



Banská Bystrica 2.6.2016  
POZ 203-2015 /N-89-2016/Čech

## ROZHODNUTIE

Vo veci námietok namietateľa AIDA Cruises – German Branch of Costa Crociere, S.p.A., Am Strande 3d, D-18055 Rostock, Spolková republika Nemecko, zastúpeného v konaní advokátkou JUDr. Andreou Považanovou, Tobrucká 6, 811 02 Bratislava (ďalej „namietateľ“) proti zápisu označenia „AidaStyle“ do registra ochranných známk, prihláseného 9.2.2015 prihlasovateľom Mgr. Andreou Sevaldovou, AIDASTYLE, Modrovka 82, 916 35 Modrovka, zastúpenou v konaní advokátkou JUDr. Katarínou Markovou, I.U.S. JUDr. Katarína Marková s. r. o., Námestie M. Benku 6, 811 07 Bratislava (ďalej „prihlasovateľ“) pod číslom spisu POZ 203-2015 a zverejneného vo Vestníku Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky 2.6.2015, rozhodol Úrad priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky (ďalej „úrad“) podľa § 32 ods. 2 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach takto:

**námietkam sa vyhovuje a prihláška ochrannej známky „AidaStyle“, číslo spisu POZ 203-2015, sa zamieta.**

### Odôvodnenie:

Proti zápisu kombinovaného označenia „AidaStyle“ do registra ochranných známk, číslo spisu POZ 203-2015 (ďalej aj „zverejnené označenie“), boli 19.8.2015 podané námietky v súlade s ustanovením § 30 v spojení s § 7 písm. a) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach (ďalej „zákon o ochranných známkach“). Predmetné námietky sa týkali celého zoznamu prihlasovaných tovarov a služieb medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Podanie námietok namietateľ odôvodnil tým, že je majiteľom najmä nasledujúcich starších ochranných známk EÚ:

ochranná známka EÚ č. 12773371 „AIDA“ - slovná (ďalej aj „prvá staršia ochranná známka), s právom prednosti od 8.4.2014 prihlásená okrem iného pre tovary v triede 24 a 25 a služby v triede 35 medzinárodného triedenia tovarov a služieb,

ochranná známka EÚ č. 4681987 „AIDA“ - slovná (ďalej aj „druhá staršia ochranná známka), s právom prednosti od 3.5.2005 zapísaná okrem iného pre tovary v triede 24 a 25 medzinárodného triedenia tovarov a služieb,

ochranná známka EÚ č. 3947694 „AIDA Cruises“ - slovná (ďalej aj „tretia staršia ochranná známka), s právom prednosti od 23.7.2004 zapísaná okrem iného pre tovary v triede 25 a služby v triede 35 medzinárodného triedenia tovarov a služieb,

ochranná známka EÚ č. 4880209 „AIDA DAS CLUBSCHIFF“ - obrazová (ďalej aj „štvrtá staršia ochranná známka), s právom prednosti od 30.1.2006 zapísaná okrem iného pre tovary v triede 24 a 25 a služby v triede 35 medzinárodného triedenia tovarov a služieb,

ochranná známka EÚ č. 8495657 „AIDA Friendship“ - slovná (ďalej aj „piata staršia ochranná známka), s právom prednosti od 29.7.2009 prihlásená okrem iného pre služby v triede 35 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Namietateľ uviedol, že predmetnému zverejnenému označeniu je nutné odmietnuť ochranu na území Slovenskej republiky z dôvodu, že obsahuje slovný prvok „Aida“, ktorý je v zmysle zákona o ochranných známkach po vizuálnej, fonetickej a sémantickej stránke úplne zhodný s dominantným slovným prvkom starších ochranných známk „AIDA“, pričom aj výrobky a služby chránené týmito označeniami sú vysoko podobné resp. zhodné s tovarmi a službami zverejneného označenia. Ďalej uviedol, že staršie ochranné známky majú vysokú rozlišovaciu spôsobilosť, ktorá je výsledkom netradičnosti a originality ich slovného prvku.

Namietateľ ďalej v námietkach konštatoval, že medzi predmetnými označeniami existuje pravdepodobnosť ich zámeny, resp. asociácie a tak môže byť spotrebiteľ uvedený do omylu, pokiaľ ide o pôvod týchto výrobkov a služieb. Ako uviedol, v prípade vyššieho stupňa podobnosti označení zo všetkých skúmaných hľadísk postačí nižší stupeň podobnosti samotných výrobkov a služieb a naopak. Namietateľ sa ďalej zaoberal porovnaním zverejneného označenia so staršími ochrannými známkami.

Pri vizuálnom hľadisku namietateľ uviedol, že staršie ochranné známky sú tvorené samotným slovným prvkom „AIDA“ písaným štandardným typom veľkého tlačeneho písma, prípadne doplnené o slovné prvky „Cruises“ a „Friendship“ v rovnakom type písma. Štvrtá staršia ochranná známka je tvorená obrazovým vyhotovením slovného prvku „AIDA“ využívajúcim veľké farebné tučné tlačené písmená určitej farby sprevádzané slovnými prvkami „DAS CLUBSCHIFF“ písané čiernym tenkým tlačeným písmom a sú umiestnené pod farebným slovným prvkom „AIDA“. Tieto slovné prvky sú doplnené obrazovým prvkom znázorňujúcim úsmev z poloprofilu, ktorý je umiestnený vľavo od slovnej časti. Zároveň zdôraznil, že práve slovný prvok „AIDA“ je dominantným a dištinkívnym prvkom starších ochranných známk, čo je dané jeho originalitou vo vzťahu k tovarom a službám, ale aj jeho umiestnením a grafickým spracovaním v starších ochranných známkach. Prípadné doplnkové slovné prvky pôsobia opisným dojmom, pretože naznačujú zameranie chránených tovarov a služieb alebo ide o prvky vyvolávajúce kladný obraz („Friendship“). Taktiež obrazový prvok v štvrtej staršej ochrannej známke nemá rozlišovaciu spôsobilosť a je bez výraznejšej dištinkitivity.

Namietateľ konštatoval, že oba slovné prvky zverejneného označenia „Aida“ a „Style“ sú dominantné, ktoré však vzhľadom na nedíštinkívnosť a opisnosť vo vzťahu k predmetným tovarom a službám nemôžu výrazne odlišiť porovnávané označenia a pozornosť spotrebiteľa sa sústreďuje na prvok „Aida“. Dominantné prvky porovnávaných označení „AIDA“ a „Aida“ sú teda úplne identické. Významné podľa namietateľa je aj to, že zhodný prvok porovnávaných označení je umiestnený na ich začiatku a bude reprodukován ako prvý. Namietateľ uzatvoril porovnanie označení z tohto hľadiska ako vysoko podobné, resp. takmer zhodné.

