ vo význame Štiavnica ako názov rieky alebo skrátenej verzie názvu mesta Banská Štiavnica, resp. jeho regiónu vzniklo označenie, ktoré ako celok informuje relevantnú spotrebiteľskú verejnosť o tom, že v lokalite Banskoštiavnického geoparku, nachádzajúceho sa na území Štiavnického stratovulkánu (<http://www.geopark.sk/banskostiavnický-geopark/>) sú poskytované služby zamerané na organizovanie turizmu, dopravy, vzdelávania, zábavy, kultúry a športu. Na základe prihláseného výlučne slovného označenia nedokáže spotrebiteľská verejnosť určiť obchodný pôvod tovarov a služieb. To znamená, že prihlásené označenie vzhľadom na svoju opisnú povahu neumožňuje spotrebiteľovi rozlíšiť tovary a služby prihlasovateľa od rovnakých tovarov a služieb iných osôb.

Úrad ďalej uviedol, že ochranná známka musí umožniť spotrebiteľskej verejnosti určiť tzv. obchodný pôvod tovarov a služieb. V prípade výlučne slovného označenia „GEOPARK STRATOVULKAN STIAVNICA“ nemá spotrebiteľská verejnosť možnosť nájsť súvislosť medzi takto označenými tovarmi a službami a subjektom, ktorý ich poskytuje, pretože ide o opisné označenie informujúce spotrebiteľskú verejnosť len o vlastnostiach (zameraní, účele a zemepisnom pôvode) tovarov a služieb. To znamená, že na základe prihláseného označenia nedokáže spotrebiteľská verejnosť určiť obchodný pôvod tovarov a služieb, pretože vo vzťahu k nim dostáva iba jednoduchú informáciu o ich vlastnostiach, avšak bez informácie - podstatného znaku, či prvku, z ktorého by vyplýval obchodný pôvod tovarov a služieb. Z toho vyplýva, že prihlásené označenie nespĺňa základnú funkciu ochrannej známky – t. j. neumožňuje spotrebiteľskej verejnosti rozlíšiť tovary a služby prihlasovateľa od rovnakých tovarov a služieb iných osôb.

Prihlasovateľ vo svojom vyjadrení z 20. 7. 2020 s uvedeným nesúhlasil. Uviedol, že úrad prihlásené označenie nesprávne chápe len ako slovný prvok „geopark“, ku ktorému silene prikladá ostatné slovné prvky a snaží sa negatívne posúdiť dané označenie, hoci sa nejedná o priamy opisný prvok, ktorý má priamy význam pre bežného spotrebiteľa. Podľa prihlasovateľa je bežnou praxou, že súčasťou ochranných známkov je určitý opisný prvok, ktorý má vzťah k turizmu a s ním spojenými tovarmi a službami, spolu s geografickými údajmi, pričom poukázal na ochranné známky č. 190699 „JANTÁROVÁ CESTA“, č. 212254 „Malokarpatská vína cesta“, č. 228477 „Tokajská vína cesta“, č. 204601 „GEOPARK BANSKÁ ŠTIAVNICA“, č. 238600 „Turčiansky prameň“ a č. 244534 „Kysucký prameň“.

Prihlasovateľ ďalej uviedol, že je bežné, že sa používajú zemepisné názvy a cudzie slová pre označenie tovarov alebo služieb, aby sa tak odlišilo od iných súťažiteľov na trhu. Prihlasovateľ je presvedčený, že v predmetnom označení sú použité slovné prvky, ktoré majú určitý opisný význam, avšak sú použité na tovary alebo služby, ktoré nijako nesúvisia s predmetným označením. Uvádza príklady označení „APPLE“ (jablko) pre počítače a elektroniku, „ORANGE“ (pomaranč) pre telekomunikačné služby alebo „MUSTANG“ (zdívený kôň) pre automobily. Prihlasovateľ uvádza, že neexistuje služba alebo tovar, ktorý by sa označoval predmetným označením. Konštatovanie úradu, že na základe prihláseného označenia nedokáže spotrebiteľská verejnosť určiť obchodný pôvod tovarov a služieb, podľa prihlasovateľa nie je funkciou ochrannej známky (určenie pôvodu tovaru) ale jej funkciou je rozlíšenie jednotlivých subjektov.

