



Banská Bystrica 27.10.2025  
POZ 2125-2024/N-115-2025


## ROZHODNUTIE

Vo veci námietok namietateľa SILPO-FOOD LLC., Tyčyny Pavla Ave., budova 1V, kancelária 188, 02152 Kyjev, Ukrajina, zastúpeného v konaní spoločnosťou BRICHTA & PARTNERS s. r. o., Grösslingová 6-8, 811 09 Bratislava (ďalej namietateľ), proti zápisu slovného označenia „SILPO“ do registra ochranných známkov, prihláseného 6.8.2024 prihlasovateľom Dnepr Wood s. r. o., Obchodná 559/37, 811 06 Bratislava, zastúpeným v konaní spoločnosťou Advokátska kancelária JUDr. Jana Uhrinová s. r. o., Bezručova 1, 811 09 Bratislava (ďalej prihlasovateľ), pod číslom spisu POZ 2125-2024 a zverejneného vo Vestníku Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky 28.8.2024, rozhodol Úrad priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky (ďalej úrad) podľa § 31 ods. 4 zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov takto:

**námietkam sa vyhovuje a prihláška slovnej ochrannej známky „SILPO“, číslo spisu POZ 2125-2024, sa zamietá.**

### Odôvodnenie:

Proti zápisu slovného označenia „SILPO“ do registra ochranných známkov, číslo spisu POZ 2125-2024 (ďalej aj zverejnené označenie), boli 28.11.2024 podané námietky podľa § 30 v spojení s § 7 písm. a) bod 2. a § 7 písm. j) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov (ďalej zákon o ochranných známkach), ktoré sa týkali všetkých prihlásených tovarov a služieb v triedach 3, 16, 21, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 a 39 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Namietateľ uviedol, že je majiteľom obrazovej ochrannej známky EÚ  č. 18980090 so skorším právom prednosti, ktorá je zapísaná pre tovary a služby v triedach 9, 28, 35, 39, 41 a 43 medzinárodného triedenia tovarov a služieb. Z namietateľom vykonaného porovnania zverejneného označenia s jeho ochrannou známkou vyplynulo, že obsahujú rovnaký slovný prvok, a preto sú z vizuálneho hľadiska vo vysokej miere podobné a foneticky zhodné. Namietateľ poukázal na to, že slovný prvok „SILPO“ nemá význam v slovenskom ani v ukrajinskom jazyku, v dôsledku čoho porovnanie označení zo sémantického hľadiska nemá žiaden vplyv na celkové posúdenie existencie pravdepodobnosti zámeny kolíznych označení.

V ďalšej časti odôvodnenia námietok sa namietateľ zaoberal porovnaním jednotlivých prihlásených tovarov a služieb s tovarmi a službami, pre ktoré je zapísaná jeho ochranná známka, a konštatoval, že časť prihlásených služieb v triede 35 a všetky prihlásené služby v triede 39 sú zhodné a všetky ostatné prihlásené tovary a služby sú podobné so zapísanými tovarmi a službami. Kumulatívne podmienky § 7 písm. a) bod 2. zákona o ochranných známkach sú tak podľa názoru namietateľa splnené. Namietateľ poznamenal, že relevantnou spotrebiteľskou verejnosťou je široká spotrebiteľská verejnosť, ktorej miera pozornosti je vzhľadom na povahu tovarov a služieb priemerná až nižšia, pretože ide o nákup potravín dennej spotreby a sortimentu bežne dostupného v maloobchodnej potravinárskej predajni.

Namietateľ v súvislosti s uvedeným a tiež s ohľadom na priemernú až vyššiu inherentnú rozlišovaciu spôsobilosť jeho ochrannej známky dospel k záveru, že medzi kolíznymi označeniami existuje pravdepodobnosť zámery a aj pravdepodobnosť asociácie na strane spotrebiteľskej verejnosti.

Namietateľ konštatoval aj existenciu predpokladu vzniku domnienky o zásahu do práv namietateľa, ako majiteľa staršej ochrannej známky, a to z dôvodu, že spotrebiteľ, ktorý by mal záujem o tovary a služby označované jeho ochrannou známkou, by si ich mohol pomýliť s tovarmi a službami označovanými zverejneným označením a byť tak uvedený do omylu o obchodnom pôvode tovarov a služieb.

Spotrebiteľ by sa podľa názoru namietateľa mohol domnievať, že tovary a služby ponúkané pod zverejneným označením pochádzajú od namietateľa, resp. od subjektu, ktorý je s ním ekonomicky prepojený, alebo že namietateľ rozšíril svoje obchodné aktivity na územie Slovenskej republiky.

V súvislosti s uplatneným ustanovením podľa § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach namietateľ zdôraznil, že je ukrajinskou obchodnou spoločnosťou, ktorá bola založená v roku 2016 a zapísaná do príslušného ukrajinského registra 5.8.2016 pod obchodným menom SILPO-FOOD. Namietateľ doplnil, že sieť supermarketov „SILPO“ pôsobí na ukrajinskom trhu už od roku 1998. Hlavnou obchodnou činnosťou namietateľa je veľkoobchod a maloobchod v nešpecializovaných predajniach, predovšetkým s potravinami, nápojmi a tabakovými výrobkami, a tiež reštauračné služby. Namietateľ sa na Ukrajine zaoberá prevádzkovaním siete supermarketov pod obchodným menom „SILPO“, pričom ide o jeden z najväčších potravinových reťazcov na Ukrajine, prevádzkovaný a kontinuálne rozširovaný od roku 1998, ktorý je ukrajinskej verejnosti široko známy a je touto verejnosťou vyhľadávaný. Namietateľ uvedené informácie doplnil poukázaním na skutočnosť, že supermarkety „SILPO“ sú samoobslužné predajne so sortimentom tvoreným 25 tisíc položkami potravín a súvisiaceho nepotravinárskeho sortimentu. Reťazec „SILPO“ k 1.6.2024 tvorilo viac ako 300 supermarketov vrátane 4 lahôdkarní „LE SILPO“ s prémiovým sortimentom potravín aj nepotravinárskeho tovaru, doplnených online predajom prostredníctvom internetového obchodu prevádzkovaného pod doménou [www.silpo.ua](http://www.silpo.ua). Obchodný reťazec „SILPO“ podľa vyjadrenia namietateľa predstavuje vedúci reťazec supermarketov v štruktúre materskej skupiny Fozzy Group, jednej z najväčších obchodných priemyselných skupín na Ukrajine, vlastniacej viac ako 700 predajní nachádzajúcich sa po celej Ukrajine. Skupina Fozzy Group prevádzkuje okrem uvedeného aj logistické zariadenia, reštaurácie Positano a Silpo Resto a stravovacie zariadenia v obchodných reťazcoch. Namietateľ tiež poukázal na to, že zamestnáva viac ako 27 000 ľudí, čím sa radí medzi najväčších zamestnávateľov na Ukrajine. Do vernostného programu namietateľa je zapojených viac ako 5 miliónov ukrajinských domácností, čo podľa jeho vyjadrenia svedčí o masívnej obľúbenosti a známosti jeho spoločnosti aj jeho prevádzok.

Namietateľ ďalej poukázal na ochranné známky, ktorých majiteľom je materská skupina Fozzy Group, a ktoré platia na území Ukrajiny, pričom namietateľ je držiteľom výhradných licencií na ich používanie. Tiež poukázal na už uvedenú ochrannú známku EÚ, ktorej je majiteľom. Namietateľ konštatoval, že tieto ochranné známky sú platné a ním používané.

Namietateľ zdôraznil, že voľba označenia „SILPO“ zo strany prihlasovateľa nemôže byť náhodná. Namietateľ poukázal aj na jeho aktivitu na najpopulárnejších sociálnych sieťach súčasnosti v záujme dostať sa do povedomia čo najširšej skupiny používateľov.

O nespochybniteľnej známosti namietateľa u spotrebiteľskej verejnosti na Ukrajine svedčí podľa jeho vyjadrenia aj masívny počet stiahnutí aplikácií, ktoré namietateľ vyvinul a prostredníctvom ktorých spotrebiteľia uskutočňujú svoje online nákupy.

Namietateľ uviedol, že spotrebiteľskej verejnosti je známy individuálnym prístupom ku konceptu a dizajnu každej novej predajne, atraktívnymi reklamnými kampaňami, spoluprácou s významnými umelcami, populárnymi osobnosťami a influencerami, ktorí propagujú činnosť namietateľa, čím sa dostáva ešte výraznejšie do pozornosti spotrebiteľov. Namietateľ uviedol, že je tiež súčasťou mnohých festivalov a rozvíja spoluprácu s mnohými významnými spoločnosťami, medziiným aj s najväčším ukrajinským animačným štúdiom Animagrad. Namietateľ poukázal na to, že vytvoril významnú celonárodnú marketingovú kampaň v rokoch 2022 a 2023 a výťažok z predaja venoval na charitatívny projekt „Birds“ na zabezpečenie liekov pre

vojensky okupované územia. Namietateľ je držiteľom viacerých gastronomických rekordov na Ukrajine a ocenení za marketingové aktivity, ktorými oslovuje spotrebiteľov vďaka atraktivnosti, inováciám a špičkovým službám. Uviedol, že v roku 2022 bola sieť supermarketov „SILPO“ zaradená podľa prestížneho rebríčka Effie Europe medzi 10 najefektívnejších značiek v Európe, pričom v tomto rebríčku sa umiestnili aj také spoločnosti ako IKEA, Telekom, McDonald's, KFC, Burger King, Mastercard, Lay's. Podľa výsledkov Effie Awards Ukraine sa sieť supermarketov „SILPO“ stala najefektívnejšou značkou v roku 2021 a získala 7 ocenení. Namietateľ poukázal na to, že v rokoch 2022 až 2024 sa vybrané supermarkety „SILPO“ dostali do rebríčka najlepších obchodov v Európe. Redakcia European Supermarket Magazine, celoeurópska publikácia zameraná na maloobchod s potravinami a sektory rýchloobrátkového tovaru, vybrala celkovo 32 najlepších obchodov z 15 krajín Európy, pričom sieť „SILPO“ sa stala jediným ukrajinským maloobchodným reťazcom, ktorého predajne boli zaradené do zoznamu tých najinovatívnejších. V roku 2020 namietateľ získal ocenenie RAU Awards pre najlepšieho maloobchodníka v kategórii FMCG (rýchloobrátkového spotrebného tovaru) na základe výsledkov prieskumu odborníkov a hlasovania spotrebiteľov.

Namietateľ zdôraznil, že ukrajinské médiá s celonárodným dosahom pravidelne informujú o aktivitách namietateľa. Uvedené potvrdzuje podľa vyjadrenia namietateľa štúdia ukrajinskej mediálnej oblasti, ktorá v období od 1.1.2020 do 17.7.2022 vykonala analýzu mediálnej prítomnosti obchodov s rýchloobrátkovým tovarom v ukrajinskom informačnom poli, zahŕňala 10 ukrajinských a zahraničných lídrov na ukrajinskom trhu, a namietateľ sa umiestnil na druhom mieste najviac zmieňovaných poskytovateľov v mediálnom priestore.

Namietateľ poukázal na to, že na budovanie a propagovanie značky „SILPO“ vynakladá značné úsilie a prostriedky s cieľom neustálej inovácie, zlepšovania a skvalitňovania poskytovaných služieb a budovania a upevňovania vlastnej korporátnej identity a rozpoznateľnosti u spotrebiteľa. Podľa vyjadrenia namietateľa uvedené potvrdzujú účtovné závierky za roky 2021, 2022 aj 2023.

Namietateľ uviedol, že za roky prítomnosti na trhu sa mu podarilo z označenia „SILPO“ vybudovať renomovanú značku zaručujúcu vysoký stupeň kvality ponúkaných tovarov a poskytovaných služieb. Zdôraznil, že jeho obchodné meno má na Ukrajine vybudovanú silnú, rozsiahlu a stabilnú základňu zákazníkov, o čom svedčia vysoké obraty, veľký počet prevádzok a silný vernostný program pre zákazníkov.

Políciu, ktorú zaujal namietateľ na ukrajinskom trhu, potvrdil aj oficiálny portál Share UA Potential, ktorý vyhodnotil TOP 10 ukrajinských maloobchodníkov s potravinami a namietateľ zaujal druhé miesto. Namietateľ zhrnul svoje vyjadrenia do konštatovania, že je nevyhnutné dospieť k záveru o jeho masívnej prítomnosti na ukrajinskom trhu a jeho všeobecnej známosti vo vedomí príslušnej spotrebiteľskej verejnosti.

Namietateľ ďalej uviedol, že prihlasovateľ je slovenskou spoločnosťou, ktorej hlavným predmetom činnosti je maloobchod v nešpecifikovaných predajniach najmä s potravinami, nápojmi a tabakom. Jediným spoločníkom a konateľom spoločnosti prihlasovateľa je fyzická osoba Artem Karasov, ktorý je podľa verejne dostupných informácií zo živnostenského registra tiež majiteľom živnosti s totožným predmetom podnikania a s totožnou adresou miesta činnosti. Podľa údajov zo živnostenského registra ide o podnik ukrajinskej zahraničnej osoby. Prihlasovateľ podľa vyjadrenia namietateľa svoju väzbu na Ukrajinu zdôrazňuje vlastným obchodným menom. V Slovenskej republike je prihlasovateľ aktívny na poli poskytovania maloobchodných služieb pod označením „SILPO“, pričom ponúka rozličné potravinové produkty pochádzajúce prevažne z Ukrajiny. Prihlasovateľ tak podľa namietateľa rozbehol pod označením „SILPO“ identické obchodné aktivity, ktoré majú v najväčšej susediacej krajine dlhodobým intenzívnym používaním a marketingom vybudovanú silnú a rozsiahlu základňu spotrebiteľov. Namietateľ upozornil na fakt, že rozsiahle územie tejto susediacej krajiny je v súčasnosti postihnuté ničivým vojnovým konfliktom, čím dovedy početná ukrajinská komunita žijúca na Slovensku sa v krátkom čase znásobila a existuje vysoká pravdepodobnosť dlhšie trvajúceho pobytu ukrajinských štátnych občanov na území Slovenskej republiky. Podľa namietateľa Ukrajinci dnes predstavujú najpočetnejšiu skupinu cudzincov v Slovenskej republike. Namietateľ zdôraznil, že týmto obyvateľom Slovenska je existencia označenia „SILPO“ a rovnomenného obchodného reťazca dobre známa, čím narastá predpoklad zvýšeného dopytu po službách prihlasovateľa. Namietateľ uviedol, že podľa dostupných informácií žije len v Bratislave takmer 40 000 odíedencov z Ukrajiny, pričom toto číslo nezahŕňa nezanedbateľné množstvo Ukrajincov, ktorí nemajú status odíedenca, ale na Slovensku žili už pred rokom 2022

a samotná ukrajinská populácia Bratislavy by tak predstavovala jedno z 10 najľudnatejších miest na Slovensku.

