



Banská Bystrica 20. 10. 2021
POZ 1998-2019/II-90-2021

ROZHODNUTIE

Predseda Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky o rozklade podanom 29. júla 2020 prihlasovateľom ZA ĽUDÍ, Jašíkova 4849/2, 821 03 Bratislava – Ružinov, v konaní zastúpeným spoločnosťou PETKOV & Co, s. r. o., Šoltésovej 14, 811 08 Bratislava – mestská časť Staré Mesto (ďalej „prihlasovateľ“), proti rozhodnutiu Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky zn. POZ 1998-2019/Z-263-2020 z 30. júna 2020 o zamietnutí prihlášky obrazovej ochrannej známky, č. spisu POZ 1998-2019, na návrh ustanovenej odbornej komisie rozhodol takto:

podľa § 59 ods. 2 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov v spojení s § 5 ods. 1 písm. b) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov sa rozklad zamieta a rozhodnutie zn. POZ 1998-2019/Z-263-2020 z 30. júna 2020 **sa potvrdzuje**.

Odôvodnenie:

Prvostupňovým rozhodnutím Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky (ďalej „úrad“) zn. POZ 1998-2019/Z-263-2020 z 30. júna 2020 (ďalej „prvostupňové rozhodnutie“ alebo „napadnuté rozhodnutie“) bola v zmysle § 28 ods. 4 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov (ďalej „zákon o ochranných známkach“) v nadväznosti na § 5 ods. 1 písm. b) predmetného zákona

ZA ĽUDÍ

zamietnutá prihláška obrazovej ochrannej známky „**ZA ĽUDÍ**“, č. spisu POZ 1998-2019 (ďalej „prihlásené označenie“ alebo „prihláška ochrannej známky“), pre všetky nárokované tovary a služby.

Dôvodom napadnutého rozhodnutia bola skutočnosť, že prihlásené označenie nemá vo vzťahu k nárokoványm tovarom a službám v triedach 16, 25, 26, 35, 36, 41, 42 a 45 medzinárodného triedenia tovarov a služieb rozlišovaciu spôsobilosť. Prvostupňový orgán uviedol, že prihlásené označenie je tvorené sloganom, resp. reklamným propagačným heslom, poskytujúcim len všeobecnú informáciu „vyjadrujúcu postoj, alebo stanovisko za, teda v prospech zvýšenej pohody, spokojnosti ľudí“, alebo „zastať sa ľudí, bojovať za ľudí“. Čo sa týka grafickej úpravy prihláseného označenia, prvostupňový orgán konštatoval, že táto pozostáva len zo smerovej tabule modrej farby, na ktorej je nápis „ZA ĽUDÍ“ písaný veľkými písmenami bielej farby, a teda nie je natoľko výnimočná, výrazná či jedinečná, aby dokázala prihlásené označenie individualizovať a odvrátiť tak pozornosť spotrebiteľa od opisnej informácie, ktorú nesú jeho slovné prvky a zabezpečiť mu rozlišovaciu spôsobilosť. V tejto súvislosti poukázal na skutočnosť, že modrá farba, ako aj rôzne grafické úpravy textov, sa bežne a vo veľkej miere používajú v reklame a pri obchodovaní s tovarmi a službami bez toho, aby obsahovali akúkoľvek osobitú správu. Pridanie jednej farby k opisnému slovnému prvku bez rozlišovacej spôsobilosti, či už vo forme pozadia alebo samotným písmenám, nepostačuje na to, aby malo dané označenie rozlišovaciu spôsobilosť. Prihlásené označenie ako celok preto len informuje spotrebiteľa, že prihlásené tovary a služby sú poskytované v prospech zvýšenej pohody a spokojnosti ľudí. Prvostupňový orgán zastal názor, že prihlásené označenie nebude vnímané verejnosťou ako označenie obchodného pôvodu nárokováných tovarov a služieb, pretože neumožní vytvoriť

prepojenie medzi týmito tovarmi a službami a samotným prihlasovateľom, a teda nedokáže naplniť základnú funkciu ochrannej známky, ktorou je rozlišovacia spôsobilosť.

Čo sa týka poukazu prihlasovateľa na ochranné známky č. 210280 „Svet ľudí“, č. 214130 „LUDIA“,



č. 225932 „OBYČAJNÍ LUDIA“, č. 226264 „LUDIA A ZEM“, č. 220264 „**LUDIA**“, ako aj na ochranné známky EÚ č. 192344 „UP WITH PEOPLE“, č. 695197 „PEOPLE“ a č. 9709262 „By people For people“, ktoré aj napriek tomu, že obsahujú slovný prvok „ľudia“, boli zapísané ako ochranné známky do registra, prvostupňový orgán uviedol, že skutkové okolnosti týchto prípadov sú v porovnaní s preskúmaným prípadom odlišné, keďže predmetné ochranné známky okrem slovného prvku „ľudia“ obsahujú aj ďalšie slovné prvky a sú zapísané pre iné tovary a služby.