Pri fonetickom hľadisku namietateľ uviedol, že aj keď konkrétna výslovnosť označení sa môže v jednotlivých prípadoch nepatrne odlišovať v závislosti od jazykovej vybavenosti spotrebiteľa, nič to nemení na tom, že výslovnosť dištinkívneho prvku „aida“ zostane nezmenená, a teda identická v porovnávaných označeniach, čo podporuje aj jednoznačná vizuálna prevaha tohto prvku. Je zrejmé, že ide o vysoký stupeň fonetickej podobnosti a môže vyvolať u spotrebiteľa mylnú domnienku o výrobcovi či poskytovateľovi tovarov a služieb zverejneného označenia, a to o namietateľovi.

Zo sémantického hľadiska podľa namietateľa budú staršie ochranné známky pravdepodobne chápané ako fantazijné, predovšetkým slovný prvok „AIDA“, pretože tento slovný prvok je vo vzťahu k ich tovarom a službám vysoko originálny, bol vytvorený veľmi jedinečným spôsobom a ako taký je výsledkom tvorivej činnosti namietateľa a vo vzťahu k spotrebiteľom robí unikátny a originálny identifikátor obchodného pôvodu ním chránených výrobkov a služieb. Ostatné slovné prvky starších ochranných známk nebudú po významovej stránke spotrebiteľmi vnímané ako určujúce, keďže ide o prvky opisné. Ak však spotrebiteľ nebude ovládať nemecký či anglický jazyk, aj tieto bude považovať za prvky fantazijné.

Rovnako dominantný prvok zverejneného označenia „Aida“ podľa namietateľa bude vnímaný ako fantazijný vo vzťahu k prihlasovaným tovarom a službám. Slovný prvok „Style“ bude spotrebiteľmi chápaný buď ako opisný alebo fantazijný, v závislosti od jazykovej vybavenosti. Okrem toho je namietateľ vlastníkom niekoľkých ochranných známk založených na slovnom prvku AIDA“, t. j. vytvoril známkový rad. Ak sa spotrebiteľ v takejto situácii stretne so zhodnými a podobnými výrobkami alebo službami označenými

„AidaStyle“, bude predpokladať, že ide o známku patriacu známkovému radu namietateľa. Pravdepodobnosť zámery je preto ešte vyššia a navyše slovný prvok „AIDA“ je súčasťou obchodného mena spoločnosti namietateľa, čo jednoznačne a nevyhnutne vyvoláva zdanie spojitosti s namietateľom. Preto aj z tohto hľadiska sú porovnávané označenia vysoko podobné.

Čo sa týka porovnania výrobkov a služieb namietateľ uviedol, že výrobky prihlasované v triede 18 zverejneného označenia je možné považovať za úplne zhodné, resp. vysoko podobné s výrobkami starších ochranných známk, zapísanými v tej istej triede medzinárodného triedenia tovarov a služieb. Rovnako pokiaľ ide o tovary prihlasované v triede 25 zverejneného označenia, tieto sú jednoznačne zhodné s výrobkami, ktoré sú chránené v tej istej triede staršími ochrannými známkami, a to aj pokiaľ ide o ich slovné vymedzenie. Prihlasované služby v triede 35 zverejneného označenia je možno považovať podľa namietateľa jednak za úplne zhodné so službami prvej a piatej staršej ochrannej známky v tej istej triede ako aj za podobné vo vzťahu k výrobkom v triede 25 medzinárodného triedenia tovarov a služieb starších ochranných známk.

Namietateľ uviedol, že výrobky a služby zverejneného označenia sú určené na uspokojovanie rovnakých potrieb, plnia rovnaký účel a zameriavajú sa na identický okruh spotrebiteľov a sú poskytované prostredníctvom zhodných odbytových kanálov. Z týchto dôvodov môže vzniknúť u spotrebiteľa mylná predstava, že výrobky a služby zverejneného označenia ponúka vlastník starších ochranných známk, resp. že medzi týmito subjektmi existuje určitá forma prepojenia.

Namietateľ ďalej poukázal na ustálenú rozhodovaciu prax Európskeho súdneho dvora, podľa ktorej čím väčšiu rozlišovaciu spôsobilosť má staršia ochranná známka, tým je väčšie nebezpečenstvo zámery, a teda predmetné staršie ochranné známky majú vďaka originalite a jedinečnosti označenia „AIDA“ vyššiu rozlišovaciu spôsobilosť, a preto si zaslúžia zvláštnu a širšiu ochranu ako iné ochranné známky.

Pri celkovom posúdení pravdepodobnosti zameniteľnosti označení namietateľ uviedol, že je potrebné posúdiť predovšetkým vzájomnú závislosť medzi relevantnými faktormi, t. j. podobnosť medzi ochrannými známkami a medzi chránenými výrobkami a službami, pričom sa odvolal na rozsudok Európskeho súdneho dvora a ďalej konštatoval, že z judikatúry európskych súdov vyplýva, že pokiaľ neskoršia známka obsahuje staršiu ochrannú známku ako celok, je namieste posúdiť tieto známky ako podobné a konštatovať nebezpečenstvo zámery.

Ako namietateľ uviedol, v danom prípade je zrejmé, že zhodnosť rozlišovacích prvkov kolidujúcich ochranných známk bude vyvolávať priamu pravdepodobnosť zámery na strane verejnosti alebo nepriamu pravdepodobnosť zámery alebo asociácie a budú v každom prípade veriť, že medzi predmetnými spoločnosťami existuje finančné alebo právne prepojenie. A ak by aj verejnosť mala názor, že tovary alebo služby pochádzajú od ekonomicky prepojených podnikov, existuje tu nebezpečenstvo zámery a verila by, že kontrolu nad predmetnými tovarmi a službami vykonáva jediná spoločnosť.

Na základe uvedených skutočností namietateľ žiadal, aby bolo zverejnené označenie zamietnuté v plnom rozsahu.

Listom úradu z 24.9.2015 boli námietky odoslané prihlasovateľovi na vyjadrenie.