Namietateľ konštatoval, že snahu prihlasovateľa o prilákanie nielen slovenského spotrebiteľa, ale predovšetkým obyvateľov ukrajinského pôvodu, a úmerne k tomu zvýšiť svoje obraty a zisk, preukazuje aj to, že príspevky na sociálnych sieťach prihlasovateľa sú zverejňované výlučne v ukrajinskom jazyku. Namietateľ poukázal aj na to, že prihlasovateľ vstúpil na slovenský trh v roku 2021 a jeho celkové tržby boli vo výške 49 986 eur, po vypuknutí vojny na Ukrajine 24.2.2022, odkedy počet ukrajinských občanov na Slovensku enormne vzrástol, boli tržby prihlasovateľa za rok 2022 už vo výške 220 216 eur.

Namietateľ s poukázaním na informácie zo sociálnych sietí prihlasovateľa uviedol, že na jar v roku 2024 prihlasovateľ spustil predaj prostredníctvom tretej kamennej predajne a plánoval otvorenie štvrtej prevádzky. V súčasnosti tak prihlasovateľ poskytuje pod označením „SILPO“, zhodujúcim sa s označením namietateľa, identické služby maloobchodného predaja potravinárskeho a nepotravinárskeho tovaru prostredníctvom kamenných prevádzok v Bratislave, Žiline a Trenčíne, a tiež prostredníctvom internetového predaja, čím zabezpečuje dostupnosť svojich služieb na celom území Slovenskej republiky.

Namietateľ považoval za potrebné uviesť aj to, že prihlasovateľ (resp. jeho jediný spoločník a konateľ) je od 13.11.2023 držiteľom domény [www.silpo-potraviny.sk](http://www.silpo-potraviny.sk), ktorá je doslovným prekladom obchodného mena namietateľa z angličtiny „SILPO-FOOD“.

Namietateľ uviedol, že bezprostredne po tom, ako sa dozvedel o činnosti prihlasovateľa, pokúsil sa kontaktovať ho listom a tiež e-mailom s výzvou na upustenie od porušovania práv namietateľa a nekalosúťažného konania, obsahujúcim aj žiadosť o dobrovoľné späťvzatie prihlášky zverejneného označenia s cieľom vyriešiť vzniknutú situáciu zmierlivo. Namietateľ však neobdržal na svoj list žiadnu odpoveď od prihlasovateľa, preto sa pokúšal kontaktovať ho na dohľadovaných telefónnych číslach, ale telefónne číslo uvedené na stránke prihlasovateľa ako oficiálny kontakt pre zákazníkov je podľa zistenia namietateľa neexistujúce a prihlasovateľ je nekontaktný.

Namietateľ vyjadril presvedčenie, že vzhľadom na uvedené a tiež na skutočnosť, že za spoločnosťou prihlasovateľa je ukrajinská fyzická osoba, pričom robustná prítomnosť namietateľa na ukrajinskom trhu bola preukázaná, ako aj jeho všeobecná známosť, je vylúčené, aby prihlasovateľ o existencii namietateľa nemal žiadnu vedomosť.

Činnosť prihlasovateľa je z pohľadu namietateľa účelová, špekulatívna a úmyselne blokačná, prihlasovateľ sa snaží ťažiť z rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky namietateľa a tiež z vysokého povedomia o namietateľovi s cieľom vlastného obohatenia a znemožnenia potenciálneho vstupu namietateľa na slovenský trh, čím je naplnená podstata nečestného konania zo strany prihlasovateľa. Namietateľ poukázal na vysoký stupeň podobnosti zverejneného označenia s ochrannou známkou EÚ, ktorej je namietateľ majiteľom.

Namietateľ uviedol, že podľa informácií, ktoré obdržal od spotrebiteľov, sa pri platbe kartami vydanými ukrajinskými bankami na platobných termináloch v prevádzkach prihlasovateľa priamo zobrazuje logo namietateľa v azbuke a ukrajinskom jazyku.

Namietateľ zdôraznil, že používaním zverejneného označenia prihlasovateľom dochádza k bezprácnemu a nepoctivému ťaženiu z nadobudnutej rozlišovacej spôsobilosti a vžitosti v povedomí bežných spotrebiteľov vo vzťahu k dotknutým tovarom a službám, pričom o takéto povedomie sa namietateľ snažil prostredníctvom inovatívnych a kreatívnych riešení, kampaní, marketingu a zlepšovania svojich služieb, do ktorých investoval nemalé finančné prostriedky.

Voľba zverejneného označenia prihlasovateľom nebola podľa názoru namietateľa náhodná, prihlasovateľ o činnosti namietateľa musel vedieť a počítal s tým, že jeho označenie si rýchlo získa pre svoju očividnú podobnosť s renomovanou ochrannou známkou namietateľa rozlišovaciú spôsobilosť a ľahkú zapamätateľnosť v očiach širokej spotrebiteľskej verejnosti. Namietateľ upozornil, že je adresátom

opakovaných sťažností zo strany spotrebiteľskej verejnosti na kvalitu produktov zakúpených v prevádzkach „SILPO“ na Slovensku. Vzniknutý stav je pre namietateľa neakceptovateľný.

Namietateľ investoval enormné množstvo prostriedkov, nielen finančných, do produktov, marketingu, sponzoringu, partnerstiev s celebritami, teda do budovania svojej značky „SILPO“ a do získavania špičkových miest na relevantnom trhu. Služby a tovary namietateľa sú spotrebiteľskej verejnosti známe svojou vysokou kvalitou a inováciami, čo dokazujú aj ocenenia udelené namietateľovi.

Namietateľ v závere požiadal, aby úrad prihlášku zverejneného označenia zamietol v celom rozsahu.

Listom úradu z 10.12.2024 boli námietky odoslané prihlasovateľovi na vyjadrenie, pričom lehota na vyjadrenie sa k námietkam bola prihlasovateľovi stanovená do 13.2.2025. Prihlasovateľ bol uvedeným listom poučený, že ak sa v stanovenej lehote k námietkam nevyjadrí, úrad vo veci rozhodne v súlade s § 31 ods. 3 zákona o ochranných známkach podľa obsahu spisu.

Vyjadrenie prihlasovateľa k námietkam bolo podané a doručené úradu 24.2.2025, teda po stanovenej lehote.

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

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

Namietateľ založil podané námietky na ustanovení § 7 písm. a) bod 2. a § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach. Úrad najskôr pristúpi k preskúmaniu naplnenia podmienok ustanovenia § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach.

### **Uplatnený námietkový dôvod - § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach**

Podľa § 7 písm. j) citovaného zákona sa označenie nezapíše do registra na základe námietok podaných podľa § 30 osobou, ktorá je dotknutá na svojich právach prihláškou, ktorá nebola podaná v dobrej viere.

V konaní o námietkach bolo zistené, že prihláška slovného zverejneného označenia „SILPO“, číslo spisu POZ 2125-2024, proti ktorej námietky smerujú, bola podaná 6.8.2024 prihlasovateľom Dnepr Wood s. r. o., Obchodná 559/37, 811 06 Bratislava, a zverejnená vo Vestníku úradu 28.8.2024 pre tovary a služby:

v triede 3 – „bieliace prípravky a pracie prostriedky; neliečivé kozmetické a toaletné prípravky; mydlá; avivážne prípravky; prípravky na čistenie povrchov; šampóny; osviežovače vzduchu; zubné pasty“;

v triede 16 – „papiernický tovar, písacie a kancelárske potreby (okrem nábytku); tlačoviny; papier; ceruzky; noviny; periodiká; zošity; toaletný papier; knihy; baliaci papier; písacie potreby; filtračný papier; papierové vreckovky; perá (kancelárske potreby); časopisy (periodiká); papierové alebo plastové vrecia, vrecká a puzdrá na balenie; školské potreby (papiernický tovar); kalendáre; papierové alebo plastové vrecká na odpadky; papierové servítky; vrecká do mikrovlnných rúr; papierové filtre na kávu; papierové alebo plastové absorpčné hárky alebo fólie na balenie potravín; papier na pečenie“;

v triede 21 – „čistiace potreby; domáce a kuchynské potreby a nádoby; hrebene a špongie“;

v triede 29 – „konzervované, mrazené, sušené a varené ovocie a zelenina; mäso, ryby, hydina a zverina; mäsové výťažky; mlieko, syry, maslo, jogurty a iné mliečne výrobky; ovocné rôsoly, džemy, kompóty; potravinárske oleje a tuky; vajcia; želatína; pokrmové tuky; prípravky na vývary (bujóny); údeniny; prípravky na zeleninové polievky; zeleninové šťavy na prípravu jedál; klobásy, salámy, párky; konzervované ryby; konzervované mäso; tofu; ovocné chuťovky; lúpané semená; kompóty; kondenzované sladené mlieko; sušené mlieko; náhradky mlieka; spracovaná zelenina; spracované ovocie; zeleninové koncentráty na prípravu jedál; ovocné koncentráty na prípravu jedál; zeleninové nátierky; zeleninové jedlá pre batolátá; mäsové chuťovky; rybacie chuťovky; zeleninové chuťovky; náhradky mäsa“;

v triede 30 – „cukor, med, melasový sirup; čokoláda; droždie, prášky do pečiva; chlieb, pekárské a cukrárske výrobky; káva, čaj, kakao a ich náhradky; múka a obilninové výrobky; ocot, omáčky a iné chuťové prísady; ryža, cestoviny a rezance; smotanové zmrzliny, šerbety a ostatné zmrzliny; soľ, koreniny, korenie,

*konzervované bylinky; bylinkové čaje (nie na lekárske použitie); kávové príchute; aromatické prípravky do potravín; nekysnutý chlieb; sucháre; sušienky, keksy; cukríky; oblátky; zákusky, koláče; prípravky z obilnín; žuvačky; chuťové prísady; cukrárske výrobky; cukrovinky; stužovače šľahačky; príchute do potravín (okrem éterických esencií a esenciálnych olejov); kuchynská soľ; zahusťovacie prípravky na varenie; prírodné sladidlá; cukrárske aromatické prísady (okrem esenciálnych olejov); ocot; kečup; med; horčica; pudinky; ryža; aromatické prísady do nápojov (okrem esenciálnych olejov); ovsené potraviny; kuskus; majonézy; obilninové chuťovky; ryžové chuťovky; marinády; cereálne tyčinky s vysokým obsahom proteínov; spracované semená používané ako koreniny; bezlepkový chlieb; náhradky cukru na prípravu jedál“;*

*v triede 31 – „čerstvé ovocie a zelenina, čerstvé bylinky; poľnohospodárske a záhradnícke výrobky, výroby lesného a rybného hospodárstva (surové, nespracované); nespracované škrupinové ovocie“;*

*v triede 32 – „minerálne a sytené vody; nealkoholické nápoje; ovocné nápoje a ovocné džúsy; pivo; sirupy a iné prípravky na výrobu nealkoholických nápojov; nealkoholické ovocné výťažky; nealkoholické ovocné nápoje; vody (nápoje); stolové vody; mušty; limonády; zeleninové džúsy (nápoje); sirupy na výrobu limonád; prášky na prípravu šumivých nápojov; izotonické nápoje; energetické nápoje“;*


*v triede 33 – „alkoholické nápoje okrem piva; aperitívy; digestíva (likéry a liehoviny); víno“;*

*v triede 34 – „cigarety a cigary; elektronické cigarety a ústne vaporizéry pre fajčiarov; fajčiarske potreby; tabak a tabakové náhradky; zápalky; zapaľovače pre fajčiarov; zásobníky plynu do zapaľovačov; fajky; žuvací tabak“;*

*v triede 35 – „obchodný manažment, obchodná organizácia a obchodná administratíva; reklama; maloobchodné služby s tovarmi uvedenými v triedach 3, 16, 21, 29, 30, 31, 32, 33 a 34 tohto zoznamu; veľkoobchodné služby s tovarmi uvedenými v triedach 3, 16, 21, 29, 30, 31, 32, 33 a 34 tohto zoznamu“;*

*v triede 39 – „balenie a skladovanie tovarov; doprava; doručovacie služby (správy alebo tovar)“.*

Namietateľ v odôvodnení podaných námietok uviedol, že sa zaoberá predovšetkým prevádzkovaním siete supermarketov na Ukrajine pod obchodným menom „SILPO“, pričom ide o jeden z najväčších potravinových reťazcov na Ukrajine, prevádzkovaný a kontinuálne rozširovaný od roku 1998, ktorý je ukrajinskej verejnosti široko známy a je touto verejnosťou vyhľadávaný. Reťazec „SILPO“ k 1.6.2024 tvorilo viac ako 300 supermarketov vrátane 4 lahôdkarní „LE SILPO“ s prémiovým sortimentom potravín aj nepotravinárskeho tovaru, doplnených online predajom prostredníctvom internetového obchodu prevádzkovaného pod doménou [www.silpo.ua](http://www.silpo.ua). Obchodný reťazec „SILPO“ podľa vyjadrenia namietateľa predstavuje vedúci reťazec supermarketov v štruktúre materskej skupiny Fozzy Group, jednej z najväčších obchodných priemyselných skupín na Ukrajine. Do vernostného programu namietateľa je zapojených viac ako 5 miliónov ukrajinských domácností, čo podľa jeho vyjadrenia svedčí o masívnej obľúbenosti a známosti jeho spoločnosti aj jeho prevádzok.