Pokiaľ ide o tvrdenie prihlasovateľa, ktoré podľa neho vyplýva z rozsudku Všeobecného súdu zo 4. júna 2015 vo veci T-222/14, že prípadný propagačný význam obsiahnutý v prihlásenom označení nevylučuje, že prihlásené označenie sa vo vedomí spotrebiteľa stane indikátorom pôvodu tovarov alebo služieb, prvostupňový orgán poukázal na rozhodnutie Súdneho dvora EÚ vo veci C 311/11 P z 12. júla 2012, podľa ktorého „*ochrannú známku, ktorá je tvorená reklamným sloganom, je potrebné považovať za ochrannú známku bez rozlišovacej spôsobilosti, pokiaľ ju príslušná skupina verejnosti môže vnímať iba ako reklamný slogan. Takejto ochrannej známke je však potrebné priznať rozlišovaciu spôsobilosť, pokiaľ ju nad rámec svojej propagačnej funkcie príslušná skupina verejnosti môže vnímať bez ďalšieho ako údaj o obchodnom pôvode dotknutých tovarov a služieb*“. V tejto súvislosti prvostupňový orgán konštatoval, že stručnosť a znenie sloganu tvoriaceho prihlásené označenie nezavádza slovnú hračku ani prvok koncepčného napätia či prekvapenia, ktoré by mu mohlo v očiach príslušnej skupine verejnosti priznať rozlišovaciu spôsobilosť. Zároveň zdôraznil, že charakter prihláseného označenia nemá osobitnú originalitu ako údaj o pôvode tovarov a služieb a u príslušnej skupiny verejnosti nevyvolá rozpoznávací proces ich zdroja, ale prihlásené označenie bude vnímané len ako reklamný oznam, že nárokované tovary a služby sú „za, teda v prospech zvýšenej pohody, spokojnosti ľudí“.

Vydaniu prvostupňového rozhodnutia, ako vyplýva z obsahu spisu predchádzala správa úradu z 20. novembra 2019, ktorou bol prihlasovateľ oboznámený s výsledkom prieskumu zápisnej spôsobilosti prihláseného označenia a zároveň mu bola stanovená lehota na vyjadrenie. Prihlasovateľ vo svojej odpovedi doručenej úradu 27. januára 2020 vyjadril nesúhlas s výsledkom vykonaného prieskumu zápisnej spôsobilosti prihláseného označenia, avšak podľa názoru prvostupňového orgánu svojimi argumentmi nevyvrátil skutočnosti uvedené v predmetnej správe úradu, a preto bolo pristúpené k vydaniu napadnutého rozhodnutia.

Proti tomuto rozhodnutiu podal prihlasovateľ (v súčasnom postavení podávateľa rozkladu) v zákonom stanovenej lehote rozklad, v ktorého odôvodnení nesúhlasil so zamietnutím prihlášky ochrannej známky.

Prihlasovateľ vyjadril presvedčenie, že prihlásené označenie má rozlišovaciu spôsobilosť, a preto napadnuté rozhodnutie je podľa neho nesprávne a vo svojich dôsledkoch spôsobilé poškodiť prihlasovateľa.

Prihlasovateľ sa nestotožnil s konštatovaním prvostupňového orgánu, že prihlásené označenie predstavuje slogan, reklamné propagačné heslo, ktoré plní inú funkciu ako ochranná známka. V tejto súvislosti pripustil, že v niektorých prípadoch je náročné určiť hranicu medzi sloganom a ochrannou známkou, ale v prípade prihláseného označenia tomu tak podľa jeho názoru nie je. Uviedol, že už samotné označenie „ZA LUDÍ“, ktoré zároveň predstavuje názov politického subjektu, nie je štandardné ani bežné, a práve v tom spočíva jeho jedinečnosť. Zároveň zastal názor, že neobvyklosť prihláseného označenia spočíva práve v jeho formulácii, ktorá sa pre označovanie tovarov a služieb bežne nepoužíva, keďže začína nezvyklou predložkou „ZA“. V tejto súvislosti prihlasovateľ doplnil, že aktuálne na Slovensku žiadna z registrovaných politických strán a hnutí nemá názov začínajúci predložkou, ale prevažne ide o názvy v znení začínajúcom podstatnými menami „strana“, „hnutie“, „aliancia“ a pod., prípadne prídavnými menami, napr. „OBYČAJNÍ LUDIA“ alebo inak. Zároveň poznamenal, že v prípade označenia „ZA LUDÍ“ ide o slovnú hračku, keďže ide o označenie, ktoré je možné používať ako predložku a podstatné meno spojené do jedného slova, a to aj v rozličných tvaroch (napr. vo forme „ZALUDIA“).

Ďalej prihlasovateľ poukázal na to, že vzhľadom na skutočnosť, že ide o politickú stranu, v centre záujmu sú služby nárokované v triede 45 medzinárodného triedenia tovarov a služieb, konkrétne služby „činnosť

politických strán spočívajúca v zastupovaní záujmov občanov predovšetkým pred verejnými alebo štátnymi orgánmi a inštitúciami (právne služby); služby v oblasti politického lobizmu; poskytovanie informácií v problematikách týkajúcich sa ľudských práv; právny výskum; právne poradenstvo; lobistické služby, na iné než na komerčné účely“. Čo sa týka ostatných nárokovateľných tovarov a služieb, ide o tzv. podružné tovary a služby, ktoré dopĺňajú komplexnú škálu poskytovaných tovarov a služieb.

S ohľadom na uvedené je podľa prihlasovateľa zrejmé, že v prípade prihláseného označenia nemožno vyvodiť jednoznačný záver, že ide o slogan. Zároveň je potrebné poukázať na skutočnosť, že aj z rozhodovacej praxe Súdneho dvora EÚ vyplýva, že na slogany nemožno aplikovať prísnejšie kritériá, ako na iné ochranné známky (KOUKAL, P. a kol., Zákon o ochranných známkach – Komentár, Praha: Wolters Kluwer, 2017, s. 34).