Prihlasovateľ vo svojom vyjadrení doručenom úradu 3.2.2016 uviedol, že namietateľ svoje dôvody a tvrdenia nepreukázal doložením relevantných dôkazov potvrdzujúcich jeho tvrdenia a domnienky. Uviedol, že s konštatovaním namietateľa nie je možné sa objektívne stotožniť, pretože zhodnosť prvku „AIDA“ je v danom prípade úplne vylúčená. Taktiež podľa prihlasovateľa nie je pravdivé tvrdenie namietateľa, že ochranné známky „AIDA“ majú vysokú rozlišovaciu spôsobilosť, ktorá je výsledkom netradičnosti a originality slovného prvku starších ochranných známk, čo vyplýva z viacerých databáz ochranných známk, pretože slovný prvok „AIDA“ bol úspešne registrovaný tak na Slovensku ako aj v rámci EÚ.

Prihlasovateľ uviedol, že pri posudzovaní predmetných ochranných známk z rôznych hľadísk a najmä z hľadiska ich pôsobenia ako celku na priemerného spotrebiteľa je pravdepodobnosť zámery vylúčená, rovnako ako aj podobnosť chránených, resp. prihlasovaných výrobkov a služieb. Ďalej opísal význam a účel ochranných známk, predovšetkým ich identifikačnú funkciu. Základným a rozhodujúcim kritériom na posudzovanie zameniteľnosti ochranných známk označujúcich rovnaké alebo podobné tovary a služby je podľa prihlasovateľa je vždy hľadisko bežného spotrebiteľa. Poukazuje na ustálenú judikatúru Všeobecného

súdu EÚ či Súdneho dvora EÚ o pravdepodobnosti zámery zo strany verejnosti, ktorá sa má posudzovať celkovo so zohľadnením všetkých rozhodujúcich okolností prejednávanej veci.

Ďalej konštatoval, že namietateľ dôvodnosť svojich námietok postavil najmä na prvku „AIDA“, pričom ignoroval, že zverejnené označenie je kombinované s výrazným grafickým zobrazením. Pri vizuálnom hľadisku prihlasovateľ uviedol, že nesúhlasí s argumentáciou namietateľa, ktorý toto hľadisko skracuje len na dominantný prvok „aida“. Podľa neho aj súdna prax zdôrazňuje celkový dojem pri posudzovaní označení a preto nie je možné, aby bol umelo vytrhnutý určitý prvok označenia. Zverejnené označenie je zložené z dvoch slov, ktoré sú síce odlišené svojim prvým veľkým písmenom, ale zároveň sú vzájomne spojené, čo potvrdzuje ich celistvosť, pretože slovné vyjadrenie „AidaStyle“ je zlúčené a voči okoliu ohraničené dvoma výraznými vlnovkami vychádzajúcimi z niektorých písmen slovného vyjadrenia a obkolesujúce ho, čo jednoznačne, podľa prihlasovateľa, vytvára celok. Taktiež nesúhlasí s tvrdením namietateľa, že prvok „Aida“ je v grafickom znázornení dominantným, t. j. výraznejším oproti druhému prvku, ktorý má však rovnaké postavenie ako prvok „Aida“. Z grafického zobrazenia nevyplýva, že by mal prvok „Style“ pôsobiť ako popisný voči prvku „Aida“ alebo že by naznačoval zameranie prihlasovaných tovarov a služieb. Prihlasovateľ uviedol, že v prípade starších ochranných známk je to práve naopak, pretože slovo „AIDA“ buď ďalšie prvky oddeľuje medzerou a je zvýraznené veľkými písmenami oproti zostávajúcim prvkom. Taktiež porovnaním grafického zobrazenia zverejneného označenia a obrazovej štvrtky staršej ochrannej známky konštatoval, že nejde ani o čiastočnú príbuznosť alebo zhodnosť ani o asociáciu a preto nie je možné nájsť v porovnávaných označeniach čo i len čiastočný a minimálne zhodný alebo podobný prvok. Podľa prihlasovateľa je pre priemerného spotrebiteľa známejší prvok „Style“, ktorý je aj vizuálne príbuzný slovenskému aj inému jazykovému ekvivalentu, preto možno očakávať, že bude pre verejnosť práve tým prvkom s vyššou rozlišovacou spôsobilosťou. Taktiež grafické znázornenie zverejneného označenia neumožňuje abstrahovanie slovného prvku „aida“, ako uviedol namietateľ. V závere prihlasovateľ konštatoval, že na vizuálne hodnotenie spotrebiteľom majú vplyv všetky prvky označenia ako aj charakteristické grafické znázornenie. Na základe uvedených skutočností prihlasovateľ konštatoval, že celkovým porovnaním označení nie je daná podobnosť resp. takmer zhodnosť a nebezpečenstvo ani pravdepodobnosť zámery u spotrebiteľa neexistuje a zverejnené označenie nie je spôsobilé vyvolávať asociáciu s tovarmi alebo službami namietateľa.

Z fonetického hľadiska sa prihlasovateľ tiež nestotožnil s názorom namietateľa. Ako uviedol, zverejnené označenie a staršie ochranné známky je nutné posudzovať v ich celosti. V danom prípade keby sa porovnávali staršie ochranné známky v prvku „aj-da“ a zverejnené označenie „aj-da-stajl“, ide o minimálny rozdiel v rozsahu jednej slabiky, čo nedáva dôvod spotrebiteľom na skrátenie zverejneného označenia, ako sa domnieval namietateľ. Fonetická reprodukcia slova „stajl“ pochádza z angličtiny a podľa prihlasovateľa je toto slovo už bežne zaužívané ako slangové. V prípade, že by spotrebiteľ vnímal zverejnené označenie ako napr. „aj-da-šty-le“ alebo „aj-da-sty-le“ alebo „aj-da-styl“, tak ani v takom prípade by zverejnené označenie nebolo spôsobilé privodiť zámenu alebo asociáciu so staršími ochrannými známkami. Podľa prihlasovateľa namietateľ zrejme účelovo opomína zostávajúcu časť svojich ochranných známk, ale práve tieto spoločne tvoria chránené označenie a takto ich vníma bežný spotrebiteľ.

Prihlasovateľ nesúhlasil ani s argumentáciou namietateľa, že samotná fonetická reprodukcia postačuje na vyvolanie pravdepodobnosti zámery na strane verejnosti. Podľa prihlasovateľa posúdením označení ako celku z fonetického hľadiska namietateľom tvrdená podobnosť resp. takmer zhodnosť nie je daná a neexistuje ani nebezpečenstvo alebo pravdepodobnosť zámery u spotrebiteľa a zverejnené označenie nie je spôsobilé vyvolať asociáciu s tovarmi a službami namietateľa.

