



Banská Bystrica 23. 7. 2021

POZ 2998-2020/Z-301-2021

ROZHODNUTIE

Príhláška ochrannej známky POZ 2998-2020 z 30.12.2020 prihlasovateľa AeroMobil, s.r.o., Prípojná 5, 821 06 Bratislava 214, ktorého v konaní zastupuje BRICHTA & PARTNERS s.r.o., Grösslingová 6-8, 811 09 Bratislava 1,

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) citovaného zákona.

Odôvodnenie:

Predmetom príhlášky ochrannej známky POZ 2998-2020 je slovné označenie **be. the. experience.** prihlásené pre služby „*predvádzanie tovaru; reklama; marketing; obchodný manažment; maloobchodné a veľkoobchodné služby týkajúce sa motorových vozidiel a vzdušných dopravných prostriedkov, dielov motorových vozidiel a príslušenstva motorových vozidiel a vzdušných dopravných prostriedkov; maloobchodné a veľkoobchodné služby cez internet týkajúce sa motorových vozidiel a vzdušných dopravných prostriedkov, dielov motorových vozidiel a príslušenstva motorových vozidiel a vzdušných dopravných prostriedkov; sprostredkovanie nákupu a predaja vozidiel; organizovanie výstav na reklamné a obchodné účely; obchodný alebo podnikateľský prieskum; merchandising*“ v triede 35 a „*akadémia (vzdelávanie); vyučovanie; vzdelávanie; školenia; skúšanie, preskúšavanie (pedagogická činnosť); organizovanie súťaží; koučovanie (školenie); individuálne vyučovanie*“ v triede 41 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Na základe prieskumu zápisnej spôsobilosti príhlášky ochrannej známky uvedenej značky spisu bolo prihlasovateľovi s príslušným odôvodnením z 24.2.2021 (ďalej len „výsledok prieskumu“) oznámené, že prihlásené označenie nie je spôsobilé na zápis do registra ochranných známk podľa § 28 ods. 4 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov, pretože vo vzťahu k nárokovanej službám nemá rozlišovaciu spôsobilosť a preto ho podľa § 5 ods. 1 písm. b) citovaného zákona nemožno uznať za ochrannú známku.

Úrad priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky (ďalej len „úrad“) vo výsledku prieskumu uviedol, že chýbajúca rozlišovacia spôsobilosť prihláseného označenia vyplýva z jeho povahy. V tejto súvislosti úrad poukázal na to, že výlučne slovné označenie **be. the. experience.** má podobu sloganu, ktorý vo svojom celkovom význame nabáda relevantného spotrebiteľa k využitiu služieb, ktoré budú preňho zážitkom. Uvedené tvrdenie úrad odôvodnil významom anglických slovných prvkov, ktoré tvoria prihlásené označenie. Slovo „be“ možno do slovenského jazyka preložiť ako „byť, znamenať“, slovo „the“ ako určitý člen špecifikujúci význam podstatného mena, s ktorým sa spája t. j. „ten, tá, to“ a slovo „experience“ možno do slovenského jazyka preložiť ako „zážitok, skúsenosť“. Úrad súčasne ozrejmil, že za relevantného spotrebiteľa možno v tomto prípade považovať bežného občana Slovenskej republiky, riadne informovaného, primerane pozorného a obozretného. Takýto spotrebiteľ bude vnímať prihlásené označenie ako slogan v anglickom jazyku, ktorému rozumie, pretože si ho dokáže preložiť do slovenčiny. Zároveň úrad upriamil pozornosť na skutočnosť, že v súčasnosti do života slovenskej spoločnosti, a teda aj do slovenského

jazyka preniklo a preniká stále viac výrazov a slovných spojení z angličtiny, s čím priamo súvisí aj zvyšovanie úrovne ovládania anglického jazyka slovenským spotrebiteľom. V mnohých oblastiach života spoločnosti je celkom bežné, že nové anglické výrazy či pomenovania postupne vytlačujú staršie slovenské ekvivalenty, resp. používajú sa spolu s nimi.

Okrem toho úrad vo výsledku prieskumu vysvetlil, že slogany sú schopné plniť funkciu ochrannej známky len v prípade, že okrem jednoduchej informácie povzbudzujúcej spotrebiteľa k využitiu tovarov alebo služieb, umožňujú verejnosti vnímať, že sú označením obchodného pôvodu predmetných tovarov alebo služieb. To znamená, že slogany plnia funkciu ochrannej známky v prípade, keď sú vnímané ako čosi viac, než len obyčajná správa indikujúca výhodnosť výberu takto označených tovarov alebo služieb. 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 tiež uviedol, že 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 nárokovaných službách bude spotrebiteľskej verejnosti zrejмый len pozitívny podnet povzbudzujúci spotrebiteľa na využitie služieb. Avšak informácia o obchodnom pôvode takto značených služieb v prihlásenom označení obsiahnutá nie je. V prípade nárokovaných služieb je rovnako zrejmé, že označovanie týchto služieb prihláseným označením neumožní spotrebiteľskej verejnosti určiť, ktorý subjekt je ich poskytovateľom.

Úrad vo výsledku prieskumu venoval potrebnú pozornosť ja bodkám obsiahnutým v prihlásenom označení. K tomu úrad uviedol, že bodky za jednotlivými slovnými prvkami nemožno považovať za rozlišujúci prvok, pretože z pohľadu komplexného zhodnotenia označenia ide len o zdôraznenie jednotlivých slov. V tejto súvislosti úrad poukázal aj na skutočnosť, že interpunkčné znamienka sa v obchodnom styku bežne používajú na vyzdvihnutie komerčných informácií obsiahnutých v obchodných označeniach. Vzhľadom na tieto skutočnosti je možné tvrdiť, že relevantná spotrebiteľská verejnosť nebude pripisovať bodkám v predmetnom označení, žiadny výnimočný význam (nebude to považovať za originálny prvok).

Vzhľadom na uvedené skutočnosti úrad vo výsledku prieskumu vyjadril stanovisko, v zmysle ktorého prihlásené označenie ako celok môže pri prezentácii tovarov alebo služieb používať každý subjekt s cieľom podnietiť záujem spotrebiteľa o jeho tovary alebo služby. Avšak takéto označenie spotrebiteľ nevníma ako ochrannú známku, pretože z predmetného označenia nie je zrejмый odkaz na pôvod tovarov alebo služieb.

Výsledok prieskumu úrad uzavrel konštatovaním, že prihlásené slovné označenie **be. the. experience.**, ktoré je iba jednoduchým sloganom, nespĺňa základnú funkciu ochrannej známky, spočívajúcu v jej schopnosti individualizovať tovary a služby jednotlivých subjektov. Skúmané označenie nie je schopné túto funkciu plniť a preto nemôže byť zapísané do registra ochranných známk.

Výsledok prieskumu bol prihlasovateľovi doručený na oboznámenie. Pretože prihlasovateľ v stanovenej lehote do 1.5.2021 ani v lehote predĺženej do 1.7.2021 nezaslal vyjadrenie ku vzneseným námietkam, 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. 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:
BRICHTA & PARTNERS s. r. o.
Grösslingová 6-8
811 09 Bratislava 1