Čo sa týka posudzovania rozlišovacej spôsobilosti, prihlasovateľ zastal názor, že prihlásené označenie je čo do formy aj obsahu dostatočne originálne a v príslušnej časti slovenskej verejnosti dostatočne garantuje obchodný pôvod ním označených tovarov a služieb. Prihlásené označenie má schopnosť individualizovať tovary a služby ním označené a spotrebitelia sú jednoznačne schopní na jeho základe priradiť k takto označovaným tovarom a službám svoje preferencie a spotrebiteľské skúsenosti. V tejto súvislosti prihlasovateľ doplnil, že aj v odbornej literatúre sa uvádza, že nie všetkým označeniam, ktoré nie sú fantazijné alebo nie sú používané bez súvislosti s druhom výrobku, nevyhnutne chýba rozlišovacia spôsobilosť (HORÁČEK, R. a kol., Práva k průmyslovému vlastníctví, Praha: C. H. Beck, 2011, s. 365).

Prihlasovateľ pripomenul, že rozlišovacia spôsobilosť ochrannej známky závisí od jej celkového vnímania príslušnou skupinou verejnosti. Otázkou, kadiaľ presne má ísť hranica medzi označením bez rozlišovacej spôsobilosti a označením s rozlišovacou spôsobilosťou, je podľa prihlasovateľa potrebné zodpovedať v každom prípade individuálne, a to s ohľadom na pravidlo, že aj nízky (minimálny) stupeň rozlišovacej spôsobilosti postačuje, aby bolo označenie schopné spotrebiteľovi identifikovať pôvod tovarov alebo služieb, pre ktoré sa požaduje ochrana (MARUNIAKOVÁ I. a kol., Komentár k zákonu o ochranných známkach, ÚPV SR, 2012, s. 78). Aby bola splnená podmienka minimálneho stupňa rozlišovacej spôsobilosti, postačuje, aby sa označenie javilo a priori schopné rozlíšiť v očiach cieľových spotrebiteľov pôvod tovarov a služieb prihlasovateľa a odlíšiť ich od tovarov a služieb iných podnikov bez toho, aby toto označenie muselo mať osobitný význam. Rozlišovaciu spôsobilosť pritom môže mať úplne ľubovoľné označenie (rozsudok Všeobecného súdu zo 7. februára 2002 vo veci T-88/00, Mag Instrument proti Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo).

Ďalej prihlasovateľ zdôraznil, že úlohou úradu nie je rozširujúco uplatňovať zápisnú výluky v zmysle § 5 ods. 1 písm. b) zákona o ochranných známkach aj na také označenia, ktoré majú len minimálnu rozlišovaciu spôsobilosť. Zastal názor, že ak má prihlasovateľ záujem známkovo si chrániť svoje označenie, ktoré však má veľmi nízku, resp. minimálnu rozlišovaciu spôsobilosť, aj zapísaná ochranná známka bude tzv. „slabá“. Inými slovami, prihlasovateľ, ktorý si prihlási na zápis do registra ochranných známk „slabé“ označenie, bude mať po jeho zápise „slabú“ známkovú ochranu (KLINKA, T., rozsudok v známkovom spore „POCTIVÁ“ je príkladom „nepoctivej“ práce súdu., Lexforum.sk, 19. júna 2020). Prihlasovateľ uviedol, že dôrazne odmieta, aby úrad zamietal prihlášky ochranných známk „preventívne“, teda bez toho, aby boli splnené zákonné podmienky s cieľom zapisovať len „silnejšie“ ochranné známky.

Následne prihlasovateľ poukázal na skutočnosť, že na určenie toho, či prihlásené označenie zaručuje spotrebiteľovi alebo konečnému užívateľovi totožnosť pôvodu ním označených tovarov alebo služieb tým, že mu umožní bez akejkoľvek možnosti zámény odlíšiť ich od tých, ktoré majú odlišný pôvod, je vhodné zobrať do úvahy uhol pohľadu príslušnej skupiny verejnosti (rozsudok Súdneho dvora EÚ z 15. septembra 2005 vo veci C-37/03, BioID AG proti Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo). V prípade prihláseného označenia podľa prihlasovateľa ide o skupinu spotrebiteľov voliacich si zo spektra politických strán a hnutí. Tí sa prvotne stretávajú s označením „ZA LUDÍ“ v rámci predvolebnej kampane a následne počas celého volebného obdobia aktívnej činnosti politickej strany. V prípade prvotného záujmu sa bude spotrebiteľ informovať na webovej stránke www.za-ludi.sk, kde je označenie „ZA LUDÍ“ súčasťou príslušnej domény, resp. kľúčového slova domény a zobrazuje sa na uvedených stránkach. V rámci predvolebnej kampane sa označenie používa najmä na rozličných propagačných materiáloch, tlačovinách a iných zdrojoch, v politických a politologických analýzach, v predvolebných prieskumoch, počas rôznych kultúrnych, spoločenských a iných akcií, je tiež používané v médiách aj na sociálnych sieťach. Na základe uvedeného je podľa prihlasovateľa zrejmé, že spotrebiteľ sa stretáva s prihláseným označením jednak pri samotnom využití označovaných tovarov a služieb, a tiež predtým, t. j. v čase, kedy sa rozhoduje, či vôbec

ponúkané tovary a služby využije. Už vtedy si potenciálny spotrebiteľ vytvára v mysli a pamäti spojenie medzi:

- označením, ktoré videl na webovej stránke a ktoré tvorí príslušnú doménu,
- označením, ktoré videl pri samotnom využití tovarov a služieb,
- samotnými tovarmi a službami, pre ktoré je toto označenie nárokované,
- poskytovateľom týchto tovarov a služieb, ktorého názov je zhodný s prihláseným označením.

