



Banská Bystrica 15. 12. 2020
POZ 460-2020/Z-539-2020

ROZHODNUTIE

Prihláška ochrannej známky POZ 460-2020 z 24.2.2020 prihlasovateľa Martina Paľova, Mlynská 1, 963 01 Krupina, ktorého v konaní zastupuje JUDr. Igor Demčák, advokát, Justičná 8, 080 01 Prešov 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) a c) citovaného zákona.

Odôvodnenie:

Na základe prieskumu zápisnej spôsobilosti prihlášky ochrannej známky uvedenej značky spisu bolo prihlasovateľovi s príslušným odôvodnením z 18.5.2020 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.

Úrad priemyselného vlastníctva SR (ďalej „úrad“) v správe o výsledku prieskumu zápisnej spôsobilosti z 18.5.2020 uviedol, že obrazové označenie

motorsport **media**

prihlásené pre tovary „*plagáty; brožúry; knihy; fotografie (tlačoviny); tlačoviny; tlačené publikácie; časopisy (periodiká); kalendáre; samolepky (papiernický tovar)*“ v triede 16 a služby „*pomoc pri riadení obchodnej činnosti; reklamné plagátovanie; fotokopírovacie služby; poradenstvo pri organizovaní a riadení obchodnej činnosti; rozširovanie reklamných materiálov zákazníkom (letáky, prospekty, tlačoviny, vzorky); rozmnožovanie dokumentov; aktualizovanie reklamných materiálov; prenájom reklamných materiálov; vydávanie reklamných textov; reklama; rozhlasová reklama; vzťahy s verejnosťou (public relations); televízna reklama; reklamné agentúry; poradenské služby pri riadení obchodnej činnosti; predvádzanie (služby modeliek) na reklamné účely a podporu predaja; správa počítačových súborov; obchodné alebo podnikateľské informácie; prenájom reklamných plôch; podpora predaja (pre tretie osoby); spracovanie textov; zásielkové reklamné služby; on line reklama na počítačovej komunikačnej sieti; prenájom reklamného času v komunikačných médiách; prezentácia výrobkov v komunikačných médiách pre maloobchod; fakturácie; písanie reklamných textov; grafická úprava tlačovín na reklamné účely; vyhľadávanie sponzorov; tvorba reklamných filmov; obchodný manažment pre športovcov; marketing; platené reklamné služby typu „klikni sem“; poskytovanie obchodných informácií prostredníctvom webových stránok; on line*

poskytovanie obchodného priestoru pre nákupcov a predajcov tovarov a služieb; navrhovanie reklamných materiálov; prenájom bilbordov; indexovanie webových stránok na obchodné alebo reklamné účely; písanie textov scenárov na reklamné účely; poradenstvo v oblasti komunikácie (reklama); podpora predaja tovarov a služieb sponzorovaním športových podujatí; cielený marketing; vonkajšia reklama“ v triede 35 a „filmové štúdiá; vydávanie textov (okrem reklamných); požičiavanie zvukových nahrávok; tvorba rozhlasových a televíznych programov; televízna zábava; organizovanie živých vystúpení; organizovanie športových súťaží; nahrávacie štúdiá (služby); meranie času na športových podujatiach; strihanie videopások; online vydávanie elektronických kníh a časopisov; elektronická edičná činnosť v malom (DTP služby); online poskytovanie elektronických publikácií (bez možnosti kopírovania); fotografické reportáže; fotografovanie; reportérske služby; nahrávanie videopások; písanie textov; služby diskdžokejov; on line poskytovanie videozáznamov (bez možnosti kopírovania); písanie televíznych a filmových scenárov (tvorba)“ v triede 41 medzinárodného triedenia tovarov a služieb nie je spôsobilé na zápis do registra ochranných známkov v zmysle § 5 ods. 1 písm. b) a c) citovaného zákona. Úrad skonštatoval, že prihlásené označenie nemá ako celok vo vzťahu k tovarom „brožúry; knihy; fotografie (tlačoviny); tlačoviny; tlačené publikácie; časopisy (periodiká)“ v triede 16 a službám „reklamné plagátovanie; rozširovanie reklamných materiálov zákazníkom (letáky, prospekty, tlačoviny, vzorky); vydávanie reklamných textov; reklama; rozhlasová reklama; televízna reklama; zásielkové reklamné služby; on line reklama na počítačovej komunikačnej sieti; prenájom reklamného času v komunikačných médiách; tvorba reklamných filmov; marketing; platené reklamné služby typu „klikni sem“; cielený marketing; vonkajšia reklama“ v triede 35 a „vydávanie textov (okrem reklamných); tvorba rozhlasových a televíznych programov; televízna zábava; organizovanie živých vystúpení; organizovanie športových súťaží; online vydávanie elektronických kníh a časopisov; elektronická edičná činnosť v malom (DTP služby); online poskytovanie elektronických publikácií (bez možnosti kopírovania); on line poskytovanie videozáznamov (bez možnosti kopírovania)“ v triede 41 a súvisiacim (podporným, doplnkovým) tovarom a službám v triedach 16, 35 a 41 (napr. plagáty, samolepky, podpora predaja, poskytovanie obchodných informácií a poradenstva, grafická úprava tlačovín, meranie času na športových podujatiach, fotografovanie, reportérske služby, písanie textov, služby filmových a nahrávacích štúdií, zábava) rozlišovaciu spôsobilosť, pretože opisuje zameranie a obsah prihlásených tovarov a služieb. Označenie poskytuje relevantnej spotrebiteľskej verejnosti, ktorou môžu byť bežní spotrebiteľia zaujímaví sa o motoristický šport alebo odborná verejnosť (novinári, redaktori venujúci sa motoristickému športu), informáciu, že pod takýmto označením pôjde o tovary a služby masovokomunikačných médií v oblasti motoristického športu (napr. tlačovina, reklama, televízny alebo rozhlasový program, vydavateľská činnosť, elektronická publikácia zameraná na oblasť motoristického športu) a s nimi súvisiace tovary a služby (napr. plagáty propagujúce motoristický šport alebo podujatie, zábava, fotografovanie a reportérske služby uskutočňované počas podujatia zameraného na motoristický šport, písanie textov v oblasti motoristického športu).