Pri sémantickom hľadisku prihlasovateľ uviedol, že slovo „aida“ je známe v rôznych oblastiach ako v kultúre, ekonomike, marketingu, ale je to aj celosvetovo známe ženské meno alžírkeho pôvodu a uznané aj na Slovensku. Taktiež uviedol, že je to aj pseudonym mena Andrea, čo je aj prípad prihlasovateľa, a to bol dôvod, prečo v časti svojho obchodného mena dlhodobo používal spojenie „AIDASTYLE“, čím chcel zdôrazniť, že na trhu ponúka tovary a služby podľa Aidinho štýlu, čo vyplýva pre prihlasovateľa aj zo Živnostenského registra SR. Prihlasovateľ ponúka osobitú odevnú tvorbu a preto je možné zverejnené označenie vnímať ako „Aidin štýl“ alebo „štýl podľa Aidy“.

Prihlasovateľ tiež uviedol obmedzenie vyplývajúce pre majiteľa ochrannej známky o povinnosti strieť, ak tretie osoby používajú v obchodnom styku svoje meno, priezvisko, pseudonym atď. napriek tomu, že tieto údaje sú zhodné alebo zameniteľné s ochrannou známkou, prípadne tvoria súčasť ochrannej známky za predpokladu, že sú používané v súlade s obchodnými zvyklosťami a dobrými mravmi súťaže.

Prihlasovateľ k vytvoreniu známkového radu namietateľa uviedol, že z dôvodu častého výskytu slovného prvku „aida“ je možné priznať len nižšiu mieru rozlišovacej spôsobilosti a spotrebiteľ si tento slovný prvok nebude spájať len s namietateľom.

Pri porovnaní tovarov a služieb prihlasovateľ konštatoval, že relevantná skupina verejnosti si pri kontakte s posudzovanými označeniami neurobí prepojenie medzi nimi, pretože prvok s najvyššou rozlišovacou spôsobilosťou starších ochranných známk sa nezhoduje s jediným prvkom zverejneného označenia. Prihlasovateľ prezentuje svoje výrobky prostredníctvom svojej webovej stránky profilu na Facebooku, ktoré sú zamerané na vlastnoručnú výrobu módnych odevov a doplnkov. Prihlasovateľ namietal, že namietateľ neuviedol, o ktoré vhodné odbytové kanály a identický okruh spotrebiteľov má ísť. Pretože namietateľ pôsobí v oblasti cestovného ruchu a lodnej dopravy, prihlasovateľ je presvedčený, že nie je možné uvažovať o identickom okruhu spotrebiteľov, pretože spotrebiteľia, ktorí sa stretávajú s výrobkami a službami prihlasovateľa majú určité vlastnosti a návyky, ktoré ich definujú. Pri posudzovaných tovaroch a službách nejde ani o rovnaké alebo podobné potreby, pre ktoré majú spotrebiteľom slúžiť, neplnia ani rovnaký účel a nezameriavajú sa ani na identický okruh spotrebiteľov prostredníctvom zhodných odbytových kanálov, ako tvrdil namietateľ. Prihlasovateľ tvrdil, že staršie ochranné známky, každá samostatne, majú len minimálny rozsah rovnakých tovarov a služieb, ktoré sú chránené v porovnaní s tými, pre ktoré prihlasovateľ žiada zapísať zverejnené označenie.

Prihlasovateľ vyjadril presvedčenie, že po celkovom posúdení je možné konštatovať, že zápisu zverejneného označenia nebráni žiadny dôvod zhodnosti alebo podobnosti označení a zhodnosti a podobnosti tovarov a služieb a rovnako je aj vylúčená pravdepodobnosť zámenny a asociácie medzi označeniami. Preto navrhol, aby námietky boli v celom rozsahu zamietnuté a zverejnené označenie v celom rozsahu bolo zapísané do registra úradu.

Namietateľ požiadal o zaslanie vyjadrenia prihlasovateľa k námietkam, čomu úrad listom z 23.2.2016 vyhovel.

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

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 (*ochranná známka EÚ*) 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 prihláška ochrannej známky „AidaStyle“, číslo spisu POZ 203-2015, proti ktorej námietky smerujú bola podaná 9.2.2015 prihlasovateľom Mgr. Sevaldová Andrea, AIDASTYLE, Modrovka 82, 916 35 Modrovka a zverejnená vo Vestníku úradu 2.6.2015 pre tovary a služby v triedach 18, 25 a 35 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Ďalej bolo zistené, že namietateľ AIDA Cruises – German Branch of Costa Crociere, S.p.A., Am Strande 3d, D-18055 Rostock, Spolková republika Nemecko je majiteľom ochrannej známky EÚ „AIDA“ č. 12773371 s právom prednosti od 8.4.2014, ktorá je zapísaná okrem iného pre tovary a služby v triedach 24, 25 a 35, majiteľom ochrannej známky EÚ „AIDA“ č. 4681987 s právom prednosti od 3.5.2005, ktorá je okrem iného zapísaná pre tovary v triedach 24 a 25, ochrannej známky EÚ „AIDA Cruises“ č. 3947694 s právom prednosti od 23.7.2004, ktorá je okrem iného zapísaná pre tovary a služby v triedach 25 a 35, ochrannej známky EÚ „AIDA DAS CLUBSCHIFF“ č. 4880209 s právom prednosti od 30.1.2006, ktorá je okrem

iného zapísaná pre tovary a služby v triedach 24, 25 a 35 a ochrannej známky EÚ „AIDA Friendship“ č. 8495657 s právom prednosti od 29.7.2009, ktorá je okrem iného zapísaná pre služby v triede 35 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Z porovnania dátumov práva prednosti zverejneného označenia a starších ochranných známk namietateľa vyplýva, že ochranné známky namietateľa majú skoršie právo prednosti ako zverejnené označenie, a teda sú vo vzťahu k zverejnenému označeniu staršími ochrannými známkami.

Ďalej je potrebné posúdiť podobnosť tovarov a služieb a samotných označení pre potreby posúdenia pravdepodobnosti zámeny zverejneného označenia a ochranných známk namietateľa, a to z pohľadu priemerného spotrebiteľa uvedených tovarov a služieb.

Namietateľ založil podanie námietok na uvedených piatich starších ochranných známkach. Z dôvodu zhodnosti rozsahu zapísaných tovarov a služieb zverejneného označenia a starších ochranných známk, úrad preskúma predmetné námietky v súvislosti so slovnými ochrannými známkami EÚ č. 12773371 „AIDA“ (prvá staršia ochranná známka) a č. 4681987 „AIDA“ (druhá staršia ochranná známka“).