Prihlasovateľ tiež doplnil, že nárokované tovary a služby nepredstavujú tovary a služby bežnej spotreby, pretože ich využitie priamo súvisí s realizáciou volieb do Národnej rady Slovenskej republiky a volieb do orgánov samospráv. V takomto prípade pôsobenie označenia na vedomie spotrebiteľa, nech je akokoľvek odvodené od bežného výrazu, môže byť v spojení s konkrétnymi tovarmi či službami častokrát účinnejšie ako fantazijné označenia (rozhodnutie Úradu priemyselného vlastníctva Českej republiky č. O-155197).

Záver prvostupňového orgánu, že prihlásené označenie nemá rozlišovaciu spôsobilosť, je podľa prihlasovateľa v rozpore s rozhodovacou praxou Súdneho dvora EÚ, podľa ktorej samotná skutočnosť, že ochranná známka je vnímaná dotknutou verejnosťou ako reklamný slogan a so zreteľom na jej propagačnú povahu ju môžu v zásade použiť iné podniky, nie je sama osebe dostatočná na rozhodnutie, že táto ochranná známka nemá rozlišovaciu spôsobilosť. Taká ochranná známka môže byť vnímaná dotknutou verejnosťou ako reklamný slogan a označenie obchodného pôvodu tovarov alebo služieb (rozsudok Súdneho dvora EÚ z 21. januára 2010 vo veci C-398/08P, Audi AG proti Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo). S ohľadom na uvedené je podľa prihlasovateľa zrejmé, že pokiaľ je ochranná známka vnímaná verejnosťou ako označenie obchodného pôvodu takto označených tovarov a služieb, skutočnosť, že je súčasne a dokonca v prvom rade, chápaná ako reklamný slogan, nemá vplyv na jej rozlišovaciu spôsobilosť. Zo spomenutého rozsudku podľa prihlasovateľa tiež vyplýva, že aj keď označenie vyjadruje len určitý objektívny odkaz, hoci aj jednoduchý, môže spotrebiteľa informovať o pôvode dotknutých tovarov a služieb. Postačí aj to, ak napríklad označenie spustí rozpoznávací proces medzi dotknutou verejnosťou (bod 57 citovaného rozsudku).

S ohľadom na uvedené prihlasovateľ navrhol, aby prvostupňový orgán v rámci autoremedúry sám rozkladu vyhovel a svoje rozhodnutie zrušil, ak tak neurobí navrhovateľ, aby po postúpení spisu orgánu rozhodujúcemu o rozklade tento napadnuté rozhodnutie zrušil.

Rozhodnutie orgánu rozhodujúceho o rozklade sa opiera o nasledujúce skutočnosti a dôvody:

Orgán rozhodujúci o rozklade príslušný na konanie v zmysle § 61 ods. 2 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní (správny poriadok) v znení neskorších predpisov, s ohľadom na § 40 ods. 2 zákona o ochranných známkach preskúmal napadnuté rozhodnutie, ako aj zákonnosť vedeného správneho konania, ktoré mu predchádzalo, a posúdil dôvody uvádzané účastníkom konania.

Podľa § 51 ods. 5 zákona o ochranných známkach na konanie pred úradom podľa tohto zákona sa vzťahuje všeobecný predpis o správnom konaní okrem § 19, § 28, § 29, § 30 ods. 1 písm. b) a d), § 32 až 34, § 39, § 49, § 50, § 59 ods. 1 a § 60.

Podľa § 52 ods. 3 zákona o ochranných známkach úrad rozhoduje na základe odôvodnenia podania a dôkazov, ktoré boli účastníkmi konania predložené.

Podľa § 40 ods. 1 zákona o ochranných známkach, ak tento zákon neustanovuje inak, proti rozhodnutiu úradu možno podať rozklad v lehote do 30 dní odo dňa doručenia rozhodnutia; včas podaný rozklad má odkladný účinok.

Podľa § 40 ods. 2 zákona o ochranných známkach pri rozhodovaní o rozklade je úrad viazaný jeho rozsahom; to neplatí a) vo veciach, v ktorých možno začať konanie z vlastného podnetu, b) vo veciach spoločných práv alebo povinností týkajúcich sa viacerých účastníkov konania na jednej strane.

Podľa § 28 ods. 4 zákona o ochranných známkach ak označenie nie je spôsobilé na zápis podľa § 5, úrad prihlášku zamietne. Pred rozhodnutím o zamietnutí prihlášky úrad musí umožniť prihlasovateľovi vyjadriť sa k dôvodom, na ktorých základe sa má prihláška zamietnuť.

Podľa § 5 ods. 1 písm. b) zákona o ochranných známkach do registra sa nezapíše označenie, ak nemá rozlišovaciu spôsobilosť.