Uvedené vyplynulo z významu slov tvoriacich označenie, konkrétne slovo „motorsport“ je po preklade z anglického jazyka do slovenského jazyka vo význame motoristický šport. Slovo motorsport, resp. motoršport je globálny pojem používaný na označenie športového odvetvia (športových súťaží), v ktorom sa používajú dopravné prostriedky (napr. formula, rely, motokros, preteky lietadiel, člnov). Slovo „media“ po preklade z anglického jazyka do slovenského jazyka znamená médiá (médiu – sprostredkujúci činiteľ, prostriedok, nástroj), masmédiá – hromadné oznamovacie prostriedky (tlač, rozhlas, televízia, internet), pomocou ktorých sa odovzdávajú ľubovoľné informácie, správy veľkému množstvu príjemcov s cieľom informovať, vzdelávať, zabávať, sprostredkovať rôzne podujatia, udalosti (napr. aj z oblasti motoristického športu); masovokomunikačné prostriedky (In.: Slovník súčasného slovenského jazyka A – G, H – L, M – N z r. 2006, 2011, 2015, PC Translator 2010, encyklopédia Wikipédia).

Úrad taktiež skonštatoval, že grafická úprava prihláseného označenia (použitie čiernej farby písma pri slovnom prvku motorsport a bielej farby písma pri slovnom prvku media umiestnenom v červenom štvoruholníku s jedným zaobleným rohom) nie je postačujúca na to, aby pôvodne nedištinktivnému slovnému označeniu zabezpečila dostatočnú rozlišovaciu spôsobilosť.

Úrad ďalej uviedol, že opisné označenia vzhľadom na ich všeobecnosť majú za následok nedostatok rozlišovacej spôsobilosti, teda schopnosti označenia odlišiť tovary a služby prihlasovateľa od rovnakých tovarov služieb iných subjektov. Rozlišovacia spôsobilosť označenia je jednou zo základných podmienok vyplývajúcich z funkcie ochrannej známky. Na jej splnenie je nevyhnutné, aby označenie bolo originálne do takej miery, aby bolo schopné individualizovať tovary alebo služby jednotlivých subjektov. Skúmané označenie nie je schopné túto funkciu plniť.