Namietateľ ďalej poukázal na ochranné známky, ktorých majiteľom je materská skupina Fozzy Group, a ktoré platia na území Ukrajiny, pričom namietateľ je držiteľom výhradných licencií na ich používanie, a tiež poukázal na obrazovú ochrannú známku EÚ  č. 18980090, ktorej je majiteľom. Namietateľ konštatoval, že tieto ochranné známky sú platné a ním používané.

Namietateľ poukázal na svoje aktivity na sociálnych sieťach, obľúbenosť ním vyvinutých aplikácií určených na online nakupovanie, atraktívne reklamné kampane, spoluprácu s celebritami z oblasti umenia a s influencerami, charitatívne aktivity, aj dosiahnuté ocenenia na národnej aj európskej úrovni. Namietateľ uviedol, že za roky prítomnosti na trhu sa mu podarilo z označenia „SILPO“ vybudovať renomovanú značku zaručujúcu vysoký stupeň kvality ponúkaných tovarov a poskytovaných služieb. Zdôraznil, že jeho obchodné meno má na Ukrajine vybudovanú silnú, rozsiahlu a stabilnú základňu zákazníkov. Namietateľ zhrnul svoje vyjadrenia do konštatovania, že je nevyhnutné dospieť k záveru o jeho masívnej prítomnosti na ukrajinskom trhu a jeho všeobecnej známosti vo vedomí príslušnej spotrebiteľskej verejnosti.

Namietateľ poukázal na spoločnosť prihlasovateľa, ktorej jediným spoločníkom a konateľom je fyzická osoba Artem Karasov. Prihlasovateľ podľa namietateľa zdôrazňuje svoju väzbu na Ukrajinu vlastným obchodným menom odvodeným od najväčšej ukrajinskej rieky. V Slovenskej republike je prihlasovateľ aktívny na poli poskytovania maloobchodných služieb pod označením „SILPO“, pričom ponúka rozličné potravinové produkty pochádzajúce prevažne z Ukrajiny. Prihlasovateľ tak podľa namietateľa rozbehol pod označením „SILPO“ identické obchodné aktivity, ktoré majú v najväčšej susediacej krajine namietateľom vybudovanú

silnú a rozsiahlu základňu spotrebiteľov. Namietateľ upozornil na fakt, že Ukrajinci dnes predstavujú najpočetnejšiu skupinu cudzincov v Slovenskej republike a zdôraznil, že týmto obyvateľom Slovenska je existencia označenia „SILPO“ a rovnomenného obchodného reťazca dobre známa, čím narastá predpoklad zvýšeného dopytu po službách prihlasovateľa.

Z uvedených skutočností namietateľ odvodil vedomosť prihlasovateľa o označení „SILPO“ používanom namietateľom a konštatoval, že voľba označenia „SILPO“ zo strany prihlasovateľa nemohla byť náhodná.

Činnosť prihlasovateľa je z pohľadu namietateľa účelová, špekulatívna a úmyselne blokačná, prihlasovateľ sa snaží ťažiť z rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky namietateľa a tiež z vysokého povedomia o namietateľovi s cieľom vlastného obohatenia a znemožnenia potenciálneho vstupu namietateľa na slovenský trh, čím je naplnená podstata nečestného konania zo strany prihlasovateľa. Namietateľ uviedol, že kontaktoval prihlasovateľa s cieľom vyriešiť vzniknutú situáciu zmierlivo. Namietateľ však od prihlasovateľa neobdržal žiadnu odpoveď.

V súvislosti s argumentmi namietateľa je nutné uviesť, že námietky proti zápisu označenia do registra podľa uplatneného námietkového ustanovenia môže podať ten, kto je dotknutý na svojich právach prihláškou ochrannej známky, ktorá nebola podaná v dobrej viere. Účelom ustanovenia § 7 písm. j) citovaného zákona je zabrániť zápisu ochranných známk podaných v nie dobrej viere, resp. vice versa v zlej viere, keď táto nie je zjavná a úrad sa o jej existencii nemôže dozvedieť v rámci svojej činnosti.

Dobrá viera ako vnútorný psychický stav (subjektívne presvedčenie) nie je a ani sama osebe nemôže byť predmetom dokazovania a vyvodiť ju možno len na základe posúdenia okruhu objektívnych skutočností, ktoré uvedie a preukáže namietateľ. Absenciu dobrej viery možno charakterizovať ako nepoctivý úmysel na strane prihlasovateľa. Dôkazné bremeno v súvislosti so skutočnosťami svedčiacimi o nedostatku dobrej viery leží na strane namietateľa.

Pre naplnenie uplatneného námietkového dôvodu musí v dôsledku prihlásenia označenia ako ochrannej známky existovať určitá nespravodlivá výhoda na strane prihlasovateľa, resp. sa musí dôvodne predpokladať, že zápisom prihláseného označenia ako ochrannej známky by prihlasovateľ takúto výhodu získal. Súčasne musí dôjsť k zásahu do práv namietateľa. Pojem „dotknutie na právach“ predstavuje akýkoľvek zásah do práv namietateľa, a to bez ohľadu na jeho intenzitu, frekvenciu, trvanie alebo prípadné negatívne následky v podobe ujmy. Vznik škody či inej ujmy nie je považovaný za nevyhnutnú podmienku, pretože podstatné je to, že podaním prihlášky ochrannej známky došlo k objektívne nežiaducemu následku v právnej sfére namietateľa.

Neexistencia dobrej viery sa musí viazať na osobu prihlasovateľa a jej preukázanie musí byť časovo viazané na podanie prihlášky označenia na zápis ako ochrannej známky, v predmetnom prípade je relevantným dátumom 6.8.2024. Podanie prihlášky v nie dobrej viere patrí k tým dôvodom odmietnutia ochrany, ktoré sú všeobecne nezávislé od zoznamu prihlásených tovarov a služieb.

Na zistenie, či prihlasovateľ ku dňu podania prihlášky ochrannej známky nekonal v dobrej viere je potrebné vykonať celkové posúdenie, v ktorom sa zohľadnia všetky relevantné skutočnosti daného prípadu vyplývajúce z tvrdení a dôkazov predložených účastníkmi konania. Medzi takéto skutočnosti patrí napr. povaha označenia prihláseného na zápis do registra ochranných známk, stupeň všeobecnej známosti označenia v okamihu podania prihlášky na účely jeho zápisu ako ochrannej známky, vzťah prihlasovateľa a užívateľa skoršieho označenia, ako aj skutočnosť, či osoba podávajúca prihlášku o práve inej osoby na zhodné alebo podobné označenie vedela, alebo či v čase podania prihlášky ochrannej známky o tomto práve vedieť mohla a tiež to, či neexistuje dôvod, ktorý by konanie prihlasovateľa ospravedlňoval. Za konanie v nie dobrej viere možno považovať napríklad aj situáciu, keď je prihlasovateľ obchodne alebo hospodársky prepojený so subjektom používajúcim označenie prihlásené na zápis do registra ochranných známk a podaním prihlášky ochrannej známky by prihlasovateľ získal určitú neoprávnenú výhodu, napríklad by zneužil rozlišovaciú spôsobilosť alebo dobré meno označenia alebo by bránil vstúpiť oprávnenej osobe na trh v určitej krajine, vytlačal by ju z tohto trhu (podanie tzv. blokačnej prihlášky ochrannej známky) a podobne, a na druhej strane by subjekt

používajúci označenie prihlásené na zápis do registra ochranných známkov utrpel nejakú ujmu, ktorá sa môže prejavíť naplno až v budúcnosti.

Rozhodujúcou skutočnosťou pre zistenie, či prihlasovateľ konal pri podaní prihlášky zverejneného označenia v zlej viere je preskúmanie aspektu zneužitia práva tretej osoby, či si prihlasovateľ podal prihlášku nie s úmyslom čestne sa zapojiť do hospodárskej súťaže, ale s úmyslom využiť právo a poškodiť záujmy tretej osoby spôsobom, ktorý nie je v súlade s čestným konaním. Konanie v nie dobrej viere je kombináciou objektívnych okolností, v ktorých okrem iných faktorov relevantných pre daný prípad prihlasovateľ so skutočnou alebo predpokladanou vedomosťou o existujúcom práve tretej osoby podal prihlášku zverejneného označenia bez súhlasu tejto tretej osoby a s úmyslom neoprávnene si privlastniť jej staršie právo, čo predstavuje subjektívny prvok konania prihlasovateľa.








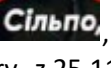



V súvislosti s uplatneným ustanovením zákona o ochranných známkach je potrebné, aby namietateľ úradu uviedol skutočnosti a svoje tvrdenia podložil dôkazmi, ktoré preukazujú, že prihlasovateľ nekonal pri podaní prihlášky v dobrej viere.


Namietateľ spolu s odôvodnením podaných námietok predložil nasledujúce dôkazné prostriedky, pričom niektoré boli predložené v podobe internetových odkazov spolu s výtlačkami ich strojového prekladu:




- kópiu výpisu z ukrajinského registra podnikateľov a občianskych združení spolu s jeho úradným prekladom z ukrajinského do slovenského jazyka. Z obsahnutých údajov okrem iného vyplýva, že spoločnosť namietateľa SILPO-FOOD bola do registra zapísaná 5.8.2016 a obchodnými činnosťami namietateľa sú maloobchod v nešpecializovaných predajniach najmä s potravinami, nápojmi a tabakom, maloobchod s chlebom, pečivom, cukrárskymi výrobkami, s nápojmi, s tabakovými výrobkami, s mäsom a mäsovými výrobkami, s farmaceutickým tovarom v špecializovaných predajniach, maloobchodný predaj vykonávaný zásielkovými spoločnosťami alebo prostredníctvom internetu, veľkoobchod s nápojmi, s tabakovými výrobkami, s mäsom a mäsovými výrobkami, nešpecializovaný veľkoobchod, činnosti reštaurácií, služby pohostinstiev a mnoho ďalších, dôkaz č. 1;


- internetový odkaz na webovú stránku [www.fozzy.ua/ua/history](http://www.fozzy.ua/ua/history) a jej výtlačok s informáciami o histórii spoločností skupiny FOZZY v strojovom preklade časti obsahnutých údajov do slovenského jazyka, výtlačok nie je datovaný, ale obsahuje informácie od založenia Fozzy Group v roku 1997 do roku 2022, uvedené je, že v roku 1998 bol založený maloobchodný reťazec „Silpo“ a otvorený prvý supermarket v Kyjeve, spolu s poznámkou, že dnes je otvorených 239 supermarketov v 61 mestách Ukrajiny, v roku 2012 bola založená sieť „Le Silpo“, otvorené dve lahôdkarne, v roku 2019 sa sieť supermarketov „Silpo“ rozvíjala smerom k vytváraniu dizajnerských supermarketov. Bolo otvorených 23 nových supermarketov, 5 ďalších obchodov bolo modernizovaných a dostalo svoj tematický dizajn, reťazec sa celkovo rozrástol na 258 predajní, v roku 2020 boli tri dizajnerské supermarkety „Silpo“ zaradené do zoznamu najlepších inovatívnych dizajnov európskych obchodov podľa European Supermarket Magazine, bolo otvorených 20 nových predajní „Silpo“, sieť „Silpo“ vyčlenila 100 mil. hrivien na boj proti koronavírusu, „Silpo“ spustilo vlastnú dodávku tovaru, reťazec „Silpo“ sa zaradil medzi 20 najlepších zamestnávateľov Ukrajiny 2019/2020, počet používateľov mobilnej aplikácie „Silpo“ vzrástol na 1 a pol milióna, sieť „Silpo“ sa stala víťazom v troch nomináciách súťaže RAU Awards-2020 od Asociácie maloobchodníkov Ukrajiny, v roku 2021 bolo otvorených 57 nových supermarketov „Silpo“, z toho 35 dizajnerských a ďalšie 4 obchody dostali vlastný tematický dizajn, reťazec sa rozrástol na celkovo 333 predajní, tri „Silpo“ predajne boli zaradené do Europe's Finest Store 2021 – 25 najlepších inovatívnych návrhov európskych obchodov podľa časopisu European Supermarket Magazine, „Silpo“ sa stalo predstaviteľom talianskej gastronómie na Ukrajine, sieť sa stala partnerom Talianskej agentúry zahraničného obchodu (ISE) na propagáciu autentických talianskych produktov na Ukrajine, v novembri spustilo „Silpo“ vlastné rádio v obchodoch, každý deň ho počúva viac ako milión obyvateľov Ukrajiny, „Silpo“ získalo tri ocenenia v súťaži Retail Design Awards 2021 za najlepšie maloobchodné dizajny, reťazec „Silpo“ vstúpil do zoznamu najlepších zamestnávateľov Ukrajiny v roku 2021 podľa časopisu Focus, v roku 2022 bolo v prvých mesiacoch rozsiahlej invázie pozastavených 30 supermarketov „Silpo“, v priebehu roka sa podarilo obnoviť 17 zničených supermarketov „Silpo“, od začiatku masívnych raketových útokov spustilo „Silpo“ rozsiahly program výcviku pre prácu v podmienkach výpadku prúdu, všetky „Silpo“ predajne sú vybavené dieselovými generátormi, v roku 2022 bolo otvorených, plánovaných a financovaných 8 nových predajní „Silpo“ ešte pred inváziou, dôkaz č. 2;