Prihláška obrazovej ochrannej známky, č. spisu POZ 1998-2019, bola podaná 12. septembra 2019 prihlasovateľom ZA ĽUDÍ, Jašíkova 4849/2, 821 03 Bratislava – Ružinov, pre tovary „tlačoviny; plagáty; knihy; tlačené prednášky; reklamné tabule vyrobené z papiera alebo lepenky“ v triede 16, „odevy“ v triede 25, „odznaky na odevy, nie z drahých kovov“ v triede 26, služby „poskytovanie informácií v oblasti obchodu a marketingu; marketingový prieskum; konzultačné služby v oblasti vyhľadávania sponzorov; reklama; marketing; podpora (predaja pre tretie osoby); rozširovanie reklamných a propagačných materiálov; inzercia; služby sprostredkovania stáží; sprostredkovateľské služby v oblasti reklamy; písanie reklamných textov; vzťahy s verejnosťou; prieskum trhu; prieskum verejnej mienky; štúdie v oblasti vzťahov s verejnosťou; hospodárske (ekonomické) predpovede a analýzy; analýzy nákladov; prehľad tlače (výstrižkové služby); zbieranie údajov do počítačových databáz; odborné obchodné poradenstvo“ v triede 35, „kapitálové investície“ v triede 36, „vzdelávanie; zábava; športová činnosť; vydávanie publikácií; tvorba vzdelávacích televíznych programov; tvorba filmov na vzdelávacie účely; zaznamenávanie a produkcia zvukových záznamov; zaznamenávanie a produkcia videozáznamov; výchovné a vzdelávacie služby; vydávanie periodických a neperiodických publikácií s výnimkou reklamných textov; organizovanie kultúrnych a umeleckých podujatí; reportárske služby; organizovanie a vedenie seminárov; organizovanie a vedenie školení; organizovanie a vedenie konferencií; organizovanie a vedenie kongresov; výskum v oblasti vzdelávania; činnosť politických strán spočívajúca vo vzdelávaní organizovanie kultúrnych a vzdelávacích výstav a súťaží; organizovanie živých vystúpení“ v triede 41, „spoločenské, politické alebo politologické analýzy a predpovede; služby v oblasti výskumu a vývoja“ v triede 42 a „činnosť politických strán spočívajúca v zastupovaní záujmov občanov predovšetkým pred verejnými alebo štátnymi orgánmi a inštitúciami (právne služby); služby v oblasti politického lobizmu; poskytovanie informácií v problematikách týkajúcich sa ľudských práv; právny výskum; právne poradenstvo; lobistické služby, na iné než na komerčné účely“ v triede 45 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Vyjadrenie prihláseného označenia:



Z podaného rozkladu vyplynulo, že prihlasovateľ nesúhlasil so záverom prvostupňového orgánu o zamietnutí prihlášky ochrannej známky, pričom spochybnil konštatovanie naplnenia zápisnej výluky v zmysle § 5 ods. 1 písm. b) zákona o ochranných známkach.

Pred samotným preskúmaním dôvodov, ktoré viedli k vydaniu napadnutého rozhodnutia, poukazuje orgán rozhodujúci o rozklade na základné zásady a princípy známkového práva a na význam a zmysel ochranných známk. V intenciách ustanovenia § 2 zákona o ochranných známkach možno za ochrannú známku uznať akékoľvek označenie, ktoré tvoria najmä slová vrátane osobných mien, kresby, písmená, číslice, tvar tovaru alebo tvar obalu tovaru alebo zvuky, ak toto označenie je spôsobilé rozlíšiť tovary alebo služby jednej osoby od tovarov alebo služieb inej osoby, t. j. označenie, ktoré má rozlišovaciu spôsobilosť a zároveň je vyjadrené v registri úradu spôsobom, ktorý príslušným orgánom a verejnosti umožňuje jasne a presne určiť predmet ochrany poskytnutej majiteľovi ochrannej známky. Uvedená možnosť a schopnosť identifikácie obchodného pôvodu tovaru a služby (s cieľom umožniť spotrebiteľovi, ktorý nadobudne tovar alebo službu, ktoré ochranná známka označuje, vykonať neskôr ten istý výber, ak sa skúsenosť ukáže byť pozitívnou, alebo vykonať iný výber, ak sa ukáže byť negatívnou) je vyjadrením základnej funkcie ochrannej známky.

Pri skúmaní zápisnej spôsobilosti označenia (s ohľadom na uvedenú základnú funkciu ochrannej známky) je potrebné posúdiť, či je označenie spôsobilé odlišiť tovary a služby jednej osoby od tovarov a služieb inej osoby (tzv. vnútorná rozlišovacia spôsobilosť), pričom je nutné vziať 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. Na to, aby označenie malo rozlišovaciu spôsobilosť a nebola uplatnená zápisná výluka 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. S ohľadom na uvedené skutočnosti možno uzavrieť, že označenie má rozlišovaciu spôsobilosť pre konkrétne tovary a služby, ak spotrebiteľ je alebo bude podľa neho schopný odlišiť tovary a služby pochádzajúce z určitého obchodného zdroja (tovary a služby jednej osoby od tovarov a služieb inej osoby).

Pokiaľ ide o vecné dôvody, ktoré viedli k vydaniu prvostupňového rozhodnutia, orgán rozhodujúci o rozklade konštatuje, že prihlásené označenie je tvorené slovným spojením „ZA ĽUDÍ“. Ide o spojenie predložky „za“, ktorá sa okrem iného používa na vyjadrenie „prospechu, účelu“ [(bojovať za zvýšenie miezd, angažovať sa za dobrú vec); Krátky slovník slovenského jazyka, 4. doplnené a upravené vydanie, kolektív autorov, vydavateľstvo VEDA, 2003] a podstatného mena „ľudia“ v príslušnom páde. S ohľadom na uvedené orgán rozhodujúci o rozklade konštatuje, že prihlásené označenie bude spotrebiteľ vnímať ako „vyjadrenie postoja alebo stanoviska za ľudí, teda v prospech ľudí“.