Prihlasovateľ v odpovedi doručenej úradu 22.6.2020 vyjadril nesúhlasné stanovisko, keď uviedol, že predmetné označenie má rozlišovaciu spôsobilosť, pretože práve grafická úprava prihláseného označenia (použitie čiernej farby písma pri slovnom prvku motorsport a bielej farby písma pri slovnom prvku media umiestnenom v červenom štvoruholníku s jedným zaobleným rohom) umožňuje individualizáciu jeho tovarov a služieb od služieb iných súťažiteľov. Na podporu svojich tvrdení prihlasovateľ poukázal na ochranné známky, ktoré úrad akceptoval a zapísal do registra ochranných známok napriek tomu, že sú v oveľa jednoduchšej grafickej úprave s nižšou rozlišovacou spôsobilosťou, konkrétne POZ 3384-2000 (auto magazín), POZ 3619-97 (auto, motor a šport), POZ 1028-2017 (PRO RACING) a POZ 369-2010 (AUTO žurnál).

Záverčné zhodnotenie úradu:

Úrad prihlásené označenie opätovne preskúmal, pričom zobral do úvahy všetky vyjadrenia prihlasovateľa. Stanovisko úradu však napriek tomu zostáva nezmenené, a to, že obrazové označenie „motorsport media“ (bez ďalšieho rozlišujúceho prvku) nie je v zmysle § 5 ods. 1 písm. b) a c) citovaného zákona spôsobilé na zápis do registra ochranných známok. Úrad opakovane uvádza, že prihlásené označenie nemá ako celok vo vzťahu k tovarom „brožúry; knihy; fotografie (tlačoviny); tlačoviny; tlačené publikácie; časopisy (periodiká)“ v triede 16 a službám „reklamné plagátovanie; rozširovanie reklamných materiálov zákazníkom (letáky, prospekty, tlačoviny, vzorky); vydávanie reklamných textov; reklama; rozhlasová reklama; televízna reklama; zásielkové reklamné služby; on line reklama na počítačovej komunikačnej sieti; prenájom reklamného času v komunikačných médiách; tvorba reklamných filmov; marketing; platené reklamné služby typu „klikni sem“; cielený marketing; vonkajšia reklama“ v triede 35 a „vydávanie textov (okrem reklamných); tvorba rozhlasových a televíznych programov; televízna zábava; organizovanie živých vystúpení; organizovanie športových súťaží; online vydávanie elektronických kníh a časopisov; elektronická edičná činnosť v malom (DTP služby); online poskytovanie elektronických publikácií (bez možnosti kopírovania); on line poskytovanie videozáznamov (bez možnosti kopírovania)“ v triede 41 a súvisiacim (podporným, doplnkovým) tovarom a službám v triedach 16, 35 a 41 (napr. plagáty, samolepky, podpora predaja, poskytovanie obchodných informácií a poradenstva, grafická úprava tlačovín, meranie času na športových podujatiach, fotografovanie, reportérske služby, písanie textov, služby filmových a nahrávacích štúdií, zábava) rozlišovaciu spôsobilosť, pretože opisuje zameranie a obsah prihlásených tovarov a služieb. Úrad opakovane uvádza, že prihlásené označenie poskytuje relevantnej spotrebiteľskej verejnosti, ktorou môžu byť bežní spotrebiteľia zaujímaví sa o motoristický šport alebo odborná verejnosť (novinári, redaktori venujúci sa motoristickému športu), informáciu, že pod takýmto označením pôjde o tovary a služby masovokomunikačných médií v oblasti motoristického športu (napr. tlačovina, reklama, televízny alebo rozhlasový program, vydavateľská činnosť, elektronická publikácia zameraná na oblasť motoristického športu) a s nimi súvisiace tovary a služby (napr. plagáty propagujúce motoristický šport alebo podujatie, zábava, fotografovanie a reportérske služby uskutočňované počas podujatia zameraného na motoristický šport, písanie textov v oblasti motoristického športu).