Prihlasovateľ v ďalšom uvádza, že úrad neuviedol, akým spôsobom uvedené údaje tvoriace označenie slúžia na určenie účelu (ani jedno slovo z uvedeného, hoci aj samostatne, nedefinuje žiadny účel), zemepisného pôvodu (neexistuje takéto zemepisné označenie ako celok, existuje len ako jednotlivé jeho časti, napríklad neexistuje obec ani mesto Stiavnica) a zamerania poskytovaných služieb (slovo geopark bolo definované ako oblasť, ale nie ako služba). V tejto súvislosti uviedol, že úrad už v minulosti udelil slovnú ochrannú známku „Geopark Banská Štiavnica“.

V závere prihlasovateľ poukázal na zapísanú slovnú ochrannú známku č. 252180 „Bryndza 1787“, ktorá je zapísaná aj pre tovary v triede 29, ktorú podľa prihlasovateľa je možné chápať ako „bryndza s numerickým alebo časovým údajom“. Slovný prvok „1787“ možno považovať za rok založenia, rok výroby, cenu, prípadne číslo bez priameho významu. Ďalšou ochrannou známkou, na ktorú poukázal prihlasovateľ je zapísaná ochranná známka č. 241005 „VESELÉ VÍNO“, ktorá je zaregistrovaná pre tovary v triede 33 - Víno; alkoholické nápoje s výnimkou piva; alkoholické nápoje s ovocím; vopred pripravené miešané alkoholické nápoje (nie s pivom); alkoholické výťažky z ovocia a v triede 32 - Nealkoholické nápoje; nealkoholické víno; nealkoholické ovocné nápoje; mixované ovocné alebo zeleninové nápoje; nealkoholické ovocné výťažky; nealkoholické koktaily. Podľa prihlasovateľa je toto označenie opisné, keďže môže slúžiť v obchodnom styku na označenie druhu, kvality, množstva, zamýšľaného účelu, hodnoty, zemepisného pôvodu alebo času výroby tovarov alebo poskytovania služieb, prípadne iných vlastností tovarov alebo služieb.

Prihlasovateľ uviedol, že vzhľadom na prax úradu je označenie „GEOPARK STRATOVULKAN ŠTIAVNICA“ dostatočne rozlišujúcim pojmom vo vzťahu k § 5 ods. 1 písmeno b) a c) a nie známe, že by nejaká firma, resp. fyzická osoba, používala takéto označenie na uvedené tovary a služby a ak prípadne niekto používa takéto označenie, má možnosť vyjadriť sa a dokázať túto skutočnosť v rámci námietkového konania.

Záverečné zhodnotenie úradu:

Úrad prihlásené označenie opätovne preskúmal, pričom zoberal do úvahy vyjadrenie prihlasovateľa. Stanovisko úradu však napriek tomu zostáva nezmenené, a to, že prihlásené označenie nemá v zmysle § 5 ods. 1 písm. b) a c) citovaného zákona vo vzťahu k prihláseným tovarom a službám v triedach 16, 25, 35, 39, 41 medzinárodného triedenia tovarov a služieb rozlišovaciu spôsobilosť, pretože je tvorené údajmi, ktoré v obchodnom styku môžu slúžiť na určenie účelu, zemepisného pôvodu a zamerania prihlásených tovarov a služieb. S ohľadom na relevantnú verejnosť, úrad uvádza, že predmetné označenie bude vnímané ako všeobecná jednoduchá a zrozumiteľná informácia o účele (zameraní) poskytovaných služieb zameraných na organizovanie turizmu, dopravy, vzdelávania, zábavy, kultúry a športu a nie ako označenie konkrétneho poskytovateľa daných tovarov a služieb.