### **Porovnanie tovarov a služieb**

Zverejnené označenie je prihlasované pre tovary a služby:

**v triede 18** – „*koža (surovina alebo polotovar); koženka; kožušiny; surové kože; kufre; cestovné tašky; kabelky; kožené kozmetické tašky; kožené ukladacie boxy; kožené dekoračne krabice; batohy; dáždniky; slnečníky*“,

**v triede 25** – „*legíny; šaty; kúpacie čiapky; plavky (pánske); plavky (dámske); mikiny; trička; tielka (odevy); saká; krátke kabátiky; kostýmy, obleky; plášte (zvrchníky); parky (teplé krátke kabáty s kapucňou); konfekcia (odevy); termo oblečenie; termo spodná bielizeň; overaly (odevy); spodná bielizeň; kombinézy (oblečenie); spodná bielizeň pohlcujúca pot; bielizeň zabraňujúca poteniu; pánske spodky; pančuchy; pančuchy absorbujúce pot; bundy; gymnastické dresy; oblečenie z imitácií kože; šatky, šály; šerpy; závoje; čiapky; čelenky (oblečenie); klobúky; pokrývky hlavy; chrániče uší proti chladu (pokrývky hlavy); pracovné plášte; pleteniny; korzety; krátke peleríny; vlnené šály; kapucne (časti odevov); opasky (časti odevov); župany; košele; náprsenky; snímateľné goliere; kombinézy na vodné lyžovanie; kravaty; jazdecké krátke nohavice; cyklistické oblečenie; rukavice; gabardénové plášte; šnurovačky; palčiaky; papuče; peleríny (dámske plášte lemované kožušinou); kožušinové štóly; pyžamá; spodničky; kombiné (spodná bielizeň); body (spodná bielizeň); baletné úbory; plážové oblečenie; plážová obuv; plátenná obuv; športová obuv dreváky; vysoká obuv; koženková obuv, kožená obuv*“,

**v triede 35** – „*reklama; obchodný manažment; obchodná administratíva; maloobchodné služby s tovarmi uvedenými v triedach 18 a 25 tohto zoznamu; prezentácia výrobkov v komunikačných médiách pre maloobchod*“.

Prvá staršia ochranná známka EÚ „AIDA“ č. 12773371 je okrem iného zapísaná pre tovary a služby:

**v triede 18** – „*leather and imitation leather; trunks and travelling bags; luggage bags; umbrellas; parasols; walking sticks; shopping bags; hand bags; baggage*“ (koža a imitácie kože; kufre a cestovné tašky; batožinové vrecká; dáždniky; slnečníky; vychádzkové palice; nákupné tašky; kabelky; batožina),

**v triede 24** – „*textiles and textile goods, included in class 24; bed and table covers; bed clothes and blankets*“ (tkaniny a textilné výrobky, zahrnuté do triedy 24; posteľné a stolové pokrývky; posteľná bielizeň),

**v triede 25** – „*clothing; footwear; headgear clothing*“ (odevy; obuv; pokrývky hlavy),

**v triede 35** – „*advertising; retailing, namely of travel requisites, cosmetics, perfumery, essential oils, jewellery, precious stones, horological and chronometric instruments, glassware, porcelain, earthenware, clothes, footwear, headgear, lanyards, games, playthings, gymnastic and sporting articles, trunks and travelling bags, umbrellas, parasols, shopping bags, handbags and travel bags; arranging of contracts, for others, for the providing of services*“ (reklamné služby; maloobchodné služby, menovite s cestovnými potrebami, prípravkami starostlivosti o telo a o krásu, voňavkářskými výrobkami, éterickými olejmi, klenotmi, šperkami, drahokamy, hodinami, chronometrami, sklom, porcelánovým tovarom, hrnčiarskym tovarom, oblečením, odevmi, obuvou, pokrývkami hlavy, kľúčenkami, hrami, hračkami, cvičebnými a športovými tovarmi, cestovnými a príručnými kufrikmi, dáždnikmi, slnečníkmi, nákupnými taškami, kabelkami a cestovnými taškami; sprostredkovanie kontraktov pre tretie osoby o poskytovaní služieb).

Druhá staršia ochranná známka EÚ „AIDA“ č. 4681987 je okrem iného zapísaná pre tovary a služby:

**v triede 18** – „*trunks and travelling bags, umbrellas, parasols, walking sticks*“ (kufre a cestovné tašky, dáždniky, slnečníky a vychádzkové palice),

**v triede 24** – „*textiles and textile goods included in this class; bed and table covers*“ (textílie a textilné tovary, zahrnuté v tejto triede; posteľné a stolové pokrývky),

**v triede 25** – „*footwear and headgear*“ (obuv a pokrývky hlavy).

Pri posudzovaní podobnosti tovarov a služieb prihlasovaných pre zverejnené označenie a zapísaných tovarov a služieb pre staršie ochranné známky je potrebné zohľadniť všetky rozhodujúce okolnosti, ktorými sa vyznačuje vzťah medzi porovnávanými tovarmi a službami, predovšetkým ich povahu, určenie, účel použitia, ako aj ich konkurenčný alebo komplementárny vzťah. Zároveň je významné aj kritérium konečného spotrebiteľa, ktorému sú takto označené tovary a služby určené, teda to, ako porovnávané tovary alebo služby vnímajú koneční spotrebiteľia. Číslo triedy jednotlivých tovarov, či služieb slúži len na potreby zatriedenia, prípadne vyjasnenia povahy tovarov a služieb, avšak nepredstavuje dôkaz o ich podobnosti, resp. rozdielnosti.

Všetky tovary zverejneného označenia prihlasované v triede 18 pre „*kožu (surovina alebo polotovar); koženku; kožušiny; surové kože; kufre; cestovné tašky; kabelky; kožené kozmetické tašky; kožené ukladacie boxy; kožené dekoračne krabice; batohy; dáždniky; slnečníky*“ sú aj bez podrobného posúdenia zhodné, resp. podobné s tovarmi zapísanými pre prvú a druhú staršiu ochrannú známku v rovnakej triede 18 medzinárodného triedenia tovarov a služieb „*koža a imitácie kože; kufre a cestovné tašky; batožinové vrecká; dáždniky; slnečníky; nákupné tašky; kabelky; batožina*“, slúžia na rovnaký účel, majú rovnakú povahu a môžu pochádzať od rovnakých výrobcov a tiež sú dostupné spotrebiteľom cez rovnaké distribučné kanály.