- snímku webovej stránky namietateľa v strojom preklade, ktorá zobrazuje rozmiestnenie predajní v krajine spolu s internetovým odkazom, doklad nie je datovaný, obsiahnuté je označenie  a informácie o supermarketoch „Silpo“, ktorých je 306 v 60 mestách Ukrajiny, na fotografiách sú zábery z predajní s rôznymi variantmi označenia , , dôkaz č. 3;
- výpisy ukrajinských ochranných známkov v strojom preklade a s internetovým odkazom na register, a to slovné ochranné známky СИЛПО č. 26188 majiteľa „FOZZY RETAIL“ s právom prednosti od 10.8.2001 a zapísanej pre služby v triedach 35, 39 a 42 medzinárodného triedenia tovarov a služieb, obrazovej ochranné známky  č. 90549 majiteľa „FOZZY RETAIL“ s právom prednosti od 9.11.2006 a zapísanej pre služby v triedach 35, 39 a 43 medzinárodného triedenia tovarov a služieb, obrazovej ochranné známky *Le Silpo* č. 159160 majiteľa „ZATVORENÝ NEDIVERZIFIKOVANÝ FIREMNÝ INVESTIČNÝ FOND – RETAIL EQUITY FOND“ s právom prednosti od 22.9.2011 a zapísanej pre tovary a služby v triedach 16, 17, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 32 a 35, ku ktorým namietateľ uviedol, že je držiteľom výhradných licencií na ich používanie, dôkazy č. 4, 5 a 6;
- výpis z registra EUIPO obrazovej ochranné známky EÚ  č. 18980090 s právom prednosti od 30.1.2024 a zapísanej pre tovary a služby v triedach 9, 28, 35, 39, 41 a 43 medzinárodného triedenia tovarov a služieb, ktorej majiteľom je namietateľ, dôkaz č. 7;
- snímky obrazovky oficiálnych profilov namietateľa na sociálnych sieťach:
  - profil na Facebooku s označením  a údajom o počte sledovateľov - 442 tis., odkazom na webovú stránku namietateľa silpo.ua a údajom o propagovanej kampani 23.11.2024 – 30.11.2024 (po dátume podania prihlášky zverejneného označenia); namietateľ uviedol, že jeho účet je aktívny od septembra 2013, predložená snímka obrazovky takýto údaj neobsahuje, dôkaz č. 8;
  - profil na Instagrame, obsiahnuté je obrazové označenie  aj slovné označenie, odkaz na webovú stránku namietateľa, údaj o počte sledovateľov – 175 tis., dátum nie je obsiahnutý, namietateľ uviedol, že má aktívny účet od marca 2016,
  - výťažok zobrazujúci profil „Silpo“ na kanáli YouTube s obrazovým označením a slovným označením „Silpo“, počet odberateľov je 12,3 tisíc, doklad nie je datovaný, namietateľ uviedol, že má aktívny účet od júna 2016,
  - namietateľ predložil aj snímku obrazovky, ktorú označil ako oficiálny profil na sociálnej sieti Viber, obsiahnuté je obrazové aj slovné označenie namietateľa, počet členov 7 745, namietateľ uviedol, že aktívny účet má od mája 2018, doklad nie je datovaný,
  - TELEGRAM, obsiahnuté je obrazové aj slovné označenie namietateľa počet odberateľov 15 126, namietateľ uviedol, že aktívny účet má od mája 2018, doklad nie je datovaný,
  - Twitter, obsiahnuté je obrazové a slovné označenie namietateľa, odkaz na jeho webovú stránku, počet sledovateľov je 4 525 a dátum pripojenia - marec 2019, pri príspevkoch sú dátumy 3.10.2022 a 6.12.2023,
  - TikTok, obsiahnuté je obrazové označenie namietateľa, uvedené je aj slovné označenie „silpo.ukraine“, počet sledovateľov 188 800, odkaz na webovú stránku namietateľa, na fotografiách sú aj zábery z predajní, namietateľ uviedol, že aktívny účet má od júla 2022, doklad nie je datovaný, dôkazy č. 8 – 14;
  - snímky obrazovky s ponukou nákupnej aplikácie namietateľa, a to z App Store s aplikáciou „Silpo – Donáška potravín“ spoločnosti namietateľa s vyobrazením dosiahnutého siedmeho miesta v rebríčku nákupných aplikácií, namietateľ je uvedený ako vývojár, počet hodnotení dosiahol 48,2 tisíc, hodnotenia a recenzie sú datované 3.2.2022, 28.4.2023, 6.11.2023 a v závere pri autorských právach je obsiahnutý údaj o roku 2018, a z Google Play s aplikáciou „Silpo“, obsiahnutý je údaj o viac ako 1 mil. stiahnutí a o počte hodnotení 80,2 tisíc, dátum nie je obsiahnutý, dôkazy č. 15 a 16;
  - snímky obrazovky zo sociálnej siete TikTok s príspevkom influencera Vlada Shevchenka z 20.10.2022, kde je zobrazený nakupujúci a v texte je uvedené , príspevok bol pozitívne hodnotený 93,1 tisíckrát, s príspevkami foodbloggerky Valerie Veligury z 25.11.2022 (96 700 pozitívnych hodnotení) a 6.4.2023 (259 900 pozitívnych hodnotení) so zobrazením nákupnej tašky s označením , s príspevkom foodblogera označeného kruchkov\_ z 29.3.2023 so zobrazeným mobilným telefónom, na displeji ktorého je označenie  (111 800 pozitívnych hodnotení), a z 22.12.2022 s označením  na nákupnej

taške (144 900 pozitívnych hodnotení), s príspevkom influencerky sofiashkviruk zo 6.10.2022 s textom  (108 800 pozitívnych hodnotení),

- snímky obrazovky zo sociálnej siete Instagram s príspevkom influencera voskoboinyk1972 zobrazujúci kuriéra donáškovej služby s označením , v komunikácii je tiež obsiahnuté slovo  a odpoveď od @silpoua, pri príspevku je uvedené 22. a 21. jún bez uvedenia roka (príspevok má 6 017 pozitívnych hodnotení), s príspevkom influencera murafa, v preklade ktorého sú spomínané supermarkety „Silpo“ v Kyjeve a Lvove, obsiahnutý je údaj 5. júl bez uvedenia roka, rovnako ako pri ďalšom príspevku, kde je označenie @silpoua (príspevky mali 2 672 pozitívnych hodnotení), s príspevkom influencerky tatti\_gam z 27. septembra bez uvedenia roka, v texte príspevku sa niekoľkokrát spomína , po otvorení pripojeného internetového odkazu možno vidieť dátum 27.9.2024 (po podaní prihlášky zverejneného označenia), dôkazy č. 17 – 24;

- snímku obrazovky zo sociálnej siete TikTok s videom z profilu kurganandagregat - hudobnej skupiny Kurgan i Agregat. Na snímke a vo videu je obsiahnuté označenie  aj @silpo, príspevok má 75 400 pozitívnych hodnotení, po otvorení namietateľom uvedeného internetového odkazu je viditeľný dátum zverejnenia príspevku 27.7.2024, dôkaz č. 25;



- internetový odkaz na článok a strojový preklad tohto článku nazvaného „Postavy novej knihy Ireny Karpovej sa usadili v prvom Silpe v Buči“, ktorý bol publikovaný 18.12.2021 na webovej stránke silpo.ua. V článku je uvedené, že pri príležitosti otvorenia prvého supermarketu „Silpo“ v Buči v Kyjevskej oblasti napísala ukrajinská spisovateľka Irena Karpova knihu „Denník detektívnej veveričky“, ktorej atmosféra a postavy boli vytvorené v dizajne nového obchodu. V predajni si nakupujúci môžu vypočítať a prečítať detskú detektívku. V článku sú propagované ponúkané tovary (exotické ovocie a zelenina, výrobky ukrajinských farmárov, ryby, zákusky, čokolády, hotové jedlá aj pečivo z vlastnej pekárne) aj samotný supermarket, ktorý má rozlohu 1211 štvorcových metrov, 8 bežných pokladníc a osem samoobslužných, možné je aj online objednanie tovaru s doručením alebo vyzdvihnutím v predajni. Obsiahnuté sú aj informácie o sieti supermarketov s potravinami „Silpo“ ako jedného z najväčších národných reťazcov na Ukrajine, ktorý bol založený v roku 1998 a od roku 2021 má viac ako 320 supermarketov, je súčasťou jednej z najväčších obchodných a priemyselných skupín na Ukrajine – Fozzy Group. Opísaný je aj dizajnerský charakter jednotlivých predajní a ich tematické zameranie a vzťah k ekologickým technológiám, dôkaz č. 26;

- internetový odkaz na článok a strojový preklad tohto článku s názvom „Silpo začína spoluprácu s Novou Poshtou a rozširuje geografiu dodávok“. Článok bol publikovaný 13.12.2022 na webovej stránke silpo.ua. V originálnej podobe článku je latinkou uvedené „shop.silpo.ua“ a z prekladu vyplýva, že aj v prípade, ak v meste alebo obci nie je supermarket Silpo alebo nie je k dispozícii doručenie, na stránke shop.silpo.ua možno objednať všetko, čo zákazníci potrebujú, a vyzdvihnúť si objednávku na pobočke Nova Poshta. Obsiahnuté sú aj informácie o podmienkach poskytovania novej služby, dôkaz č. 27;

- internetový odkaz na článok a výtlačok s jeho strojovým prekladom, článok bol nazvaný „Režisérka Olena Kolyadenko a Silpo uvádzajú pop-up predstavenie „Siposipaki“ a publikovaný na webovej stránke silpo.ua 13.12.2020. Článok informuje o novom formáte divadelných predstavení, ktorým sú pop-up predstavenia „Silposipaki“ neodohrávajúce sa na javisku, ale v hale supermarketu. Režisérka Olena Kolyadenko informovala, že ide o netradičný formát pre Ukrajinu, profesionálni umelci sa zúčastnia turné, ktoré začne vystúpeniami v najväčších mestách Ukrajiny a prinesú prekvapenie pre hostí supermarketov a podporia hercov, ktorí majú počas karantény oveľa menej práce, dôkaz č. 28;

- internetový odkaz na článok publikovaný 29.5.2024 na webovej stránke silpo.ua a výtlačok jeho strojového prekladu s názvom „Silpo pozýva hostí do food courtu festivalu Knižný arzenál“. Článok je pozvánkou na podujatie – XII. Medzinárodný festival knižného arzenálu, ktorý sa konal 30.5. – 2.6.2024 v Kyjeve, jedno z najvplyvnejších literárnych a umeleckých podujatí vo východnej Európe. Z obsahu článku vyplýva, že knižný veľtrh bude spojený s chutnými jedlami a jedinečnou atmosférou, ktoré ponúka Silpo. Obsiahnutý bol aj odkaz na bližšie informácie dostupné na webovej stránke <https://book.artarsenal.in.ua>, dôkaz č. 29;

- internetový odkaz na článok z 22.7.2024, ktorý bol pod názvom „Vyskúšajte pravú mexickú kuchyňu so Silpom na Street Food Festivale“ zverejnený na webovej stránke silpo.ua, z predloženého strojového prekladu vyplynulo, že Silpo sa zúčastní 27. a 28. júla významného gastronomického festivalu – „Street Food. Chute sveta“ v Art Factory „Platforma“. Návštevníkom budú ponúkané autentické jedlá a v ponuke bude aj pivo z vlastného pivovaru Silpo, ktoré bude varené v mexickom štýle. Súčasťou festivalu budú aj živé vystúpenia hudobných kapiel a známych DJ-ov, majstrovské kurzy kuchárov a výstavy súčasného umenia. Pripravený je aj program pre deti, dôkaz č. 30;


- internetový odkaz na článok a strojový preklad tohto článku, ktorý bol pod názvom „Vychutnajte si darčkové poukážky od Mastercard na festivale The Glass spoločnosti Silpo“ publikovaný na webovej stránke mastercard.ua, kde bol uvedený slogan „Je lepšie festivalovať s Mastercard“. Obsiahnutý je odkaz na webovú stránku silpo.ua (napísaný latinkou), kde bolo možné kúpiť vstupenky na festival prostredníctvom platobnej karty Mastercard so zľavou 20 % a získať podrobnosti o festivale. Výtlačok obsahuje informácie o konaní festivalu 4. - 5. júna 2021 v Kyjeve a o možnosti získať degustačný čip za platbu kartou Mastercard, dôkaz č. 31;
- internetový odkaz na článok zverejnený na <https://bzh.life/ua> pod názvom „Festival miestnej gastronómie True & Local“ a výtlačok s jeho strojovým prekladom, na vyobrazenom plagáte k tomuto podujatiu je obsiahnuté označenie , uvedené sú dni konania festivalu 18. – 19.5. a miesto obchodné centrum Respublika Park Silpo. Cieľom podujatia bolo vyzbierať finančné prostriedky na obnovu Akadémie dekoratívneho a úžitkového umenia a dizajnu Mychajla Bojčuka, ktorá bola poškodená raketovým útokom, rok konania festivalu nie je obsiahnutý, dôkaz č. 32;
- internetový odkaz na článok „Festivity v štvrti Silpo“ a výtlačok s jeho strojovým prekladom, z ktorého vyplýva, že „Festirudzi“ je tematický festival konajúci sa v Silpe, kde návštevníkom ponúkajú kulinárske špeciality. Počas týždňa obchody ponúkajú produkty špeciálnej ponuky a ochutnávky a cez víkendy sa obchody menia na múzeá kulinárskych zážitkov: majstrovské kurzy pre deti a dospelých, ochutnávky, zoznámenie sa so šéfkuchármi. „Festirudzi“ je charakterizované v článku ako umelecké a kulinárske centrum, ktoré funguje na 100 %. Článok bol publikovaný na webovej stránke shuba.life, nie je datovaný, po otvorení internetového odkazu sú v dolnej časti stránky prezentované podujatia konajúce sa v roku 2025, dôkaz č. 33;
- internetový odkaz na článok a výtlačok so strojovým prekladom tohto článku nazvaného „Silpo Radio a Mastercard spúšťajú prvý MUV, hitparádu mladých ukrajinských interpretov“. Článok bol publikovaný 12.6.2023 na silpo.ua. Článok informuje o tom, že hitparádu povedie hudobný riaditeľ Silpo Radio. Dvakrát týždenne budú pridané dve vybrané skladby ukrajinských umelcov do playlistu Silpo Radio. Mladých ukrajinských hudobníkov bude možné počuť v rádiu do konca roka. Hitparáda bude zverejnená v rádiu s podporou spoločnosti Mastercard a Ukrajinskej agentúry pre autorské práva a súvisiace práva, dôkaz č. 34;
- internetový odkaz na článok a výtlačok strojového prekladu tohto článku nazvaného „Vasyl Baydak predviedol virálnu skladbu vo videu ukrajinského reťazca supermarketov“ z 27.2.2024 zverejneného na mmr.ua. Informácia sa týka vystúpenia umelca, ktorý sa stal hrdinom reklamy pre reťazec supermarketov Silpo, dôkaz č. 35;
- internetový odkaz na článok a výtlačok strojového prekladu článku s názvom „Spolupráca medzi reťazcom Silpo a reštauráciami Černomorka“, zverejnený na rau.ua 7.6.2024, obsahujúci okrem slovného označenia aj fotografiu predajne s označením . Článok je pozvánkou na najväčší festival ustríc na Ukrajine „Oyster Cruise“, zákazníci budú mať príležitosť počas celého júna v takmer 150 supermarketoch ochutnať ustrice z francúzskych a holandských fariem, dôkaz č. 36;
- internetový odkaz na článok a výtlačok so strojovým prekladom článku s názvom „Cirkus na kolesách, kde umelcami sú tovary a značky Silpo“. Článok bol 11.3.2024 (rok je viditeľný po otvorení predloženého internetového odkazu) publikovaný na allretail.ua a informuje o tom, že predajca navrhol žiarivé dekorácie pre svoje kamióny, dizajn novej značky premenil na cirkus na kolesách, kde umelcami sú produkty, značky a služby Silpo. Okrem slovného označenia je obsiahnuté aj obrazové označenie, dôkaz č. 37;
- internetový odkaz a výtlačok s jeho strojovým prekladom, článok bol 14.11.2023 publikovaný na silpo.ua pod názvom „Mavka sa vracia do Silpa: Reťazec znovu otvára supermarket v nákupnom centre Blockbuster Mall“. Článok hovorí o obnovení prevádzky dizajnérskeho supermarketu Silpo 1.12.2023 v nákupnom centre, ktoré je jedným z najobľúbenejších medzi obyvateľmi Kyjeva. Predajňa bola otvorená v novembri 2019 a jej dizajn je venovaný animovanému filmu „Mavka. Lesná Pieseň“, ktorý vytvorilo ukrajinské štúdio Animagrad (FILM.UA Group). Tento supermarket Silpo bol zatvorený pred inváziou, po znovuotvorení sa stane najväčším obchodom, ktorý reťazec otvoril počas invázie. Návštevníkov supermarketu Silpo privítajú postavy z tohto filmu. Silpo tak prispelo k podpore a popularizácii ukrajinskej kinematografie, dôkaz č. 38;
- výtlačok s vyobrazením aplikácie Mavka Silpo z App Store vývojára SILPO-FOOD LLC, dátum nie je obsiahnutý, dôkaz č. 39;
- internetový odkaz na článok a výtlačok so strojovým prekladom článku nazvaného „Na stanici Akademik Vernadsky v Antarktíde bola s podporou Silpa nainštalovaná umelecká inštalácia“ z 13.3.2023 a publikovaného na silpo.ua. Článok prináša informácie o umeleckej inštalácii „Home. Memories“, ktorú predstavila ukrajinská antarktická stanica „Akademik Vernadsky“ pri príležitosti 160. výročia narodenia Volodymyra Vernadského. Projekt podporila spoločnosť Silpo, dôkaz č. 40;