Úrad súhlasí s tvrdením prihlasovateľa, že prihlásené označenie je nutné posudzovať ako celok, t.j. aj grafické prevedenie, resp. grafickú úpravu označenia, avšak to neznamená, že označenie nemôže byť analyzované po jeho častiach. Je potrebné si uvedomiť, že obrazové označenie „motorsport media“ má byť používané ako ochranná známka, t. z. napríklad na označenie tlačovín a služieb v oblasti tvorby televíznych programov, vydávania textov, reklamy, poskytovania elektronických publikácií zameraných na motoristický šport a s nimi súvisiacich tovarov a služieb, a preto je potrebné zobrať do úvahy to, ako bude prihlásené označenie v spojitosti s týmito tovarmi a službami vnímať spotrebiteľ, ktorému sú určené. Ak má určité označenie slúžiť ako ochranná známka, musí byť toto označenie samo o sebe originálne do takej miery, aby spotrebiteľovi umožnilo rozlíšiť medzi tovarmi alebo službami na trhu. Úrad má za to, že predmetné označenie pozostáva výlučne z opisných údajov, resp. slovných prvkov, ktoré sa na území Slovenskej republiky v spojitosti s prihlásenými tovarmi a službami (napr. na označovanie tlačovín, televíznych programov, elektronických publikácií) bežne používajú a ich význam je pre relevantnú slovenskú spotrebiteľskú verejnosť, ktorou môže byť bežná široká skupina mužskej verejnosti, napríklad muži, ktorí sa zaujímajú o motoristický šport, dostatočne známy. Slovné prvky prihláseného označenia s ohľadom na ich význam nemožno vo vzťahu k prihláseným tovarom a službám považovať za prvky čo i len s minimálnou mierou rozlišovacej spôsobilosti, pretože pokiaľ sa s nimi spotrebiteľ stretne v spojení s predmetnými tovarmi a službami, bude ich jednoznačne vnímať len ako informáciu, že ide o tovary a služby zamerané na oblasť motoristického športu. To znamená, že slovné prvky tvoriace predmetné označenie bude slovenská spotrebiteľská verejnosť vnímať výlučne ako informáciu o zameraní a obsahu prihlásených tovarov a služieb, a nie ako údaj o ich pôvode z hľadiska poskytovateľa.

Úrad ďalej uvádza, že grafická úprava obrazového označenia „motorsport media“ (použitie čiernej farby písma pri slovnom prvku motorsport a bielej farby písma pri slovnom prvku media umiestnenom v červenom štvoruholníku s jedným zaobleným rohom) nezabezpečuje v prihlásenom označení rozlišovaciu spôsobilosť, pretože ide iba o bežný font písma a jednoduchý geometrický útvar, pričom spotrebiteľ na základe takejto úpravy nebude vedieť jednoznačne určiť poskytovateľa tovarov a služieb, t. z. identifikovať pôvod tovarov a služieb. Priemerný spotrebiteľ totiž takúto úpravu písma a použitie jednoduchého grafického prvku nezvykne vnímať ako rozlišujúce prvky, teda identifikátory pôvodu tovarov a služieb a venuje im len minimálnu pozornosť. Úrad má za to, že grafická úprava predmetného označenia nie je postačujúca, resp. nie je jedinečná a fantazijná natoľko, aby prihlásenému označeniu zabezpečila dostatočnú rozlišovaciu spôsobilosť. Celková grafická úprava prihláseného označenia nie je schopná odvrátiť pozornosť spotrebiteľa od opisnej informácie, ktorú nesú slovné prvky. Nie je totiž schopná upútať pozornosť spotrebiteľa v dostatočnej miere a nebude ju vnímať ako údaj o pôvode takto označených tovarov a služieb. Grafická úprava nedodáva opisným slovným prvkom prihláseného označenia rozlišovaciu spôsobilosť, keďže nepredstavuje také dištingtívne prvky, ktoré sú schopné individualizovať pôvod takto označovaných tovarov a služieb. Priemerný spotrebiteľ nebude ani na jej základe schopný odlíšiť tovary a služby prihlasovateľa od tovarov a služieb ostatných poskytovateľov, resp. subjektov.

Úrad taktiež poukazuje na skutočnosť, že rozhodujúce je to, či prihlásené označenie je schopné individualizovať tovary a služby prihlasovateľa od tovarov a služieb iných subjektov, t. j. či spĺňa podmienky zápisnej spôsobilosti podľa § 5 citovaného zákona. Úrad ďalej uvádza, že existencia absolútnych dôvodov zamietnutia stanovených v § 5 ods. 1 písm. b) a c) citovaného zákona musí byť predmetom konkrétneho posúdenia s prihliadnutím na všetky relevantné skutočnosti a okolnosti na jednej strane z hľadiska tovarov a služieb, ktoré sú uvedené v prihláške, a na druhej strane z hľadiska vnímania zainteresovanými kruhmi, ktoré tvoria spotrebiteľia týchto tovarov a služieb. Navyše je potrebné každý z dôvodov zamietnutia uvedený v § 5 ods. 1 citovaného zákona vykladať s ohľadom na všeobecný záujem, ktorý je ich základom, keďže každý z týchto dôvodov je nezávislý od iných a vyžaduje si oddelené skúmanie. Všeobecný záujem zohľadnený pri skúmaní každého z týchto dôvodov zamietnutia totiž môže, dokonca musí, odrážať rozličné úvahy podľa dôvodov predmetného zamietnutia.