Prihlasované tovary zverejneného označenia „*legíny; šaty; kúpacie čiapky; plavky (pánske); plavky (dámske); mikiny; tričká; tielka (odevy); saká; krátke kabátiky; kostýmy, obleky; plášte (zvrchníky); parky (teplé krátke kabáty s kapucňou); konfekcia (odevy); termo oblečenie; termo spodná bielizeň; overaly (odevy); spodná bielizeň; kombinézy (oblečenie); spodná bielizeň pohlcujúca pot; bielizeň zabraňujúca poteniu; pánske spodky; pančuchy; pančuchy absorbujúce pot; bundy; gymnastické dresy; oblečenie z imitácií kože; šatky, šály; šerpy; závoje; čiapky; čelenky (oblečenie); klobúky; pokrývky hlavy; chrániče uší proti chladu (pokrývky hlavy); pracovné plášte; pleteniny; korzety; krátke peleríny; vlnené šály; kapucne (časti odevov); opasky (časti odevov); župany; košele; náprsenky; snímateľné goliere; kombinézy na vodné lyžovanie; kravaty; jazdecké krátke nohavice; cyklistické oblečenie; rukavice; gabardénové plášte; šnurovačky; palčičky; papuče; peleríny (dámske plášte lemované kožušinou); kožušínové štóly; pyžamá; spodničky; kombiné (spodná bielizeň); body (spodná bielizeň); baletné úbory; plážové oblečenie; plážová obuv; plátenná obuv; športová obuv dreváky; vysoká obuv; koženková obuv, kožená obuv“ v triede 25 aj bez podrobnej analýzy možno považovať za zhodné so zapísanými tovarmi prvej a druhej staršej ochrannej známky „*odevy, obuv, pokrývky hlavy*“ v tej istej triede medzinárodného triedenia tovarov a služieb, pretože napriek tomu, že tovary sú jednotlivo vymenované, spadajú do kategórií, ktoré sú zapísané pre uvedené staršie ochranné známky, ktoré tieto tovary definujú všeobecnými pojmami a pokrývajú svojím obsahom všetky uvedené tovary zverejneného označenia.*

Čo sa týka prihlasovaných služieb zverejneného označenia v triede 35 „*reklama; obchodný manažment; obchodná administratíva; maloobchodné služby s tovarmi uvedenými v triedach 18 a 25 tohto zoznamu; prezentácia výrobkov v komunikačných médiách pre maloobchod*“ sú zhodné alebo podobné so službami „*reklamné služby; maloobchodné služby, menovite s cestovnými potrebami, oblečením, odevmi, obuvou, pokrývkami hlavy, cestovnými a príručnými kufrikmi, dáždnikmi, slnečníkmi, nákupnými taškami, kabelkami a cestovnými taškami; sprostredkovanie kontraktov pre tretie osoby o poskytovaní služieb*“ prvej staršej ochrannej známky, keďže porovnávané služby sú buď uvedené zhodnými výrazmi (reklama vs reklamné služby) alebo službu staršej ochrannej známky „*sprostredkovanie kontraktov*“ možno považovať za súčasť obchodného manažmentu, resp. riadenia obchodu alebo administratívu, teda úzko súvisiace služby. Prihlasované služby „*obchodný manažment a obchodná administratíva*“ pritom možno tiež považovať za služby, ktoré sú minimálne v nízkej miere podobné so službami maloobchodu, pretože pri ich realizácii sa prirodzene využíva aj obchodný manažment a administratíva, a preto by ich relevantná verejnosť (zákazníci a objednávateľia) vyhodnotila ako prepojené a spoločné služby poskytované jedným subjektom. Služby zverejneného označenia (*maloobchodné služby s tovarmi uvedenými v triedach 18 a 25 tohto zoznamu*) možno na základe ich prepojenosti k tovarom považovaným za podobné s tovarmi v triede 18 a 25

pre prvú a druhú staršiu ochrannú známku vnímať relevantným spotrebiteľom ako pochádzajúce od toho istého subjektu alebo navzájom prepojených subjektov poskytujúcich predmetné tovary. Relevantná spotrebiteľská verejnosť môže prirodzene predpokladať, že výrobca týchto tovarov sa bude zaoberať aj ich predajom, a tak možno považovať tieto prihlasované služby za podobné v nižšej miere s tovarmi prvej a druhej staršej ochrannej známky ako aj v príslušnej časti za podobné so špecifickými službami prvej staršej ochrannej známky.

Na základe uvedeného možno konštatovať, že tovary zverejneného označenia v triedach 18 a 25 zamerané na výroby odevného, obuvníckeho a kožiarskeho priemyslu a služby v triede 35 súvisiace s ich reklamou a obchodnými aktivitami je možné považovať za zhodné alebo podobné s tovarmi a službami starších ochranných známk z hľadiska ich výrobcov, či poskytovateľov, účelu a spôsobu ich použitia.

Vzhľadom na charakter zverejneného označenia a starších ochranných známk ako aj prihlasované a zapísané tovary a služby je dôvodné z hľadiska efektívnosti a hospodárnosti konania porovnávať so zverejneným označením prednostne prvú a druhú staršiu ochrannú známku, pretože tretia, štvrtá a piata staršia ochranná známka obsahujú v porovnaní s prvou a druhou staršou ochrannou známkou prvky, ktoré neprispievajú k ich podobnosti so zverejneným označením.

### Porovnanie označení

Zverejnené označenie (POZ 203-2015)



Prvá staršia ochranná známka  
(ochranná známka EÚ č. 12773371)  
AIDA

Druhá staršia ochranná známka  
(ochranná známka EÚ č. 4681987)  
AIDA

Pri posudzovaní podobnosti označení alebo ochranných známk sa musia hodnotiť ich vizuálne, fonetické a sémantické podobnosti, pričom je nevyhnutné vychádzať z celkového dojmu, ktorý označenia u bežného spotrebiteľa môžu vyvolať, s ohľadom na dominantné a rozlišovacie prvky. Označenia alebo ochranné známky sa vždy porovnávajú v takej podobe, v akej sú prihlásené, resp. zapísané. Porovnanie zverejneného označenia s prvou a druhou staršou ochrannou známkou bude ďalej urobené súčasne, keďže ide o zhodné označenia.

### Porovnanie zverejneného označenia s prvou (a druhou) staršou ochrannou známkou

**Z vizuálneho hľadiska** ide o porovnanie kombinovaného zverejneného označenia so slovným označením prvej (aj druhej) staršej ochrannej známky.

Pri pohľade na zverejnené označenie pozornosť spotrebiteľa upútajú oba slovné prvky „Aida“ a „Style“, ktoré sú vzhľadom na ich veľkosť a vyhotovenie rovnocennými prvkami. Tieto slovné prvky sú napísané štylizovaným typom písma čiernej farby tak, že začiatkové písmená oboch slov sú napísané veľkými písmenami a graficky doplnené výraznými ornamentovými oblúkmi, resp. krivkami, ktoré vychádzajú jednak zo začiatkových písmen oboch slov ako aj z ďalších písmen, a tým je celé označenie uzavreté a prepojené akoby do jedného celku. Staršie slovné ochranné známky sú tvorené slovným prvkom „AIDA“ napísaným veľkými tlačnými písmenami bežným typom písma čiernej farby.