- internetový odkaz na článok a výtlačok so strojovým prekladom článku s názvom „Pohovka na kolieskach prejde 650 km na podporu Ozbrojených síl Ukrajiny a skončí na veľkom koncerte v Kyjeve 6. júla“ z 20.6.2024. Článok bol zverejnený na silpo.ua a hovorí o charitatívnom turné na podporu Ozbrojených síl Ukrajiny, mediálnym partnerom podujatia je aj Rádio Silpo, ktoré bude o výlete informovať v živom vysielaní každý deň. Podujatie má podporiť charitatívnu zbierku reťazca Silpo na taktickú medicínu pre ozbrojené sily. V článku je obsiahnutý odkaz na radio.silpo.ua a plus.silpo.ua (napísané latinkou), dôkaz č. 41;
- internetový odkaz na článok a výtlačok strojového prekladu tohto článku, ktorý bol 29.7.2024 zverejnený na silpo.ua pod názvom „Najpomalší rekord na Ukrajine: V Silpe obsluhovali zákazníka pri pokladni 16 minút“. Článok informuje o Dni obchodných pracovníkov. Pri príležitosti ktorého jednu pokladňu obsluhoval Amil Nasirov z kapely „Kurgan & Agregat“ a Silpo tím pripomenulo, že do supermarketu môžu prísť zákazníci nakupovať, ale aj komunikovať s ľuďmi, zabaviť sa. Informácie sa týkali aj špeciálnej ponuky reťazca Silpo v jeho mobilnej aplikácii, dôkaz č. 42;
- internetový odkaz na článok a výtlačok so strojovým prekladom článku zverejneného 27.5.2024 na silpo.ua pod názvom „Silpo láme rekordy: najmenší boršč sa varil na Ukrajine“. Informácie sa týkajú gastronomického rekordu vo varení najmenšieho boršču v histórii Ukrajiny, ktorý pripravil šéfkuchár siete Silpo Resto, dôkaz č. 43;
- internetový odkaz na článok a výtlačok jeho strojového prekladu, článok bol 22.12.2023 zverejnený na silpo.ua s názvom „Hostia Silpa vytvorili spevácky rekord Ukrajiny za najmasívnejšiu nahrávku „Shchedryk“. Článok informuje, že viac ako tristo hostí Silpa na Štedrý večer virtuálne zaspievalo legendárny „Shchedryk“ vo vysielaní Rádia Silpo, nahrávanie podporila spoločnosť Mastercard a zapojili sa aj známi umelci a mladí ukrajinskí interpreti, dôkaz č. 44;
- internetový odkaz na článok a výtlačok strojového prekladu tohto článku, ktorý bol pod názvom „Najaktívnejšie supermarkety: štúdia ukrajinskej mediálnej oblasti“ 2.8.2022 zverejnený na cases.media/en. V článku je uvedené, že analýza mediálnych aktivít ukrajinských a zahraničných lídrov na trhu sa vzťahuje na obdobie od 1.1. do 17.7.2022, zahŕňa supermarkety ATB, Silpo, NOVUS, Varus, METRO, Auchan, Fozzy, Fora a ECO-market. Analyzovaná bola mediálna prítomnosť obchodov s rýchloobrátkovým tovarom v informačnej oblasti Ukrajiny. Reťazec Silpo sa umiestnil na druhej pozícii, je súčasťou skupiny Fozzy Group, ale v porovnaní s inými predajňami korporácie sa Silpo spomína trikrát častejšie. Súčasťou článku sú aj grafy s podrobnými výsledkami analýzy, dôkaz č. 45;
- internetový odkaz na článok, jeho výtlačok s úradným prekladom do slovenského jazyka – „Silpo bolo zaradené medzi desať najefektívnejších značiek v Európe“. Článok z 5.10.2022 informuje o ôsmom mieste v rebríčku desiatich najefektívnejších značiek v Európe podľa Effie Awards Europe, na ktorom sa umiestnila sieť supermarketov Silpo. Z článku vyplýva, že Effie Awards Europe oceňuje od roku 1996 najefektívnejšie marketingové nápady v Európe, ide o najprestížnejšie ocenenie v oblasti marketingovej komunikácie, ktoré hodnotí kombináciu stratégie, kreativity a efektívnosti komunikácie na základe výsledkov trhu. V roku 2021 získal reťazec Silpo 7 ocenení v rôznych kategóriách a prvé miesto v rebríčku efektivity značiek v oblasti marketingovej komunikácie, uvedené sú aj tri kampane ocenené Effie Awards, dôkaz č. 46;
- internetový odkaz na článok, jeho výtlačok s úradným prekladom do slovenského jazyka – „Effie Awards Ukrajina 2021: Silpo sa stalo najefektívnejšou značkou“. Článok je zo 16.12.2021 a informuje, že sieť supermarketov Silpo získala sedem ocenení. Okrem iného je v článku uvedené, že organizátorom udeľovania ocenení je Celoukrajinská reklamná koalícia, ktorá v roku 2005 získala výhradné právo realizovať cenu na Ukrajine, dôkaz č. 47;
- internetový odkaz na článok a výtlačok strojového prekladu tohto článku, ktorý bol pod názvom „Silpo 20 rokov: top 20 málo známych faktov o vlajkovej lodi reťazca Fozzy Group“ 5.12.2018 publikovaný na rau.ua. Článok prináša zaujímavosti o zakladateľoch Silpo, o formovaní ich podnikania, ako aj o rozvoji siete, preberaní konkurentov, vlastnej produkcií a výsledkoch spoločnosti. V článku je okrem iného uvedené, že Silpo vzniklo v roku 1998 a „V priebehu rokov sa spoločnosti podarilo stať sa jedným z lídrov ukrajinského maloobchodného trhu s potravinami. Silpo je teraz reťazec obchodov, ktorý určuje trendy a stanovuje nové štandardy v maloobchode na Ukrajine.“ Podľa ďalších informácií z článku je jednou z najvýraznejších charakteristických čŕt siete Silpo dizajn interiéru predajní. Silpo otvára predajne v rôznych koncepcných štýloch, patrí medzi najväčších zamestnávateľov v krajine. Vernostný program Silpo bol spustený v roku 2006 a v súčasnosti je najväčší z hľadiska počtu zapojených používateľov v ukrajinskom maloobchode, sieť Silpo je súčasne aj jednou najziskovejších v sektore maloobchodu s potravinami na Ukrajine, dôkaz č. 48;
- internetový odkaz na článok a výtlačok strojového prekladu tohto článku, ktorý bol pod názvom „Silpo sa stáva plnohodnotným celoštátnym prevádzkovateľom“ 10.11.2011 zverejnený na allretail.ua a informoval

o tom, že otvorením 205. supermarketu bude Silpo pôsobiť vo všetkých oblastiach Ukrajiny, Silpo sa stalo prvým a jediným reťazcom supermarketov dostupným zákazníkom vo všetkých regiónoch krajiny, v súvislosti s kampaňou spojenou s vernostným programom je v článku obsiahnutý odkaz na [www.silpo.ua](http://www.silpo.ua), dôkaz č. 49;

- internetový odkaz na článok, jeho výtlačok s úradným prekladom do slovenského jazyka – „Tri supermarkety Silpo sa do rebríčka najlepších obchodov v Európe dostali už po šiestykrát“ z 19.7.2022. V článku sa hovorí, že popredný maloobchodný magazín European Supermarket Magazine (ESM) každoročne zostavuje zoznam najlepších obchodov v Európe (Europe's Finest Store), publikácia vyberá najpôsobivejšie a najinovatívnejšie koncepty dizajnu predajní, ktoré boli otvorené alebo renovované na európskom maloobchodnom trhu. V roku 2022 redakcia ESM vybrala celkovo 32 najlepších obchodov z 15 krajín Európy, Silpo sa stalo jediným ukrajinským maloobchodníkom, ktorého predajne boli zaradené do zoznamu najinovatívnejších, a to predajňa v Charkove, Umani a Kyjeve. Ďalšie vybrané supermarkety boli z Rakúska, Nemecka, Dánska, Portugalska, Švajčiarska, Holandska, Francúzska, Belgicka, Talianska, Bulharska, Slovinska, Fínska, Írska a Poľska. Silpo bolo do Europe's Finest Store zaradené už v roku 2017 a následne každý rok - 2018, 2019, 2020 aj 2021, dôkaz č. 50.

Namietateľ uviedol, že o jeho aktivitách pravidelne informujú ukrajinské médiá s celonárodným dosahom, ako aj prestížne portály Forbes, ePravda, New Voice, Innovation 24, Asociácia maloobchodníkov Ukrajiny (RAU.ua) atď. Namietateľ v tejto súvislosti predložil ukážky 29 článkov v podobe internetových odkazov na ne a výtlačkov článkov s ich strojovým prekladom. Ide o články publikované na webových stránkach:

- <https://innovation.24tv.ua/> z 11.11.2020 pod názvom „Silpo ReCycling: prvý „zelený“ supermarket otvorený neďaleko Kyjeva – svetlé fotografie“. Súčasťou článku sú fotografie, ktoré obsahovali text  aj

označenie predajne . Článok informuje o postavení supermarketu v Kyjeve v súlade s požiadavkami medzinárodného certifikačného systému BREEM pre environmentálnu udržateľnosť budov. Okrem podrobných informácií o ekologických riešeniach predajne, je súčasťou článku aj charakteristika Silpa ako jedného z najväčších národných reťazcov supermarketov s potravinami na Ukrajine s 272 supermarketmi vrátane 4 lahôdkární a internetového obchodu [silpo.ua](http://silpo.ua). Spoločnosť prevádzkuje projekt podpory a rozvoja malých ukrajinských výrobcov, ktorých produkty predáva. Sieť je súčasťou jednej z najväčších obchodných a priemyselných skupín na Ukrajine, Fozzy Group, dôkaz č. 51;

- <https://ru.interfax.com.ua/> z 29.4.2021 pod názvom „Reťazec Silpo zvýšil v roku 2020 obrat o 12,2 %“. Článok informuje o tom, že namietateľ je súčasťou obchodnej a priemyselnej skupiny Fozzy Group, o zvýšení obratu spoločnosti namietateľa v porovnaní s rokom 2019 – až na 49,7 miliárd UAH. Obsiahnuté sú aj ďalšie ekonomické ukazovatele z výročnej správy spoločnosti namietateľa a plán rozvoja do roku 2024, dôkaz č. 52;

- <https://www.village.com.ua/> z 24.6.2020 pod názvom „Pozrite si fotografie nového Silpa v štýle „starého Podila“: so Samsonom a kinom Žovtem“, ktorý sa týka otvorenia supermarketu Silpo v Podole, kde návrh fasády a interiéru je venovaný histórii územia, dôkaz č. 53;

- <https://rau.ua/> zo 7.4.2020 pod názvom „Všetci online: reťazec Silpo spustil internetový obchod“ o podmienkach využitia internetového obchodu, dôkaz č. 54;

- <https://interfax.com.ua/> z 29.4.2020 pod názvom „Silpo spúšťa donášku potravín domov vo veľkých mestách“, kde je okrem iného opäť uvedená aj charakteristika a história reťazca Silpo a skupiny Fozzy Group, dôkaz č. 55;