Z tohto hľadiska všeobecný záujem vyjadrený v § 5 ods. 1 písm. b) citovaného zákona sleduje potrebu na jednej strane neobmedziť neprímerane dostupnosť označenia, ktorého zápis sa žiada, ostatným hospodárskym subjektom, ktorí ponúkajú výrobky alebo služby porovnateľné s tými, ktorých zápis sa žiada, ako aj na druhej strane zaručiť spotrebiteľovi alebo konečnému používateľovi identifikáciu pôvodu tovarov a služieb uvedených v prihláške ochrannej známky, čo mu umožní bez prípadnej zámieny rozlišovať tieto tovary a služby od tých, ktoré majú iný pôvod. Takáto záruka tvorí totiž základnú funkciu ochrannej známky.

Pokiaľ ide o § 5 ods. 1 písm. c) citovaného zákona, toto ustanovenie sleduje všeobecný záujem, ktorý požaduje, aby označenia nesúce opisné údaje vlastností, zamerania, účelu, obsahu, druhu výrobkov alebo služieb, ktorých zápis sa žiada, mohli byť voľne používané všetkými. Toto ustanovenie teda bráni tomu, aby takéto označenia boli vyhradené jedinému subjektu z dôvodu ich zápisu ako ochranných známk.

Úrad ďalej uvádza, že označeniu, ktoré je nedištingtívne (t.j. bez rozlišovacej spôsobilosti) možno priznať ochranu (v zmysle § 5 ods. 2 citovaného zákona), ak prihlasovateľ preukáže, že toto označenie bolo pred dátumom podania prihlášky v spojitosti s prihlasovateľom, prihlasovanými tovarmi alebo službami a územím Slovenskej republiky používané v takej miere, že si ho spotrebiteľská verejnosť spája práve s prihlasovateľom. Kritériami pre doklady preukazujúce rozlišovaciu spôsobilosť sú najmä:

- relevantná časť verejnosti,
- percentuálny podiel na trhu,
- intenzita používania označenia,
- dĺžka používania označenia,
- množstvo vynaložených investícií na reklamu.

Úrad konštatuje, že prihlasovateľ nijako nepreukázal nadobudnutie rozlišovacej spôsobilosti podľa § 5 ods. 2 citovaného zákona, resp. nepreukázal rozsah, objem a intenzitu používania predmetného označenia, a preto nie je možné dospieť k záveru, že predmetné označenie bolo na trhu používané v takej miere (intenzita a celoplošnosť na území Slovenskej republiky), aby sa v očiach relevantnej spotrebiteľskej verejnosti stalo pre prihlasovateľa príznačným, t. j. aby nadobudlo pre prihlasovateľa rozlišovaciu spôsobilosť.

Čo sa týka zapísaných ochranných známkov, konkrétne POZ 3384-2000 (auto magazín), POZ 3619-97 (auto, motor a šport), POZ 1028-2017 (PRO RACING) a POZ 369-2010 (AUTO žurnál), na ktoré prihlasovateľ poukázal vo svojom vyjadrení, úrad uvádza, že prihlášky ochranných známkov POZ 3384-2000 (auto magazín) a POZ 3619-97 (auto, motor a šport) boli posudzované podľa zákona č. 55/1997 Z. z. o ochranných známkach. Z uvedeného dôvodu prihlasovateľom uvádzané ochranné známky nemôžu slúžiť na zápis prihláseného označenia, pretože úrad posudzuje zápisnú spôsobilosť prihláseného označenia výlučne na základe aktuálne platného zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov. Pokiaľ ide o prihlášku ochrannej známky POZ 3384-2000 (auto magazín), úrad poukazuje na skutočnosť, že aj v tomto prípade úrad namietal zápisnú nespôsobilosť označenia, pričom prihlasovateľ následne preukázal nadobudnutie rozlišovacej spôsobilosti. Rovnako úrad postupoval aj v prihláške ochrannej známky POZ 1028-2017 (PRO RACING). Pri prihláške ochrannej známky POZ 369-2010 (AUTO žurnál) považoval úrad (v čase posudzovania) grafickú úpravu označenia za dostatočnú na zabezpečenie rozlišovacej spôsobilosti.