Ak má určité označenie slúžiť ako ochranná známka musí byť toto označenie samo o sebe originálne do takej miery, aby spotrebiteľovi umožnilo rozlíšiť tovary alebo služby na trhu. Úrad je presvedčený o tom, že prihlásené označenie ako celok pozostáva výlučne z údajov, ktoré nemajú rozlišovaciu spôsobilosť.

Pri skúmaní zápisnej spôsobilosti označenia je potrebné posúdiť, či je označenie spôsobilé odlíšiť tovary a služby jednej osoby od tovarov a služieb inej osoby (tzv. vnútorná rozlišovacia spôsobilosť), pričom je potrebné zobrať do úvahy dojem, akým označenie pôsobí ako celok na relevantného spotrebiteľa s prihliadnutím na charakter a povahu prihlásených tovarov a služieb. Relevantným spotrebiteľom sa rozumie najmä potenciálny spotrebiteľ daného druhu tovarov alebo služieb, osoby zapojené do distribučnej siete, prípadne obchodné kruhy zaoberajúce sa takým druhom tovarov alebo služieb, pre ktoré je označenie prihlásené. V tomto prípade za relevantnú verejnosť je potrebné považovať jednak pomerne širokú skupinu turistov, ale aj odbornú verejnosť z oblasti geológie, botaniky a zoológie. Na to, aby označenie malo rozlišovaciu spôsobilosť a nebola uplatnená zápisná výlučka podľa § 5 ods. 1 písm. b) zákona o ochranných známkach, nestačí, aby sa označenie len odlišovalo od iných zapísaných alebo známych označení, ale je potrebné, aby svojou formou a obsahom bolo do takej miery originálne, že jeho osobité znaky majú schopnosť individualizovať tovary a služby, ktoré majú byť ním označované – ide o tzv. triádu väzieb (označenie – tovary a služby – prihlasovateľ). S ohľadom na uvedené skutočnosti možno skonštatovať, že označenie má rozlišovaciu spôsobilosť pre konkrétne tovary a služby len v prípade, ak spotrebiteľ je alebo bude podľa neho schopný odlíšiť tovary a služby pochádzajúce z určitého obchodného zdroja (tovary a služby jednej osoby od tovarov a služieb inej osoby).

Prihlasovateľ vo svojom vyjadrení nijakým spôsobom nevyvrátil tvrdenie úradu o absencii rozlišovacej spôsobilosti prihláseného označenia. Uviedol len, že je bežnou praxou, že súčasťou ochranných známk je určitý opisný prvok, ktorý má vzťah k turizmu a s ním spojenými tovarmi a službami, spolu s geografickými údajmi. Ako príklady uviedol ochranné známky: „JANTÁROVÁ CESTA“, „Malokarpatská vínná cesta“, „Tokajská vínná cesta“, „GEOPARK BANSKÁ ŠTIAVNICA“, „Turčiansky prameň“ a „Kysucký prameň“. Prihlasovateľ je presvedčený, že v predmetnom označení sú použité slovné prvky, ktoré majú určitý opisný význam, avšak sú použité na tovary alebo služby, ktoré nijako nesúvisia s predmetným označením. K uvedenému je potrebné uviesť, že na základe analýzy vykonanej úradom vo výsledku prieskumu z 20. 5. 2020 jednoznačne vyplýva, že prihlasované označenie ako celok je vnímané verejnosťou vo význame **„geopark, nachádzajúci sa na území Štiavnického stratovulkánu“**. Takéto označenie bez ďalších prvkov nemá vo vzťahu k homogénnej skupine služieb v oblasti organizovania turizmu, dopravy, vzdelávania, zábavy, kultúry a športu v triedach 39, 41 a s nimi súvisiacich služieb v oblasti obchodu, reklamy a poradenstva v obchodnej činnosti v triede 35 a tovarov ako nosičov reklamných informácií v podobe papiernických tovarov, tlačovín, kancelárskych potrieb, odevov a obuvi v triedach 16 a 25 medzinárodného triedenia tovarov a služieb, rozlišovaciu spôsobilosť. Relevantná spotrebiteľská verejnosť identifikuje prihlasované tovary a služby označené predmetným označením ako tovary a služby zamerané na organizovanie turizmu, dopravy, vzdelávania, zábavy, kultúry a športu na presne vymedzenom území, resp. v súvislosti s ním a preto nedokáže určiť obchodný pôvod takýchto tovarov a služieb. To znamená, že prihlásené označenie vzhľadom na svoju opisnú povahu neumožňuje spotrebiteľovi rozlíšiť tovary a služby prihlasovateľa od rovnakých tovarov a služieb iných osôb.