- <https://innovation.24tv.ua/> z 11.11.2020 pod názvom „Silpo ReCycling: prvý „zelený“ supermarket otvorený neďaleko Kyjeva – svetlé fotografie“, ktorý bol predložený aj ako dôkaz č. 51, dôkaz č. 56;



- <https://nv.ua/> z 1.4.2020 pod názvom „Silpo vyčlenilo 100 miliónov UAH na nákup a vybavenie pre nemocnice a ochranných prostriedkov pre lekárov“ – z obsahu je zrejmé, že spoločnosť podporila boj proti koronavírusu, dôkaz č. 57;

- [www.village.com.ua](http://www.village.com.ua) z 31.3.2021 pod názvom „Silpo testuje dodávku vzduchom“ s informáciou o testovaní leteckej dodávky nákupov prostredníctvom šiestich lietadiel do malých osád v oblasti Kyjeva, dôkaz č. 58;

- <https://biz.nv.ua/> z 21.5.2021 pod názvom „Rozvojové plány. Koľko supermarketov otvorí Silpo tento rok“, v ktorom sú informácie z vystúpenia riaditeľa rozvoja siete Silpo na tlačovej konferencii, dôkaz č. 59;

- <https://rau.ua/> z 8.7.2021 (dátum viditeľný po otvorení predloženého internetového odkazu) pod názvom „Čakacia doba 40 minút: Expresné doručenie Silpo začalo fungovať v 48 mestách krajiny“, v ktorom sú informácie o dostupnosti donášky rýchleho občerstvenia v 48 mestách v 24 regiónoch Ukrajiny prostredníctvom expresnej doručovacej služby Silpo, dôkaz č. 60;

- <https://rau.ua/> zo 7.8.2021 pod názvom „Trojitý úder: Silpo otvoril nové dizajnérske supermarkety v troch mestách Ukrajiny“ s informáciou, že národný reťazec potravinových supermarketov Silpo otvoril nové značkové predajne v Odese, Kamiansku a Umani. Text článku dopĺňajú fotografie predajní, dôkaz č. 61;
- <https://epravda.com.ua/> z 18.3.2022 pod názvom „Ministerstvo sociálnej politiky a „Silpo“ budú spolupracovať pri poskytovaní humanitárnej pomoci“, z ktorého vyplýva, že uzavreté memorandum sa týka poskytovania humanitárnej pomoci ľuďom zo zraniteľných kategórií a ľuďom postihnutým vojenskými akciami, dôkaz č. 62;
- <https://www.village.com.ua/> z 11.2.2022 pod názvom „Silpo spustilo zoznamku, na ktorej si môžete nájsť pár na základe vašich preferencií v jedle“, dôkaz č. 63;
- <https://forbes.ua/> z 5.4.2022 pod názvom „Silpo prišlo o 23 predajní, 68 bolo zatvorených. Ako funguje jeden z najväčších reťazcov supermarketov v čase vojny“, s informáciou o ťažkostiach spôsobených vojnovým konfliktom, pričom Silpo tvrdo pracuje na obnovení prevádzky mnohých obchodov aj dodávky potravín z internetového obchodu [shop.silpo.ua](http://shop.silpo.ua), dôkaz č. 64;
- <https://biz.nv.ua/> z 11.5.2022 pod názvom „Plus šesť obchodov a továrň. Silpo obnovil prácu v Kyjeve a oslobodených mestách regiónu hlavného mesta“ s informáciou o znovuotvorení predajní Silpo aj továrne na výrobu cukrovínok, praženej kávy a pekárenských výrobkov, dôkaz č. 65;
- <https://ua.interfax.com.ua/> z 2.9.2022 pod názvom „Silpo otvoril piaty supermarket v Užhorode“ informuje o otvorení predajne v Užhorode, ktorej plánovaný dizajn sa nemohol z dôvodu ruskej invázie na Ukrajinu uskutočniť, obsiahnutá je aj informácia o založení spoločnosti namietateľa začiatkom augusta 2016 a o jeho 299 fungujúcich supermarketoch v septembri 2022, dôkaz č. 66;
- [www.gamesradar.com](http://www.gamesradar.com) zo 7.10.2022 v anglickom jazyku a v preklade do slovenského jazyka pod názvom „Vývojár Stalker 2 pomohol navrhnuť supermarket s hernou tematikou v Kyjeve“, hovoriaci o otvorení jedinečného obchodu ukrajinského reťazca supermarketov Silpo v štýle hororovej FPS hry Stalker. Zachovanie autenticity zabezpečilo štúdio GSC Game World, ktoré sa podieľalo na vytvorení jedinečného dizajnu obchodu a ktoré stálo aj za hrou Stalker z roku 2007 a jeho očakávaným pokračovaním Stalker 2, dôkaz č. 67;
- [www.wiadomoscihandlowe.pl](http://www.wiadomoscihandlowe.pl) z 13.12.2022 v poľskom jazyku a v preklade do slovenského jazyka pod názvom „Obchodovanie na Ukrajine. 95 percent obchodov Silpo bude mať vlastné elektrocentrály a satelitný internet“. Zástupca siete supermarketov Silpo informuje o zabezpečení elektrickej energie a internetu v predajniach Silpo, ale aj vo všetkých fázach spracovania produktov. Generátory sú inštalované v predajniach aj výrobných podnikoch, kde sa spracúvajú potraviny. Snahou je umožniť zákazníkom platiť kartou, vybrať hotovosť, stretávať sa online alebo čítať aktuálne správy. Súčasne pokračujú práce na obnove predajní v oslobodených mestách, dôkaz č. 68;
- <https://dev.ua/> z 22.2.2023 pod názvom „Uklon a Silpo spustili spoločnú službu doručovania objednávok v 30 mestách Ukrajiny: ako to funguje“ prinášajúci informácie o spolupráci spoločnosti Silpo so službou Uklon, ktorá umožňuje objednanie áut na prepravu balíkov, dokumentov a pod. Teraz po vytvorení objednávky na webovej stránke Silpo a jej online uhradení, zákazník zadá doručovaciu adresu a Uklon objednávku doručí. V článku sa hovorí aj o tom, že Silpo vyvíja vlastnú dodávku „Loko“. Služba spolupracuje so sieťou Fozzy Group (materská spoločnosť Silpo), ale aj s partnermi tretích strán vrátane reštaurácií, dôkaz č. 69;
- <https://www.platfor.ma/> z 27.7.2023 pod názvom „Do zoznamu najlepších obchodov v Európe sa dostali tri supermarkety „Silpo“ s informáciou, že European Supermarket Magazine (ESM) každoročne vyberá najlepšie dizajnové koncepty pre európske obchody. V roku 2023 vybrali 29 najlepších obchodov z 15 európskych krajín a „Silpo“ sa stal jediným ukrajinským maloobchodníkom, ktorého obchody boli zaradené do zoznamu najinovatívnejších. Tohtoročný magazín okrem Ukrajiny predstavuje supermarkety z Rakúska, Nemecka, Talianska, Švajčiarska, Holandska, Belgicka, Bulharska, Malty, Andorry, Írska, Chorvátska, Poľska a Lotyšska, dôkaz č. 70;
- <https://biz.nv.ua/> zo 16.6.2023 pod názvom „Pôjdem do vzdialených hôr. Silpo spustilo dodávku v okruhu do 100 km v Ivano-Frankivskej oblasti – zoznam miest a obcí“, týkajúci sa novej možnosti pre obyvateľov regiónu, ktorí si môžu na webovej stránke alebo v mobilnej aplikácii Silpa objednať všetko potrebné, aj keď v ich meste alebo obci nie je supermarket Silpo, dôkaz č. 71;
- <https://thepage.ua/> z 24.7.2024 pod názvom „Tri supermarkety Silpo sa dostali do top 31 najlepších obchodov v Európe – foto“ hovoriaci o hodnotení Europe's Finest Store 2024, ktoré zahrnuje tri supermarkety reťazca Silpo. Redakcia European Supermarket Magazine vybrala v roku 2024 31 predajní z 19 európskych krajín a Silpo sa ukázal ako jediný ukrajinský predajca, ktorého predajne boli zaradené do zoznamu najlepších, dôkaz č. 72;

- <https://forbes.ua/> z 18.12.2023 pod názvom „Tvorca Silpo. Skvelý príbeh Volodymyra Kostelmana, ktorý si pre zábavu (nezabúdajúc na peniaze) buduje najkreatívnejšiu sieť obchodov“ informoval okrem iného o reťazci supermarketov, ktorý vlastní V. Kostelman a ktorý sa za 25 rokov tak rozrástol, že koncom roka 2022 mal 692 obchodov a z toho 301 Silpo, dôkaz č. 73;
- <https://bazilik.media/> z 29.7.2024 pod názvom „Silpo vytvoril ukrajinský rekord v najpomalšej obsluhu zákazníka“, informujúci o ukrajinskom rekorde, ktorý v Deň obchodných pracovníkov vytvorila sieť supermarketov Silpo, keď pri pokladni pracoval Amil Nasirov z kapely „Kurgan & Agregat“ a obsluhoval pár z Kyjeva 16 minút a 10 sekúnd. Uvedenou akciou chcelo Silpo pripomenúť zákazníkom, že do supermarketu môžu prísť nielen nakupovať, ale aj komunikovať s ostatnými ľuďmi, dôkaz č. 74;
- <https://rau.ua/> z 23.7.2024 s názvom „Tri supermarkety Silpo sa dostali do európskeho FinestStore 2024“ s rovnakou informáciou ako článok v dôkaze č. 72 spolu s uvedením, že Silpo bolo do európskeho rebríčka najlepších obchodov v Európe zaradené už ôsmy rok po sebe (od roku 2017); dôkaz č. 75;
- <https://forbes.ua/> z 21.6.2024 (rok je viditeľný po otvorení predloženého internetového odkazu) s názvom „Silpo otvorilo svoje prvé predajne v tomto roku. Namiesto Auchanu začali pôsobiť v Záporoží a Krivom Rohu“, obsiahnutá je aj informácia o reťazci supermarketov s potravinami Silpo, ktorý je jedným z najväčších na Ukrajine, dôkaz č. 76;
- <https://suspilne.media/> z 10.4.2024 (rok je viditeľný po otvorení predloženého internetového odkazu) pod názvom „Od 1. mája plánujú spustiť mestský autobus, ktorý bude premávať po novej trase zo „Silpa“ na ulici Mazepa do centra cez Nábřežnú“, dôkaz č. 77;
- <https://epravda.com.ua/> z 28.6.2024 (rok je viditeľný po otvorení predloženého internetového odkazu) pod názvom „Jeden z najväčších predajcov potravín začal prijímať prepitné“ informujúci o projekte prepitného pre zamestnancov Silpo, ktorý sa rozšíril do 95 predajní a do konca leta by sa mal rozšíriť na celú sieť. Projekt získal priaznivé recenzie od zákazníkov. Podobný projekt bol spustený v mobilnej aplikácii Silpo s prepitným pre kuriérov, ktorým sa tak zákazníci poďakovali za služby viac ako 17 000-krát, dôkaz č. 78;
- <https://autoconsulting.ua/> z 28.5.2024 pod názvom „Sieť Silpo“ naučí ženy riadiť kamióny zadarmo“, prinášajúci informáciu o nedostatku vodičov mužov, a preto sú firmy nútené robiť neštandardné kroky. Reťazec „Silpo“ spustil novú sezónu projektu pre vodičov a vodičky s možnosťou získať vodičský preukaz skupiny C na náklady spoločnosti. Na prvej „promócií“ vodičiek nechýbali ani zástupkyne Silpa, na fotografiách sú kamióny aj obchody označené  a , dôkaz č. 79.

V súvislosti s vynaloženými prostriedkami namietateľa na propagáciu značky „SILPO“ namietateľ predložil:

- kurzový lístok NBS vybraných cudzích mien voči EUR (platný od 4.11.2024), kde je pri Ukrajine uvedený kód meny - UAH, názov meny - ukrajinská hrivna a kurz v EUR 44,731, dôkaz č. 80; a
- účtovnú závierku spoločnosti namietateľa za rok 2021 (strojový preklad), príjmy z predaja sú vyčíslené na 72 784 231 tisíc UAH (viac ako 1,6 miliardy eur). Namietateľ poukázal na stranu 34 – náklady na reklamné služby predstavovali 267 240 tisíc UAH (5 974 380,18 eur). Namietateľ uviedol, že prepočet na eurá zodpovedá kurzu zo dňa 25.11.2024, dôkaz č. 81;
- účtovnú závierku spoločnosti namietateľa za rok 2022 (strojový preklad), kde sú príjmy z predaja vyjadrené sumou 69 990 601 tisíc UAH (1 564 700 118,486 eur), náklady na reklamné služby predstavovali 158 019 tisíc UAH (3 532 650,73 eur). Namietateľ uviedol, že prepočet na eurá zodpovedá kurzu zo dňa 25.11.2024, dôkaz č. 82;
- účtovnú závierku spoločnosti namietateľa za rok 2023 (strojový preklad), kde sú príjmy z predaja vyjadrené sumou 84 727 987 tisíc UAH (1 894 167 065,35 eur), náklady na reklamné služby predstavovali 241 071 tisíc UAH (5 389 349,67 eur). Namietateľ uviedol, že prepočet na eurá zodpovedá kurzu zo dňa 25.11.2024, dôkaz č. 83.

Namietateľ poukázal aj na silnú spotrebiteľskú základňu a predložil:

- výtlačok bez označenia jeho pôvodu a bez dátumu - s údajom 7 249 056, namietateľ uvedený doklad označil ako výpis z interného portálu namietateľa o počte zákazníkov v lojalitnom programe, dôkaz č. 84.