Úrad však poukazuje na to, že rozhodovacia prax a posudzovanie zápisnej spôsobilosti označení sa od roku 1997 neustále vyvíja, hlavne z dôvodu prijatia nových zákonov a predpisov preberaných a prispôbovaných európskej legislatíve. To znamená, že samotná skutočnosť, že úrad v minulosti zapísal podľa prihlasovateľa označenia podobné prihlásenému označeniu ako ochranné známky do registra ochranných známkov, automaticky neznamená, že úrad je povinný v rovnakej, resp. podobnej veci postupovať rovnako, a to aj s ohľadom na aproximáciu právnych predpisov v oblasti ochranných známkov. Z uvedeného dôvodu prihlasovateľom uvádzané zapísané ochranné známky nemôžu slúžiť na zápis prihláseného označenia.

Úrad ďalej v tejto súvislosti uvádza, že prihlasovateľ síce poukázal na zapísané ochranné známky, ale bez toho, aby uviedol, v čom vidí podobnosť medzi skutkovým stavom v prípade týchto ochranných známkov a skutkovým stavom v prípade prihláseného označenia, a najmä, aké skutočnosti dané tiež v prípade uvedených ochranných známkov, odôvodňujú zápis prihláseného označenia do registra. Konštatoval len, že ak by nemalo byť zapísané prihlásené označenie, nemohli by byť zapísané ani ním uvedené ochranné známky. Úrad má za to, že je povinnosťou prihlasovateľa v prípade, že považuje výsledok prieskumu prihláseného označenia za nesprávny, uviesť argumenty, ktoré považuje za odôvodňujúce jeho presvedčenie. Len poukázanie na iné zapísané ochranné známky bez uvedenia relevantných argumentov smerujúcich k tomu, že prihlásené označenie je schopné plniť napriek skutočnostiam uvedeným vo výsledku prieskumu funkciu ochrannej známky, nemôže viesť k jeho zápisu do registra ochranných známkov. Zároveň je potrebné dodať, že ak sa prihlasovateľ domnieva, že uvedené ochranné známky nemali byť zapísané do registra, nejde o argument svedčiaci v prospech toho, že by prihlásené označenie, napriek tomu, že nespĺňa zákonom stanovené podmienky, malo byť zapísané ako ochranná známka. Takáto skutočnosť by mohla byť dôvodom podania návrhu na vyhlásenie dotknutých ochranných známkov za neplatné, nie však dôvodom na zápis iného, v tomto prípade prihláseného označenia, ktoré nespĺňa predpoklady na zápis do registra ochranných známkov. Na základe vyššie uvedeného úrad považuje poukázanie prihlasovateľa na zapísané ochranné známky za irelevantné.

V tejto súvislosti úrad taktiež uvádza, že poukazovanie na iné prípady, ktoré nie sú objektívne skutkovo zhodné, je bezpredmetné, pretože každé označenie je posudzované zvlášť na základe konkrétnych špecifických podmienok a náležitostí tej ktorej prihlášky ochrannej známky. Vo všeobecnosti platí, že existujúce zápisy ochranných známkov nevedú samy o sebe, ani v spojení so zásadou rovnosti zaobchádzania, k nároku na zápis prihláseného označenia do registra ochranných známkov. Prípadná existencia absolútnych dôvodov zamietnutia prihlasovaného označenia stanovených v § 5 citovaného zákona musí byť predmetom konkrétneho posúdenia s prihliadnutím na všetky relevantné skutočnosti a okolnosti na jednej strane z hľadiska tovarov alebo služieb, ktoré sú uvedené v prihláške, a na druhej strane z hľadiska vnímania daného označenia spotrebiteľmi týchto tovarov a služieb. Z uvedeného dôvodu prihlasovateľom uvádzané zapísané ochranné známky nie je možné porovnávať s prihlasovaným označením „motorsport media“, pretože ide o odlišné označenia.

Vzhľadom na všetky uvedené skutočnosti, ako aj na to, že prihlasovateľ svojou odpoveďou nevyvrátil námietky úradu týkajúce sa zápisnej spôsobilosti predmetného označenia vo vzťahu k prihlasovaným tovarom a službám v triedach 16, 35 a 41 medzinárodného triedenia tovarov a služieb a rovnako nepreukázal, že označenie nadobudlo pred dňom podania prihlášky ochrannej známky na základe jeho používania na území Slovenskej republiky alebo vo vzťahu k územiu Slovenskej republiky rozlišovaciu spôsobilosť k tovarom, pre ktoré je prihlasované v zmysle § 5 ods. 2 citovaného zákona, 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
riadiťka
odboru známk a dizajnov

Doručiť:

JUDr. Igor Demčák, advokát
Justičná 8
080 01 Prešov 1