Orgán rozhodujúci o rozklade považuje za potrebné doplniť, že v oblasti politiky, resp. politických strán sa politické strany uchádzajú o priazeň svojich voličov tak, že používajú rôzne slogany a propagačné heslá s cieľom presvedčiť občana ako potencionálneho voliča, že práve ich politická strana je schopná zabezpečiť dodržiavanie základných zásad fungovania spoločnosti, potreby, prosperitu či spokojnosť občanov. Spotrebiteľská verejnosť je bežne konfrontovaná s heslami ako napríklad „Za národ“, „Za vlasť“, „Za spravodlivosť“ a pod.

Čo sa týka grafickej úpravy prihláseného označenia, orgán rozhodujúci o rozklade uvádza, že na to, aby označenie prihlásené na zápis do registra bolo spôsobilé byť zapísané ako ochranná známka práve vďaka použitej grafickej úprave, táto musí byť dostatočne osobitá na odpútanie pozornosti spotrebiteľa od opisného významu slovných prvkov tvoriacich prihlásené označenie. Orgán rozhodujúci o rozklade zastáva názor, že grafická úprava prihláseného označenia (vyobrazenie smerovej tabule modrej farby, na ktorej je nápis „ZA ĽUDÍ“, písaný veľkými písmenami bielej farby) nie je dostatočná na to, aby prihlásenému označeniu zabezpečila rozlišovaciu spôsobilosť. Priemerný spotrebiteľ totiž písmo a ani podklady nápisov v tvare jednoduchých geometrických tvarov obvykle nevníma ako rozlišujúci prvok, teda identifikátor pôvodu tovarov a služieb a venuje im len minimálnu pozornosť. V prípade prihláseného označenia ide pritom o úpravu písma, ktorá sa nijako podstatne neodlišuje od bežne používaných úprav a ktorá nijako špeciálne neupúta pozornosť spotrebiteľa. Takisto kombinácie farieb a písom majú z pohľadu spotrebiteľa obvykle len dekoratívny účel. Orgán rozhodujúci o rozklade preto v zhode s prvostupňovým orgánom zastáva názor, že ani kombinácia všetkých prvkov, ktorými je prihlásené označenie tvorené, nie je schopná odvrátiť pozornosť spotrebiteľa od opisnej informácie, ktorú nesú jeho slovné prvky a zabezpečiť tak prihlásenému označeniu rozlišovaciu spôsobilosť.

Vychádzajúc z uvedených skutočností je zrejmé, že prihlásené označenie vo vzťahu k nárokovým službám „*spoločenské, politické alebo politologické analýzy a predpovede; služby v oblasti výskumu a vývoja*“ v triede 42 a „*činnosť politických strán spočívajúca v zastupovaní záujmov občanov predovšetkým pred verejnými alebo štátnymi orgánmi a inštitúciami (právne služby); služby v oblasti politického lobizmu; poskytovanie informácií v problematikách týkajúcich sa ľudských práv; právny výskum; právne poradenstvo; lobistické služby, na iné než na komerčné účely*“ v triede 45 medzinárodného triedenia tovarov a služieb, bude relevantná verejnosť, ktorú v predmetnom prípade predstavuje široká verejnosť zaujímajúca sa o politické dianie a zároveň reprezentujúca potencionálnych voličov politických strán, okamžite a bez ďalšieho uvažovania vnímať len ako vyjadrenie posolstva či propagačný slogan, resp. propagačné (volebné) heslo, ktorého cieľom je deklarováť, že príslušná politická strana „sa zastane ľudí, bojuje za ľudí“. Na základe uvedeného je podľa orgánu rozhodujúceho o rozklade zrejmé, že relevantní spotrebiteľia nebudú mať tendenciu vnímať prihlásené označenie ako označenie obchodného pôvodu uvedených služieb, ale pochopia ho iba ako slogan, propagačné (volebné) heslo či vyjadrenie určitého posolstva v tom zmysle, že sú určené, resp. poskytované v prospech zvýšenej pohody a spokojnosti ľudí.

Čo sa týka nárokováných tovarov „*tlačoviny; plagáty; knihy; tlačené prednášky; reklamné tabule vyrobené z papiera alebo lepenky*“ v triede 16, „*odevy*“ v triede 25 a „*odznaky na odevy, nie z drahých kovov*“ v triede 26, ako aj nárokováných služieb „*poskytovanie informácií v oblasti obchodu a marketingu; marketingový prieskum; konzultačné služby v oblasti vyhľadávania sponzorov; reklama; marketing; podpora (predaja pre tretie osoby); rozširovanie reklamných a propagačných materiálov; inzercia; služby sprostredkovania stáží; sprostredkovateľské služby v oblasti reklamy; písanie reklamných textov; vzťahy s verejnosťou; prieskum trhu; prieskum verejnej mienky; štúdie v oblasti vzťahov s verejnosťou; hospodárske (ekonomické) predpovede a analýzy; analýzy nákladov; prehľad tlače (výstrižkové služby); zbieranie údajov*“