Na preukázanie nadobudnutej pozície spoločnosti namietateľa na príslušnom trhu predložil články v podobe internetových odkazov a výtlačkov s ich strojovým prekladom:

- <https://forbes.ua/> z 29.9.2023 - „Tržby najväčších predajcov za rok 2022 dosiahli 398,7 miliardy UAH, vypočítal Opendatabot. Viac ako 50 % z tejto sumy je v ATB, Silpo a Epicenter“. Informácia hovorí, že Silpo-Food podľa výsledkov minulého roka dosiahol obrat 69,9 miliardy UAH, uvádza sa v indexe Opendatabot –

Najlepšie podniky Ukrajiny 2022. Index zohľadňuje finančné ukazovatele spoločností za rok 2022 aj obchodnú reputáciu podnikov. ATB, Silpo a Epicenter tvoria viac ako dve tretiny tržieb 10 najväčších podnikov podľa tržieb. Index Opendatabot je založený na údajoch zo štátnych registrov, registrov Opendatabot, finančných výkazov spoločností, informácií o vzťahoch s Ruskou federáciou, sankčných zoznamov a ďalších analytických nástrojov služby, dôkaz č. 85;

- <http://shareuapotential.com/ru/BE/ukraine> z 8.3.2024 - „TOP 10 ukrajinských predajcov potravín“ obsahujúci tabuľku s hodnotením ShareUAPotential TOP desiatich ukrajinských maloobchodníkov s potravinami podľa objemu predaja za roky 2021, 2022 a 2023, kde sa Silpo nachádza na druhej pozícii. Lídrom je spoločnosť ATB Market a Silpo je veľkostne jeho najbližším konkurentom. Obrat spoločnosti Silpo-Food LLC, ktorá sieť prevádzkuje, sa v porovnaní s predchádzajúcim rokom zvýšil o 21 % a v sledovanom roku dosiahol takmer 85 miliárd UAH. Ďalej je tiež uvedené, že v roku 2022 dosiahli maloobchodné tržby Silpo-Food 62 miliárd UAH z celkového obratu 69,5 miliárd UAH; maloobchodné tržby siete Silpo v roku 2023 možno odhadnúť na 76 miliárd UAH; ku koncu roka 2023 fungovalo v sieti Silpo 312 supermarketov, dôkaz č. 86.

Namietateľ v súvislosti s prihlasovateľom predložil nasledujúce doklady:


- výpis z obchodného registra spoločnosti prihlasovateľa – Dnepr Wood s. r. o., ktorá bola do registra zapísaná 13.4.2021 a jej jediným spoločníkom a konateľom je Artem Karasov. Predmetom podnikania je okrem iného kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) alebo iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod), dôkaz č. 87;

- výpis zo živnostenského registra firmy Artem Karasov s označením – podnik zahraničnej osoby, pričom ako vedúci podniku zahraničnej osoby je uvedený Artem Karasov, 49000 Dnipro, 3 typik ul. Odoevskogo 2a. Predmetom podnikania je tiež okrem iného kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) alebo iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod) s dňom vzniku oprávnenia od 12.10.2020, dôkaz č. 88;



- výpis z portálu FinStat týkajúci sa spoločnosti prihlasovateľa v oblasti maloobchodu v nešpecializovaných predajniach najmä s potravinami, nápojmi a tabakom. Obsiahnuté sú údaje o zisku, tržbách a celkových výnosoch za obdobie rokov 2021 až 2023 s uvedením, že spoločnosť Dnepr Wood s. r. o. v roku 2023 zvýšila zisk o 351 % na 14 696 € a tržby jej narástli o 138 % na 523 769 €, dôkaz č. 89;

- internetové odkazy a výtlačky s príspevkami prihlasovateľa na sociálnych sieťach:

- Instagram s profilom silpo\_sk – príspevky obsahujú označenie „SILPO“ v rôznych variantoch vyhotovenia,


fotografiu vstupu do predajne  a text v ukrajinskom jazyku. Niektoré vyobrazené príspevky sú datované – 24.10.2023, 10.9.2023, 28.8.2023,


- TikTok s profilom silpo.sk – príspevky obsahujú označenie „SILPO“ a ponuku rôznych potravinárskych výrobkov s textom v ukrajinčine z 29.8.2023, 30.8.2023, 21.12.2023,

- Facebook s profilom označeným  - príspevky obsahujú označenie „SILPO“ aj , ponúkajú rôzne potraviny a sú z 12.12.2023, 28.11.2023, 13.9.2023, 2.3.2023, 19.7.2023, 15.12.2023, dôkaz č. 90;

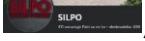
- výtlačky:

- z webovej stránky silpo-potraviny.sk s označením  a **SILPO POTRAVINY** s textom „obchod s rybami výrobkami a pochúťkami z rôznych krajín“ a kontaktnými údajmi spoločnosti prihlasovateľa, doklad nie je datovaný;

- z instagramového účtu prihlasovateľa silpo\_sk s označením  a s informáciou „Delikatesy z Ukrajiny: SILPO.SK“, texty príspevkov sú v ukrajinskom jazyku aj niektoré potraviny na fotografiách sú označené nápismi v azbuke, niektoré príspevky sú datované 18.12.2023, 21.11.2023, 3.10.2023, 3.9.2023;

- zo sociálnej siete TikTok z profilu silpo.sk s označením  a uvedením miest podnikania – Bratislava, Trenčín, Žilina a vyobrazením príspevkov s fotografiami obchodných prevádzok a ponúkaných tovarov, datovaný príspevok je napr. zo 7.12.2023;



- zo sociálnej siete Facebook z profilu prihlasovateľa SILPO a Silpo Žilina s označením , príspevky sú v ukrajinskom jazyku a datované napr. z 1.12.2023, 28.11.2023, 11.10.2023, 26.8.2023, 18.7.2023, 2.12.2023, 27.10.2023. Obsahujú vyobrazenie ponuky rozmanitých mäsových výrobkov, cukroví, rybiek špecialít, ochucovadiel, zaváranín a nápojov, dôkaz č. 91.

Namietateľ predložil výpis z registra WHOIS.SK-NIC s informáciami o doméne silpo-potraviny.sk na preukázanie vlastníctva tejto domény prihlasovateľom, z predloženého dôkazu vyplýva dátum vytvorenia 13.11.2023, ale držiteľ domény je označený len kódom, podľa ktorého ho nie je možné identifikovať, dôkaz č. 92.

Ďalším predloženým dokladom je výzva namietateľa na upustenie od porušovania práv zaslaná prihlasovateľovi z 20.8.2024, ktorou namietateľ vyzval prihlasovateľa okrem iného na ukončenie a zdržanie sa vykonávania maloobchodnej činnosti pod názvom „SILPO“ a späťvzatie prihlášky zverejneného označenia z dôvodu zásahu do práv namietateľa, a to v lehote do 31.8.2024, dôkaz č. 93.

Namietateľ predložil aj:

- snímku obrazovky vzťahujúcu sa na nákup spotrebiteľa v prevádzke prihlasovateľa v Bratislave – Petržalke z 20.5.2024, kde v hornej časti je obsiahnuté logo namietateľa aj so slovným označením v ukrajinskom jazyku



Сильпо, dôkaz č. 94;

- snímku obrazovky s výsledkami vyhľadávania kľúčového slova „SILPO“ v internetovom vyhľadávачi, kde sa prvé štyri odkazy vzťahujú na namietateľa a piaty na prihlasovateľa – jeho instagramový účet – Delikatesy z Ukrajiny: SILPO.SK (@silpo\_sk), doklad nie je datovaný, dôkaz č. 95.

Z analýzy namietateľom predložených dôkazov vyplýva, že na preukázanie argumentov uvedených v odôvodnení podaných námietok predložil doklady, z ktorých niektoré nie sú datované (napr. dôkaz č. 3, 32, 33, 39), niektoré sú z obdobia po relevantnom dátume, teda po dni podania prihlášky zverejneného označenia 6.8.2024 (napr. dôkaz č. 8 a 24), mnoho článkov, na ktoré namietateľ poukázal, bolo publikovaných na webovej stránke namietateľa silpo.ua, avšak množstvo dôkazných prostriedkov je z relevantného obdobia, namietateľ predložil aj 29 článkov publikovaných na stránkach rôznych ukrajinských a iných médií, a preto predložené dôkazy možno celkovo hodnotiť ako vzájomne sa dopĺňajúce, objektivizujúce a preukazujúce tvrdenia namietateľa.

Detailnou analýzou predložených dôkazov bolo zistené, že spoločnosť namietateľa je ukrajinskou obchodnou spoločnosťou, ktorá vznikla v auguste 2016 (dôkaz č. 1), je súčasťou skupiny Fozzy Group, jednej z najväčších obchodných priemyselných skupín na Ukrajine podnikajúcej v oblasti výroby a predaja potravín a reštaurácií (napr. dôkaz č. 45 – článok publikovaný na cases.media/en). Spoločnosť namietateľa pôsobí na území Ukrajiny predovšetkým v oblasti maloobchodu s potravinami, ako vyplýva z predloženého výpisu z registra podnikateľov a občianskych združení (dôkaz č. 1), ale aj z mnohých článkov prinášajúcich správy o obchodných aktivitách namietateľa, o počte otvorených supermarketov na celom území Ukrajiny, o dosiahnutých obchodných úspechoch, o výnimočnosti namietateľových predajní a ich dizajnských špecifikách, o spolupráci s inými podnikateľskými subjektmi, ale aj s umelcami, s influencerami a bloggermi, o zabezpečení prístupu obyvateľov k nákupu potravín počas pandémie koronavírusu a neskôr počas vojnovnej invázie na Ukrajinu, tiež o charitatívnych aktivitách namietateľa (dôkazy č. 31, 35 - 37, 48, 49, 51 – 79).

Spoločnosť namietateľa je v uvedených dôkazoch charakterizovaná ako líder ukrajinského maloobchodného trhu s potravinami a jeden z najväčších zamestnávateľov v krajine. Supermarkety, ktoré namietateľ prevádzkuje, sú definované ako reťazec, ktorý určuje trendy a stanovuje nové štandardy v maloobchode na Ukrajine, otvára predajne v rôznych koncepcných štýloch, vernostný program je v súčasnosti najväčší z hľadiska počtu zapojených používateľov v ukrajinskom maloobchode a sieť Silpo je jednou z najziskovejších v sektore maloobchodu s potravinami na Ukrajine (dôkaz č. 48). Dôkaz č. 51 informuje o Silpe ako o jednom z najväčších národných reťazcov supermarketov s potravinami s 272 supermarketmi vrátane štyroch lahôdkární a internetového obchodu, pričom spoločnosť namietateľa je zapojená aj do projektu podpory a rozvoja malých ukrajinských výrobcov.

Namietateľ upozornil na propagáciu svojej činnosti v záujme dostať sa do povedomia čo najširšej skupiny užívateľov prostredníctvom pôsobenia na sociálnych sieťach. Predloženými dôkazmi tak poukázal na svoje vlastné aktivity (dôkazy č. 8 – 14) aj spoluprácu so známymi influencermi a bloggermi (dôkazy č. 17 – 24), kde pri jednotlivých príspevkoch s vyobrazením označenia namietateľa sú pozitívne hodnotenia sledovateľov vyčíslené v tisícoch, desaťtisícoch, ako aj s výrazným presahom cez stotisíc.





Namietateľ sa v spolupráci so známymi umelcami zapájal do projektov, ktoré sú sprístupňované médiami širokému okruhu spotrebiteľov na Ukrajine, ako napr. spolupráca s najväčším ukrajinským animačným štúdiom Animagrad zo skupiny FILM.UA pri tvorbe dizajnového supermarketu Silpo podľa animovaného filmu „Mavka. Lesná pieseň“ (dôkaz č. 38) a ďalšie, ako bola napríklad umelecká inštalácia na ukrajinskej výskumnej stanici na Antarktíde (dôkaz č. 40).


Namietateľ popularizoval svoju činnosť okrem budovania rozsiahlej siete predajní na celom území Ukrajiny aj inými aktivitami, ktoré sa dotkli širokého okruhu verejnosti, napr. charitatívnym turné na podporu Ozbrojených síl Ukrajiny (dôkaz č. 41), príspevkom na nákup a vybavenie pre nemocnice (dôkaz č. 57), spoluprácou s ministerstvom sociálnej politiky (dôkaz č. 62) a niekoľkými národnými rekordmi, napr. najpomalším obslužením zákazníka, uvarením najmenšieho boršču, vytvorením speváckeho rekordu (dôkazy č. 42 – 44 a 74). K jeho dostupnosti pre širokú spotrebiteľskú verejnosť a vzbudenie záujmu verejnosti o činnosť namietateľa prispelo aj spustenie internetového obchodu a sprístupnenie nákupných aplikácií (dôkazy č. 54, č. 15 a 16), vytvorenie služby donášky potravín domov v roku 2020 (dôkaz č. 55), dodávka objednávok pomocou lietadiel v roku 2021 (dôkaz č. 58), spolupráca so službou UKLON na rozvoz objednávok (dôkaz č. 69), ale aj vytvorenie zoznamky na základe preferencií v jedle (dôkaz č. 63) alebo dizajnu predajne podľa hororovej hry Stalker (dôkaz č. 67).

Namietateľ zdôraznil, že za svoje marketingové počiny získal niekoľko ocenení, a to v roku 2021 sedem ocenení v rôznych kategóriách a prvé miesto v rebríčku efektivity značiek v oblasti marketingovej komunikácie, v roku 2022 bolo Silpo zaradené medzi desať najefektívnejších značiek v Európe a získalo ôsme miesto na základe hodnotenia Effie Awards Europe (dôkazy č. 46 a 47). Ocenení sa týka aj dôkaz č. 50, kde sa okrem iného hovorí o zaradení Silpa do Europe's Finest Store v roku 2017 a následne každý rok až do roku 2022. Konkurentmi v predmetnom hodnotení boli vybrané supermarkety z Rakúska, Nemecka, Dánska, Portugalska, Švajčiarska atď., pričom Silpo sa stalo jediným ukrajinským maloobchodníkom, ktorého predajne boli zaradené do zoznamu najinovatívnejších konceptov dizajnu predajní.