Vo zverejnenom označení napriek nájdenej prepojenosti a zhodnej veľkosti možno uviesť, že slovný prvok „AIDA“ si spotrebiteľ prednostne všimne a bude ho pokladať za rozhodujúci v zmysle neskoršej orientácie na trhu, pretože ďalší slovný prvok „Style“ je prvok skôr opisný so slabou rozlišovacou spôsobilosťou. Na základe uvedeného možno konštatovať čiastočnú vizuálnu podobnosť zverejneného označenia so slovnými staršími ochrannými známkami (t. j. prvou a druhou staršou ochrannou známkou).

**Z fonetického hľadiska** možno predpokladať, že zverejnené označenie bude spotrebiteľmi zvukovo realizované buď v zhode s jeho písanou podobou, teda „aj-da-sty-le“, prípadne s využitím anglickej



výslovnosti ako „aj-da-stail“, pričom rozdelenie slabík a rytmus ich reprodukcie podobne ako pri vizuálnom hľadisku spôsobí oddelenie druhej časti „stail“ od prvej časti označenia „aj-da“.

Prvá a druhá staršia ochranná známka z fonetického hľadiska budú znieť ako „aj-da“. Keďže vo zverejnenom označení zaznie na jeho začiatku slovo „aj-da“ zhodné so staršími ochrannými známkami, je dôvodné hovoriť o fonetickej podobnosti. Ďalej je nutné zdôrazniť, že viacslovné označenia spotrebiteľa prirodzene skracujú, a to najmä v takom prípade, ak sú v poradí ďalšie slovné prvky zatienené dominantným, resp. rozlišujúcim prvkom, na ktorý spotrebiteľ upriami svoju pozornosť, a navyše ak je na začiatku označenia. Preto nemožno ani vylúčiť, že spotrebiteľa odkážu na zverejnené označenie ako aj staršie ochranné známky len prostredníctvom slovného prvku „aida“. Zverejnené označenie a staršie ochranné známky môžu byť teda vyslovované aj zhodne.

**Zo sémantického hľadiska** sa porovnávané označenia považujú za podobné vtedy, ak sú relevantnou verejnosťou vnímané ako označenia s rovnakým alebo podobným významom. Podstatné je, či prvky tvoriace porovnávané označenia majú konkrétny význam, ktorý by pomohol spotrebiteľovi pri orientácii na trhu a identifikácii nimi označovaných tovarov alebo služieb alebo sú ich prvky fantazijné.

Pri vnímaní sporných označení ako celkov možno predpokladať, že slovo „Aida“ budú spotrebiteľa v prvom rade považovať za umelo vytvorené slovo, teda fantazijné, bez konkrétneho významu. Zároveň však možno predpokladať, že časť spotrebiteľskej verejnosti ho môže vnímať aj vo význame ženského mena gréckeho pôvodu alebo podľa hrdinky rovnomennej opery od Giuseppe Verdiho. Druhý slovný prvok zverejneného označenia „Style“ má pôvod v anglickom jazyku a podľa anglicko-slovenského slovníka znamená vo vzťahu k prihlasovaným tovarom a službám štýl, módný smer alebo vkus, pričom vzhľadom na existenciu veľmi podobného významovo zhodného výrazu „štýl“ v slovenskom jazyku je pravdepodobné, že mu porozumie aj spotrebiteľ s minimálnou znalosťou anglického jazyka alebo aj bez nej, a budú ho vnímať ako dopĺňajúci prvý výraz „Aida“ ako „štýl Aidy“, resp. „Aidin štýl“. Aj v prípade, že časť spotrebiteľov nebude rozumieť významu slovných prvkov tvoriacich označenia, je potrebné uviesť, že sémantická podobnosť porovnávaných označení je daná obsiahnutým zhodným prvkom „Aida“.

#### **Celkové zhodnotenie - pravdepodobnosť zámeny:**

Pravdepodobnosťou zámeny je pravdepodobnosť, že sa spotrebiteľská verejnosť môže domnievať, že tovary alebo služby označené posudzovanými označeniami pochádzajú od jedného podnikateľa alebo od ekonomicky prepojených podnikateľov, pričom pravdepodobnosť zámeny je nutné posudzovať celkovo so zohľadnením všetkých okolností týkajúcich sa konkrétnej veci. Toto celkové posúdenie predpokladá určitú vzájomnú súvislosť medzi zohľadnenými okolnosťami a najmä medzi podobnosťou porovnávaných označení a podobnosťou označovaných tovarov alebo služieb. Nízka miera podobnosti medzi označovanými tovarmi alebo službami môže byť kompenzovaná vysokou mierou podobnosti medzi porovnávanými označeniami a naopak.

Na účely celkového posúdenia pravdepodobnosti zámeny 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. Vzhľadom na charakter posudzovaných tovarov a služieb (odevy, obuv, módné doplnky, obchodná činnosť) ako relevantná verejnosť prichádza do úvahy široká verejnosť charakteristická priemernou mierou obozretnosti a pozornosti.

Ďalej je možné uviesť, že samotný slovný prvok „AIDA“ je označením s prirodzene dostatočnou mierou dištinktivnosti vo vzťahu k prihláseným a zapísaným tovarom a službám, keďže nejde o slovo priamo asociujúce odevy, obuv a obchodnú činnosť. Na základe tohto argumentu je možné tvrdiť, že staršie ochranné známky, tvorené slovným prvkom „AIDA“ (prvá a druhá) disponujú dobrou vnútornou rozlišovacou spôsobilosťou k tovarom v triedach 18, 25 a k službám v triede 35 medzinárodného triedenia tovarov a služieb (napr. kufre, kabelky, cestovné tašky, dáždniky, slnečníky, odevy, obuv, pokrývky hláv, reklamné služby, obchodné sprostredkovateľské služby, atď.). Ďalej bolo konštatované, že zapísané tovary a služby sú zhodné, resp. podobné tovarom zverejneného označenia v triede 18 a 25, rovnako ako aj prihláseným službám v triede 35, pretože medzi tovarmi a službami zverejneného označenia a starších ochranných známk je podobnosť z hľadiska ich výrobcov, či poskytovateľov, účelu a spôsobu ich použitia.