Prihlasovateľ v ďalšom uvádza, že predmetné označenie nie je tvorené údajmi, ktoré slúžia na určenie účelu, zemepisného pôvodu a zamerania poskytovaných služieb. Úrad uvádza, že účelom poskytovaných služieb napr. v oblasti vzdelávania by mohlo byť oboznamovanie verejnosti o histórii, živočíchoch, rastlinách, horninách na území geoparku, ako miesta vedeckej dôležitosti, zemepisný pôvod prihlasovaných služieb vyplýva z lokalizácie územia tvoreného Štiavnickým stratovulkánom a zameranie daných služieb taktiež súvisí s vymedzeným územím a činnosťami vykonávanými na území geoparku (turistika, vzdelávanie, kultúrna činnosť a pod). Vo vzťahu k tovarom zaradených do tried 16 a 25 je potrebné uviesť, že prihlásené označenie priamo informuje spotrebiteľa o obsahu kníh, brožúr, publikácií, resp. tovary (papiernický tovar, kancelárske potreby, odevy, obuv) slúžia ako nosiče reklamnej informácie, teda jedná sa o doplnkové a súvisiace tovary s prihláseným označením.

Vo vzťahu k významu pojmu geopark je potrebné dodať, že Európska sieť geoparkov vznikla už v roku 2000 ako organizácia, ktorej cieľom je zaistiť trvalo udržateľný rozvoj územia geoparkov využívaním geologického dedičstva daného územia, najmä prostredníctvom rozvoja geoturistiky, ochrany geologickej diverzity a vzdelávania. V roku 2004 vznikla po podpísaní dohody o spolupráci s UNESCO Globálna sieť geoparkov. Čo sa týka pojmu „Štiavnica“ je zrejme, že verejnosť bude tento pojem spájať s regiónom Banskej Štiavnice. Navyše v spojení s pojmom „stratovulkán“ je jednoznačne preukázané, že sa jedná o „Štiavnický

stratovulkán“, ktorý zahŕňa región Banskej Štiavnice. Skutočnosť, že v predmetnom označení chýba v slove „Stratovulkan“ dĺžka nad písmenom „a“, resp. v slove „Stiavnica“ mäkkosť nad písmenom „s“ nezabezpečuje tomuto označeniu rozlišovaciú spôsobilosť. V prípade, že relevantná verejnosť vôbec postrehne uvedenú nepresnosť, bude ju s najväčšou pravdepodobnosťou vnímať iba ako úmyselnú, resp. neúmyselnú chybu bez väčšieho významu.

Preto je potrebné uviesť, že kombinácia uvedených slovných prvkov vo vzťahu k prihlasovaným tovarom a službám nie je ničím výnimočná a jej význam sa vo vnímaní spotrebiteľskej verejnosti neodlišuje od bežného opisného významu daných prvkov.