do počítačových databáz; odborné obchodné poradenstvo“ v triede 35, „kapitálové investície“ v triede 36 a „vzdelávanie; zábava; športová činnosť; vydávanie publikácií; tvorba vzdelávacích televíznych programov; tvorba filmov na vzdelávacie účely; zaznamenávanie a produkcia zvukových záznamov; zaznamenávanie a produkcia videozáznamov; výchovné a vzdelávacie služby; vydávanie periodických a neperiodických publikácií s výnimkou reklamných textov; organizovanie kultúrnych a umeleckých podujatí; reportérske služby; organizovanie a vedenie seminárov; organizovanie a vedenie školení; organizovanie a vedenie konferencií; organizovanie a vedenie kongresov; výskum v oblasti vzdelávania; činnosť politických strán spočívajúca vo vzdelávaní organizovanie kultúrnych a vzdelávacích výstav a súťaží; organizovanie živých vystúpení“ v triede 41 medzinárodného triedenia tovarov a služieb, orgán rozhodujúci o rozklade zastáva názor, že predmetné tovary a služby úzko súvisia s činnosťou politických strán, a preto ani vo vzťahu k týmto nebude spotrebiteľ prihlásené označenie vnímať ako označenie ich obchodného pôvodu, ale tiež len ako slogan, propagačné (volebné) heslo, ktoré vyjadruje určité poslanstvo či myšlienku, teda ako všeobecné označenie bez rozlišovacej spôsobilosti.

Pokiaľ ide o posudzovanie rozlišovacej spôsobilosti sloganov, resp. propagačných hesiel, je potrebné zdôrazniť, že tieto majú rozlišovaciu spôsobilosť vtedy, keď je možné vnímať ich ako čosi viac ako len obyčajnú reklamnú, propagačnú správu s pozitívnou konotáciou, pretože buď predstavujú slovnú hračku alebo prinášajú prvky významového prekvapenia, vďaka čomu pôsobia nápadito, prekvapujúco či nečakane, alebo sú istým spôsobom originálne alebo zvučné alebo v mysliach príslušnej skupiny verejnosti spúšťajú kognitívny proces alebo si vyžadujú použitie interpretačných schopností. V posudzovanom prípade podľa názoru orgánu rozhodujúceho o rozklade nie je naplnená ani jedna z uvedených požiadaviek. Prihlásené označenie nemá žiadne zvláštne prvky, jeho odkaz pre spotrebiteľa je prostý, priamy a jednoznačný – vyjadrenie myšlienky či poslanstva, pričom v oblasti činnosti politických strán sú spotrebiteľia zvyknutí stretnúť sa s takýmto typom označení. Ide o jednoduché vyjadrenie myšlienky či poslanstva, ktoré je možné priradiť akémukoľvek poskytovateľovi tovarov a služieb v rámci segmentu politických strán, pričom prirodzeným dôsledkom je to, že prihlásené označenie nebude chápané ako odkaz na pôvod týchto tovarov a služieb. Prihlásené označenie sa tak nemôže stať predmetom výhradného práva jedného subjektu, t. j. len prihlasovateľa.

Berúc do úvahy uvedené orgán rozhodujúci o rozklade konštatuje, že prihlásené označenie vo vzťahu ku všetkým nárokovaným tovarom a službám predstavuje označenie všeobecného charakteru, na základe ktorého spotrebiteľ nedokáže takto označené tovary a služby prihlasovateľa odlišiť od tovarov a služieb iných subjektov. Inak povedané, prihlásené označenie vo vzťahu k nárokovaným tovarom a službám nie je ničím originálne a spotrebiteľ ho nebude vnímať ako označenie obchodného zdroja alebo pôvodu, ale len ako všeobecné označenie bez rozlišovacej spôsobilosti. Na základe uvedeného je v predmetnom prípade dôvodné konštatovať naplnenie zápisnej výluky v zmysle § 5 ods. 1 písm. b) zákona o ochranných známkach.

Orgán rozhodujúci o rozklade považuje za potrebné vyjadriť sa k argumentácii prihlasovateľa, ktorú uviedol na podporu svojho tvrdenia o rozlišovacej spôsobilosti prihláseného označenia. Orgán rozhodujúci o rozklade nezdieľa názor prihlasovateľa o jedinečnosti a výnimočnosti prihláseného označenia vďaka tomu, že začína podľa neho neobvyklou predložkou „za“ a že aktuálne na Slovensku žiadna z registrovaných politických strán a hnutí nemá názov začínajúci predložkou. K uvedenému je potrebné konštatovať, že predmetná predložka má v slovenčine zrejmy význam a je bežne používaná v písomnej či ústnej komunikácii

aj v spojení „za niekoho“ tak, ako je tomu v prihlásenom označení „**ZA ĽUDÍ**“, a preto prihlásené označenie ako celok nemožno považovať za neobvyklé. Zároveň je potrebné pripomenúť, že posúdenie rozlišovacej spôsobilosti označenia je potrebné vykonať s ohľadom na označenie ako celok, pričom nie je správne obmedziť ho na jednotlivé prvky označenia, ako sa o to pokúsil prihlasovateľ.


V súvislosti s konštatovaním prihlasovateľa, že v prípade prihláseného označenia ide o slovnú hračku, keďže označenie je možné používať ako predložku a podstatné meno spojené do jedného slova, a to aj v rozličných tvaroch (napr. vo forme „ZAEUDIA“), orgán rozhodujúci o rozklade uvádza nasledujúce. Posúdenie rozlišovacej spôsobilosti prihláseného označenia je potrebné vykonať s ohľadom na jeho podobu ako bolo

prihlásené na zápis do registra ochranných známk, t. j. ako obrazové označenie „**ZA ĽUDÍ**“ a nie „ZAEUDIA“, ako to uviedol prihlasovateľ.