Rovnako bolo uvedené, že v konaní bolo porovnávané zverejnené označenie s prvou a druhou staršou ochrannou známkou, ktoré sú známkami slovnými, čiže známkami chrániacimi slovo. Porovnávané označenia teda v danom prípade obsahujú spoločný prvok „AIDA“, a zhodu označení v tomto slovnom prvku bude možné považovať za rozhodujúcu, a to vychádzajúc z konštatovanej dobrej vnútornej rozlišovacej spôsobilosti slovného prvku „AIDA“ a opisnosti ďalšieho slovného prvku „Style“ vo zverejnenom označení. Nemožno súhlasiť s tvrdením prihlasovateľa, že prvok s najvyššou rozlišovacou spôsobilosťou starších ochranných známk sa nezhoduje s jediným rozlišovacím prvkom zverejneného označenia, keďže prihlasovateľ pokladá za takýto prvok slovný prvok „Style“, pretože, ako už bolo uvedené, minimálne vo vzťahu k tovarom zverejneného označenia ide o prvok opisný.

Na celkové posúdenie pravdepodobnosti zámeny má vplyv aj posúdenie miery rozlišovacej spôsobilosti starších ochranných známk. V nadväznosti na uvedené namietateľ poukázal na to, že ochranné známky „AIDA“ majú vysokú rozlišovaciu spôsobilosť, ktorá je výsledkom netradičnosti a originality uvedeného slovného prvku vo vzťahu k namietaným tovarom a službám a vďaka tomu si zaslúžia zvláštnu a širšiu ochranu ako iné ochranné známky. Zároveň prihlasovateľ uvádzal, že z dôvodu častého výskytu slovného prvku „aida“ je možné priznať len nižšiu mieru rozlišovacej spôsobilosti a spotrebiteľ si tento slovný prvok nebude spájať len s namietateľom. Vzhľadom na to, že nebola dokladmi preukázaná znížená miera rozlišovacej spôsobilosti prihlasovaného označenia ani zvýšená rozlišovacia spôsobilosť starších ochranných známk namietateľa, bola ako je uvedené aj vyššie posúdená rozlišovacia spôsobilosť prvku „AIDA“ ako priemerná.

Pri komplexnom hodnotení pravdepodobnosti zámeny zverejneného označenia a prvej a druhej staršej ochrannej známky je navyše potrebné uviesť, že každý prihlasovateľ má široké možnosti pri voľbe známkového motívu a jeho jednotlivých prvkov, ktoré by nemali evokovať príbuznosť s označeniami, ktoré sú už zapísané ako ochranné známky. Pri porovnávaní kolíznych označení však bolo zistené, že všetky staršie ochranné známky sú celé obsiahnuté vo zverejnenom označení, ktoré obsahuje zhodný výraz „AIDA“, ktorým sú staršie ochranné známky tvorené, a ktorý navyše možno vo vzťahu k prihlasovaným aj zapísaným tovarom a službám považovať za prvok s dobrou rozlišovacou spôsobilosťou. Na základe uvedeného slovného prvku „AIDA“ bola konštatovaná čiastočná vizuálna, fonetická aj sémantická podobnosť. Uvedené v spojitosti s tovarmi a službami, ktoré boli posúdené ako zhodné alebo podobné, a to aj v prípade podobnosti len v nižšej miere, vedie k jednoznačnému záveru, že pri priemernom stupni pozornosti spotrebiteľa pravdepodobnosť zámeny medzi zverejneným označením a prvou a druhou staršou ochrannou známkou existuje, a to aj na základe možnej vzájomnej asociácie porovnávaných označení, vzhľadom na obsiahnutý uvedený zhodný slovný prvok „AIDA“. Zhodný slovný prvok „AIDA“ je sám spôsobilý vyvolať u spotrebiteľa dojem, že v prípade zverejneného označenia ide len o ďalšie označenie namietateľa.

V súvislosti s argumentom prihlasovateľa, že majiteľ staršej ochrannej známky musí strpieť, ak tretie osoby používajú v obchodnom styku svoje meno, priezvisko, pseudonym atď. napriek tomu, že tieto údaje sú zhodné alebo zameniteľné s ochrannou známkou, prípadne tvoria súčasť ochrannej známky za predpokladu, že sú používané v súlade s obchodnými zvyklosťami a dobrými mravmi je potrebné uviesť, že v tomto prípade ide o krstné meno, ktoré vo všeobecnosti nie je úzko viazané na konkrétnu osobu, pričom sa ani nezhoduje s krstným menom prihlasovateľa, a preto nie je možné bez ďalšieho toto považovať za dostatočný dôvod, aby bolo možné vylúčiť pravdepodobnosť zámeny porovnávaných označení, pokiaľ ostatné okolnosti prípadu pravdepodobnosť zámeny podporujú (celá prvá a druhá staršia ochranná známka obsiahnutá vo zverejnenom označení, zhoda alebo podobnosť tovarov a služieb).

Ďalej prihlasovateľ argumentoval, že svoje výrobky prezentuje prostredníctvom webovej stránky, pričom ide o vlastnoručnú výrobu módných odevov a doplnkov. Zároveň namietateľ neuviedol, o ktoré zhodné odbytové kanály a identický okruh spotrebiteľov má ísť a keďže namietateľ pôsobí v oblasti cestovného ruchu a lodnej dopravy, prihlasovateľ je presvedčený, že nie je možné uvažovať o identickom okruhu spotrebiteľov. K tomuto argumentu je potrebné uviesť, že podľa § 7 písm. a) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach sa porovnávajú prihlasované a zapísané tovary a služby tak, ako to vyplýva z príslušných registrov, t. j. vychádza sa z predpokladu používania starších ochranných známk v chránenom rozsahu a pri prihlasovaných tovaroch a službách nemožno hodnotiť ako určujúce predchádzajúce používanie, prípadne budúci úmysel alebo vývoj používania zverejneného označenia po zápise, pokiaľ nie je v súlade s prihlasovaným znením.

Na záver teda možno konštatovať, že boli naplnené podmienky na odmietnutie zápisu zverejneného označenia do registra ochranných známk dané v § 7 písm. a) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach pre všetky prihlasované tovary a služby vzhľadom na prvú a druhú staršiu ochrannú známku, a tak úrad ďalej neposudzoval naplnenie podmienok uplatneného námietkového dôvodu vo vzťahu k ďalším namietaným starším ochranným známkam, pretože by to nemalo vplyv na konečné rozhodnutie.

Vzhľadom na všetky posudzované skutočnosti 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  
riaditeľka  
odboru sporových konaní

Doručiť:

JUDr. Katarína Marková  
I.U.S. JUDr. Katarína Marková s. r. o.  
Námestie M. Benku 6  
811 07 Bratislava

JUDr. Andrea Považanová  
Tobrucká 6  
811 02 Bratislava