Čo sa týka poukazovania na registrované označenia, je potrebné uviesť, že súčasný stav (zapísaná, resp. zverejnená ochranná známka) neoprávňuje prihlasovateľa k domáhaniu sa o zápis prihlasovaného označenia do registra. Každé konanie o zápise ochrannej známky prebieha individuálne a úrad posudzuje zápis každého prihlasovaného označenia samostatne. V tejto súvislosti je potrebné uviesť, že tak ako oblasť práva vo všeobecnosti, tak aj známkové právo sa prispôbuje spoločenským zmenám a potrebám, čo sa samozrejme prejavuje v tom, že aj prax úradu sa postupne mení a vyvíja v závislosti od spoločenskej situácie. Nemožno opomenúť ani skutočnosť, že na úrovni Európskej únie v posledných rokoch čoraz viac vystupujú do popredia snahy o harmonizáciu postupov národných úradov pre ochranné známky v rozhodovacom procese, čo taktiež nezanedbateľným spôsobom ovplyvňuje vývoj a smerovanie praxe úradu. Napriek uvedenému, úrad konštatuje, že voči ochranným známkam „Veselé víno“, „Jantárová cesta“ na ktoré poukázal prihlasovateľ boli vznesené námietky zo strany úradu čo sa týka ich rozlišovacej spôsobilosti, ktoré prihlasovateľ v ďalšom konaní prekonal. Čo sa týka ochrannej známky „Bryndza 1787“, číselný údaj „1787“ bol vyhodnotený ako fantazijný prvok, ktorý pre verejnosť predstavuje číslo bez priameho významu. Navyše toto označenie bolo rovnako posúdené aj Úradom EÚ pre duševné vlastníctvo, ktorý toto označenie bez toho, aby vzniesol námietku, zapísal do registra ochranných známk EÚ. Ochranná známka „GEOPARK BANSKÁ ŠTIAVNICA“ bola zaregistrovaná v roku 2003. Keďže globálna sieť geoparkov v spolupráci s UNESCO vznikla až v roku 2004 je zrejme, že slovo geopark sa začalo dostávať do povedomia verejnosti až vtedy, s tým že prvé geoparky, ktoré vznikali na Slovensku sa datujú do tohto obdobia. V čase registrácie uvedeného označenia bolo slovo geopark vyhodnotený ako nové slovo, dovtedy nepoužívané v obchodných zvyklostiach. Na základe uvedeného je nutné uviesť, že ani jedno z prezentovaných označení nevykazuje také zhodné znaky s prihláseným označením, aby konanie o zápise ktoréhokoľvek z nich mohlo slúžiť ako vzor vo veci konania o prihláske.

K vyjadreniam prihlasovateľa, že nie je známe, žeby nejaká firma alebo fyzická osoba používala takéto označenie na uvedené tovary a služby, úrad uvádza, že prihlásené označenie má všeobecný charakter a na označenie svojich tovarov alebo služieb ho môže použiť ktorýkoľvek subjekt v súčasnom období, ako aj v budúcnosti a preto takému označeniu nie je možné priznať dispozičné právo len pre jeden subjekt zápisom do registra ochranných známk.

Vzhľadom na všetky uvedené skutočnosti, ako aj na to, že prihlasovateľ svojou odpoveďou nevyvrátil námietky úradu, nepredložil doklady, ktoré by preukázali nadobudnutie rozlišovacej spôsobilosti prihláseného označenia, ktoré nemá v zmysle § 5 ods. 1 písm. b) zákona o ochranných známkach rozlišovaciú spôsobilosť vo vzťahu k nárokoványm tovarom a službám, pretože bez ďalších rozlišujúcich prvkov je tvorené slovným spojením, ktoré v zmysle § 5 ods. 1 písm. c) zákona o ochranných známkach môže slúžiť na určenie účelu, zemepisného pôvodu a zamerania prihlasovaných tovarov a služieb, 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 neskorších predpisov možno proti tomuto rozhodnutiu podať na úrade rozklad v lehote 30 dní od jeho doručenia. Podľa § 40 ods. 5 cit. zákona podanie rozkladu len proti odôvodneniu rozhodnutia nie je prípustné. 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

Doručit:

Ivan Belička, patentový zástupca

Švermova 21

974 04 Banská Bystrica 4