Pokiaľ ide o argument prihlasovateľa vyplývajúci z rozsudku Súdneho dvora EÚ z 15. septembra 2005 vo veci C-37/03, podľa ktorého na určenie toho, či prihlásené označenie zaručuje spotrebiteľovi alebo

konečnému užívateľovi totožnosť pôvodu tovarov alebo služieb ním označených, je vhodné zobrať do úvahy uhol pohľadu príslušnej skupiny verejnosti, orgán rozhodujúci o rozklade s týmto súhlasí. V tejto súvislosti však zároveň poukazuje na to, že z odôvodnenia konštatovanej zápisnej výluky vo vzťahu k nárokoványm tovarom a službám je zrejmé, že v posudzovanom prípade bolo posúdenie zápisnej spôsobilosti vykonané s ohľadom na relevantnú spotrebiteľskú verejnosť, ktorú v predmetnom prípade predstavuje široká spotrebiteľská verejnosť. Čo sa týka tvrdenia prihlasovateľa, že relevantní spotrebiteľia, skupina spotrebiteľov voliacich si zo spektra politických strán a hnutí, sa s prihláseným označením stretávajú v rámci predvolebnej kampane a následne počas celého volebného obdobia aktívnej činnosti politickej strany, orgán rozhodujúci o rozklade uvádza nasledujúce. V prípade, ak označenie prihlásené na zápis do registra ochranných známk ako také nemá rozlišovaciu spôsobilosť, teda sú naplnené zápisné výluky v zmysle § 5 ods. 1 písm. b) až d) zákona o ochranných známkach, z ustanovenia § 5 ods. 2 zákona o ochranných známkach vyplýva možnosť prekonania uvedených zápisných prekážok. Požiadavkou pre úspešné uplatnenie predmetného ustanovenia je preukázanie nadobudnutia rozlišovacej spôsobilosti označenia na základe jeho používania vo vzťahu k tovarom a službám, pre ktoré je označenie nárokované, a to pred dňom podania prihlášky ochrannej známky. Len na základe samotného tvrdenia prihlasovateľa, že spotrebiteľia sa stretávajú s prihláseným označením, bez predloženia relevantných dôkazov, nemožno mať prekonanie konštatovaných zápisných výluk za preukázané.

Orgán rozhodujúci o rozklade nesúhlasí s tvrdením prihlasovateľa, že záver prvostupňového orgánu o tom, že prihlásené označenie nemá rozlišovaciu spôsobilosť, je v rozpore s rozhodovacou praxou Súdneho dvora EÚ, konkrétne s rozsudkom Súdneho dvora EÚ z 21. januára 2010 vo veci C-398/08P, Audi AG proti Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo, podľa ktorého pokiaľ je ochranná známka vnímaná verejnosťou ako označenie pôvodu, skutočnosť, že je súčasne chápaná ako reklamný slogan, nemá vplyv na jej rozlišovaciu spôsobilosť. V tejto súvislosti je potrebné uviesť, že uvedené nie je prípad prihláseného označenia, keďže ako vyplýva z odôvodnenia jeho zápisnej nespôsobilosti, toto spotrebiteľ nebude vnímať ako označenie obchodného pôvodu, ale len ako slogan, resp. propagačné heslo, ktoré vyjadruje určité poslanstvo či myšlienku, teda ako všeobecné označenie bez rozlišovacej spôsobilosti.

S prihliadnutím na všetky uvedené skutočnosti orgán rozhodujúci o rozklade konštatuje, že prvostupňový orgán rozhodol správne, keď prihlášku obrazovej ochrannej známky „“, č. spisu POZ 1998-2019, zamietol, pretože prihlásené označenie vo vzťahu k nárokoványm tovarom a službám v triedach 16, 25, 26, 35, 36, 41, 42 a 45 medzinárodného triedenia tovarov a služieb predstavuje označenie bez rozlišovacej spôsobilosti, čím naplňa zápisnú výluky podľa § 5 ods. 1 písm. b) zákona o ochranných známkach.

Na základe všetkých uvedených skutočností orgán rozhodujúci o rozklade po preskúmaní prvostupňového rozhodnutia a posúdení argumentov uvedených v podanom rozklade konštatuje, že v preskúmanom prípade neboli zistené také dôvody, pre ktoré by bolo potrebné napadnuté rozhodnutie zrušiť alebo zmeniť. Na tomto základe bolo rozhodnuté tak, ako je uvedené vo výrokovej časti tohto rozhodnutia.

Poučenie o opravnom prostriedku:

Toto rozhodnutie je konečné a podľa § 61 ods. 2 zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení neskorších predpisov sa nemožno proti nemu odvolať. Rozhodnutie je možné preskúmať správnym súdom, ktorým je Krajský súd v Banskej Bystrici, na základe správnej žaloby podanej podľa § 177 a nasl. zákona č. 162/2015 Z. z. Správny súdny poriadok. Správny súd uznesením odmietne žalobu, ak žalobca nebol pri jej podaní zastúpený advokátom podľa § 49 ods. 1 zákona č. 162/2015 Z. z. Správny súdny poriadok.

Mgr. Matúš Medvec, MBA
predseda
Úradu priemyselného vlastníctva
Slovenskej republiky

Rozhodnutie sa doručuje:

PETKOV & Co, s. r. o.

Šoltésovej 14

811 08 Bratislava – mestská časť Staré Mesto