Rozsiahle obchodné aktivity namietateľa vedúce k nadobudnutiu poprednej pozície na príslušnom trhu potvrdzujú namietateľom predložené články ako dôkazy č. 85 a 86, z ktorých vyplýva, že spoločnosť namietateľa spolu s ďalšími dvoma predajcami tvoria viac ako dve tretiny tržieb 10 najväčších podnikov na Ukrajine podľa tržieb v roku 2022. V hodnotení Share UA Potential podľa objemu predaja za roky 2021 až 2023 sa v TOP 10 umiestnilo Silpo na druhej pozícii. Postavenie spoločnosti namietateľa sa odráža aj v jeho finančných výsledkoch, ktoré predložil formou účtovných závierok za roky 2021 až 2023 (dôkaz 81 až 83). V danej súvislosti poukázal namietateľ aj na to, že svoju pozíciu na trhu budoval počas niekoľkých rokov a na jej získanie bolo okrem iného potrebné vynaložiť aj nemalé investície na propagáciu značky „SILPO“, čo bolo tiež preukázané údajmi v predložených účtovných závierkach.

Na základe hodnotenia dôkazov jednotlivo, ako aj v ich vzájomných súvislostiach, možno konštatovať, že namietateľ prevádzkuje jeden z najväčších reťazcov supermarketov na Ukrajine, ktorý je kontinuálne budovaný a rozširovaný. Vďaka rozsiahlym aktivitám namietateľa v oblasti obchodu, marketingu, umenia a charity je dôvodné predpokladať, že reťazec supermarketov namietateľa je ukrajinskej verejnosti široko známy. Uvedené konštatovanie podporuje skutočnosť, že ide o predajne potravín a iného rýchloobrátkového tovaru, ktorého spotrebiteľom je široká verejnosť bez akéhokoľvek obmedzenia. Za preukázané je potrebné považovať aj vedúce postavenie tohto reťazca na príslušnom trhu. Oblúbenosť supermarketov namietateľa možno odvodiť zo zapojenia spotrebiteľov do vernostného programu, či počtu stiahnutí nákupných aplikácií. Známosť spoločnosti namietateľa a jeho prevádzok „SILPO“ na základe predložených dôkazov tak nie je možné spochybniť.

Všetky uvedené dôkazy zrejým spôsobom preukazujú naviazanosť aktivít namietateľa na označenie „SILPO“ používané v slovnej aj v obrazovej podobe, najčastejšie so slovným prvkom napísaným azbukou - „Сільпо“, ,  a v ich obmenách. Niektoré z predložených dôkazov obsahujú označenie namietateľa napísané latinkou, a to v prípade článkov obsahujúcich odkaz na webovú stránku namietateľa „www.silpo.ua“ alebo jeho internetový obchod „shop.silpo.ua“, tiež v príspevkoch na sociálnych sieťach, kde je uvedené @silpo, @silpoua. V článku (dôkaz č. 51) je na fotografii uvedené  a označenie predajne má nasledujúcu podobu .

Zrejme je aj to, že namietateľ si chránil ním používané označenie aj zápisom do registra ochranných známkov, keďže je majiteľom ochrannej známky EÚ  č. 18980090 s právom prednosti od 30.1.2024, teda so skorším právom prednosti, ako má prihláška zverejneného označenia.

Namietateľ predložil aj niekoľko dôkazov týkajúcich sa spoločnosti prihlasovateľa a jeho činnosti. Z predloženého výpisu z obchodného aj živnostenského registra vyplynulo, že jediným konateľom spoločnosti namietateľa je Artem Karasov, ktorý je v živnostenskom registri zapísaný ako podnik zahraničnej osoby s ukrajinskou adresou. Spoločnosť prihlasovateľa nesie v obchodnom mene pomenovanie podľa ukrajinskej rieky „Dnepr“, namietateľom predložené príspevky prihlasovateľa na sociálnych sieťach sú v ukrajinskom jazyku a odkazujú na potraviny a delikatesy z Ukrajiny. Uvedené skutočnosti v spojitosti s tým, že označenie intenzívne a vo veľkom rozsahu používané namietateľom v období pred podaním prihlášky zverejneného označenia nie je slovom s konkrétnym významom v slovenskom, ale ani v ukrajinskom jazyku (a ani v inom bežne používanom cudzom jazyku), nie je teda bežným slovom, ale naopak, ide o označenie jedinečné a originálne, vedú k záveru, že prihlasovateľ mal vedomosť o označení používanom namietateľom. Ide pritom o označenie, ktorého úspešnú a nezávislými subjektmi roky oceňovanú pozíciu na trhu namietateľ vybudoval s nemalým úsilím a vynaloženými investíciami.

Napriek tomu, že priama súvislosť medzi oboma subjektmi (namietateľom a prihlasovateľom) nebola preukázaná, je vzhľadom na uvedené skutočnosti a dôkazy predložené namietateľom potrebné považovať jeden z posudzovaných faktorov, ktorým je skutočná či predpokladaná vedomosť prihlasovateľa v čase podania prihlášky zverejneného označenia o označení namietateľa používanom v slovnej aj obrazovej podobe – za preukázanú. Podľa európskej judikatúry skutočná alebo predpokladaná vedomosť prihlasovateľa môže byť prejavom jeho konania v nie dobrej viere bez ohľadu na to, či tretia osoba používa zhodné alebo podobné označenie na území EÚ alebo mimo územia EÚ. V danom prípade tak nie je rozhodujúce, že namietateľ svoje označenie používal na území iného štátu – na Ukrajine. Jednak je to krajina susediaca so Slovenskom, a navyše, namietateľ svoje označenie používa predovšetkým v maloobchode s potravinami, teda v obchodnej oblasti, s ktorou prihlásené tovary a služby zverejneného označenia kolidujú. Uvedené konštatovanie zároveň nemôže ovplyvniť ani skutočnosť, že zverejnené označenie je napísané latinkou a namietateľ používa zhodné slovné označenie písané väčšinou azbukou. Prihlasovateľovi je ukrajinský jazyk známy, používa ho, vyplynulo to z namietateľom predložených dôkazov (dôkaz č. 90 a 91), navyše, tak ako na to poukázal namietateľ, je potrebné konštatovať, že ide o jazyk susednej krajiny, pričom na území Slovenskej republiky žila ukrajinská národnostná menšina a v súčasnosti počet ukrajinských občanov vzhľadom na inváziu výrazne narástol. Navyše, z predložených dôkazov vyplynulo, že aj namietateľ v istých súvislostiach používa označenie „SILPO“ napísané latinkou. Náhodný výber zverejneného označenia prihlasovateľom možno bezpečne vylúčiť.

Základnou podmienkou, ktorá musí byť splnená pre konštatovanie, že prihláška nebola podaná v dobrej viere, je zlý úmysel prihlasovateľa, resp. nečestné konanie, ktoré nie je v súlade s poctivými obchodnými zvyklosťami, pri jej podaní.

Namietateľ poukázal na činnosť prihlasovateľa, ktorá je z jeho pohľadu účelová, špekulatívna a úmyselne blokačná. Podľa názoru namietateľa sa prihlasovateľ snaží ťažiť z rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky namietateľa a tiež z vysokého povedomia o činnosti namietateľa a používaní označenia „SILPO“ na označovanie jeho služieb s cieľom vlastného obohatenia a znemožnenia potenciálneho vstupu namietateľa na slovenský trh, čím je naplnená podstata nečestného konania zo strany prihlasovateľa. Namietateľ uviedol,

že kontaktoval prihlasovateľa s cieľom vyriešiť vzniknutú situáciu zmierlivo. Namietateľ však na list - výzvu na upustenie od porušovania práv adresovanú prihlasovateľovi (dôkaz č. 93), neobdržal žiadnu odpoveď.

V danej súvislosti možno poznamenať, že prihlasovateľ prihlásil zverejnené označenie pre tovary a služby, ktoré kolidujú s obchodnými činnosťami namietateľa. Tieto skutočnosti súhrnne poukazujú na zámer prihlasovateľa využiť označenie patriace inému subjektu, navyše v konkurenčnom vzťahu, čím možno podanie prihlášky zverejneného označenia prihlasovateľom považovať za konanie s cieľom získať určité zvýhodnenie v jeho vlastný prospech. Takýmto konaním by prihlasovateľ mohol spôsobiť ujmu namietateľovi spočívajúcu v zásahu do jeho práv a v blokácii používania označenia na území Slovenskej republiky. Takéto konanie prihlasovateľa nesie zrejme znaky parazitujúceho a špekulatívneho konania.

Vzhľadom na uvedené možno konštatovať, že podaním prihlášky zverejneného označenia chcel prihlasovateľ získať neoprávnené zvýhodnenie, pretože chcel využiť označenie namietateľa, o ktorom vedel, že má výsadnú pozíciu na trhu v susednej krajine a tiež reputáciu presahujúcu hranice Ukrajiny, ktorej počet obyvateľov na Slovensku narastá, pričom zápis zverejneného označenia do registra ochranných známk by mohol viesť k vzniku ujmy na strane namietateľa, ktorý dosiahnutú pozíciu na trhu nadobudol s vynaložením vlastného úsilia a investícií.

Prihlasovateľ by na základe zápisu zverejneného označenia mohol brániť namietateľovi vstúpiť na trh v Slovenskej republike. Rovnako je potrebné poukázať na skutočnosť, že vychádzajúc z tovarov a služieb kolíznych označení je zrejme, že prihlasovateľ a namietateľ by v prípade ich používania na trhu boli navzájom v konkurenčnom postavení.

Vzhľadom na uvedené skutočnosti je potrebné uviesť, že okolnosti súvisiace s podaním prihlášky zverejneného označenia majú pôvod v konaní, ktoré možno hodnotiť ako konanie v rozpore s uznávanými štandardmi etického správania s cieľom získať neoprávnenú výhodu pre seba (mať prospech zo známosti už používaného a zavedeného označenia na trhu), čím paralelne dochádza k zásahu do práv namietateľa. Prihlášku zverejneného označenia je preto potrebné považovať za prihlášku, ktorá nebola podaná v dobrej viere.

Je bezpochyby, že zverejnené označenie nie je náhodne a nezávisle vytvoreným označením prihlasovateľa. Zároveň, možno podotknúť, že prihlasovateľ mal nespočetné množstvo variantov, ktoré si mohol zvoliť pre označenie svojich tovarov a služieb, napriek tomu si však prihlásil označenie používané iným subjektom, a to bez jeho súhlasu.

V tejto súvislosti možno konštatovať, že výlučné právo vyplývajúce z registrovanej ochrannej známky prináleží iba tomu, kto si registruje ochrannú známku s úmyslom vytvoriť si silnejšiu pozíciu na trhu budovaním svojho vlastného špecifického označenia, nie však tomu, kto chce využiť štátom garantované privilégium, ktoré mu poskytuje výlučné práva k určitému označeniu, s cieľom obmedziť doterajší priestor už existujúcim a na trhu pôsobiacim subjektom používajúcim zhodné alebo podobné označenie. Ak má prihlasovateľ v čase podania prihlášky ochrannej známky vedomosť o používaní určitého označenia iným subjektom a napriek tomu, bez dôvodu, ktorý by jeho konanie ospravedlňoval, si podá prihlášku ochrannej známky, predmetom ktorej je zhodné alebo podobné označenie, v dôsledku čoho môže dôjsť k zásahu do práv iného subjektu, podanú prihlášku ochrannej známky je potrebné považovať za prihlášku, ktorá nebola podaná v dobrej viere.

Na základe všetkých uvedených skutočností možno považovať za preukázané, že v zmysle známkovoprávnej praxe bolo konanie prihlasovateľa konaním nečestným a namietateľ je tak dotknutý na svojich právach prihláškou, ktorá nebola podaná v dobrej viere, a podmienky námietkového ustanovenia podľa § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach za naplnené.

Vzhľadom na absenciu dôvodu, ktorý by konanie prihlasovateľa ospravedlňoval, je v predmetnom prípade za podaním prihlášky zverejneného označenia potrebné vidieť nečestný úmysel prihlasovateľa, resp. snahu privlastniť si označenie veľmi podobné označeniam iného subjektu, v dôsledku čoho by prihlasovateľ mohol ťažiť z rozlišovacej spôsobilosti a známosti už skôr používaných označení v rovnakom segmente trhu. Zápisom zverejneného označenia ako ochrannej známky by prihlasovateľ získal výlučné právo na toto označenie a

mohol by tak brániť namietateľovi v rozšírení jeho podnikateľských činností na územie Slovenskej republiky pod označením, ktoré už má vďaka pôsobeniu namietateľa vybudované určité postavenie aj tradíciu. Prihlasovateľ tak zasahuje do právom chránených záujmov namietateľa.

Prihlasovateľ sa k podaným námietkam v stanovenej lehote do 13.2.2025 nevyjadril, pričom listom úradu z 10.12.2024 bol poučený, že ak sa v stanovenej lehote k námietkam nevyjadrí, úrad vo veci rozhodne v súlade s § 31 ods. 3 zákona ochranných známkach podľa obsahu spisu. Vyjadrenie prihlasovateľa k námietkam bolo podané a doručené úradu po stanovenej lehote, a to 24.2.2025, a hoci ho vzhľadom na nedodržanie lehoty nemožno vziať do úvahy, možno poznamenať, že prihlasovateľ v ňom neuviedol žiadnu skutočnosť, ktorá by ozrejnila jeho voľbu zverejneného označenia, či ospravedlnila jeho konanie pri podaní prihlášky zverejneného označenia.

Berúc do úvahy výsledok preskúmania naplnenia podmienok uplatneného ustanovenia podľa § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach a s prihliadnutím na hospodárnosť konania, je osobitné posudzovanie naplnenia podmienok ďalšieho uplatneného námietkového dôvodu podľa § 7 písm. a) bod 2. zákona o ochranných známkach bezpredmetné, pretože by nemalo vplyv na konečný výsledok tohto rozhodnutia.

Vzhľadom na tieto 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 v znení neskorších predpisov možno proti tomuto rozhodnutiu podať na úrade rozklad v lehote 30 dní od jeho doručenia. Včas podaný rozklad má odkladný účinok. Podľa § 40 ods. 5 uvedeného zákona podanie rozkladu len proti odôvodneniu rozhodnutia nie je prípustné. 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. Janka Boháčová  
poverená riadením oddelenia sporových  
konaní

#### **Doručiť:**

BRICHTA & PARTNERS s. r. o., Grösslingová 6-8, 811 09 Bratislava  
Advokátska kancelária JUDr. Jana Uhrinová s. r. o., Bezručova 1, 811 09 Bratislava