



*Banská Bystrica 27.06.2025
POZ 1219-2024/N-75-2025*

ROZHODNUTIE

Vo veci námietok namietateľa Chanel, 135, avenue Charles de Gaulle, 92200 Neuilly sur Seine, Francúzsko, zastúpeného v konaní spoločnosťou inventa Patentová a známková kancelária, s. r. o., Palisády 50, 811 06 Bratislava (ďalej namietateľ), proti zápisu slovného označenia „HELLO COCO“ do registra ochranných známk, prihláseného 2.5.2024 prihlasovateľom KO Brands Trading, s. r. o., Ružová 3416/10, 974 11 Banská Bystrica, Slovenská republika, zastúpeným v konaní spoločnosťou Lanikova Group, s. r. o., advokátska kancelária, Grösslingová 8, 811 09 Bratislava (ďalej prihlasovateľ), pod číslom spisu POZ 1219-2024 a zverejneného vo Vestníku Úradu priemyselného vlastníctva Slovenskej republiky 19.6.2024, 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 ochrannej známky „HELLO COCO“, číslo spisu POZ 1219-2024, sa zamietá pre všetky prihlásené tovary v triede 3 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Prihláška ochrannej známky zostáva v konaní pre všetky prihlásené tovary v triedach 11 a 21 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Odôvodnenie:

Proti zápisu slovného označenia „HELLO COCO“ do registra ochranných známk, číslo spisu POZ 1219-2024 (ďalej aj zverejnené označenie), boli 18.9.2024 podané námietky týkajúce sa prihlásených tovarov v triede 3 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Namietateľ podal námietky podľa § 30 v spojení s § 7 písm. a) bod. 2 a j) zákona č. 506/2009 Z. z. o ochranných známkach v znení neskorších predpisov (ďalej zákon o ochranných známkach) a odôvodnil ich tým, že je majiteľom staršej medzinárodnej slovnej ochrannej známky „COCO“ č. 363419, platnej na území Slovenskej republiky s právom prednosti od 13.11.1969, ktorá je zapísaná okrem iného aj pre tovary v triede 3 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Namietateľ v úvode uviedol porovnanie prihlásených tovarov zverejneného označenia v triede 3 a zapísaných tovarov staršej ochrannej známky v triede 3, ktoré sú podľa neho zhodné alebo podobné, pretože majú zhodnú povahu a sú určené pre identickú spotrebiteľskú verejnosť, so záujmom o rôzne prípravky, kozmetické výrobky či výrobky osobnej hygieny, okrem iného určené aj na ústnu hygienu a čistenie alebo bielenie zubov. Namietateľ poukázal na rozhodovaciu prax úradu, podľa ktorej tovary „*prípravky na čistenie zubov*“ prihlásené v triede 3 zverejneného označenia sú zhodné s tovarmi „*kozmetické prípravky*“ zapísanými v triede 3 staršej ochrannej známky, a na rozhodnutie úradu POZ 2033-2021/N-134-2022 z 20.12.2022.

Následne sa namietateľ venoval samotnému porovnaniu označení, pričom uviedol, že obe porovnávané označenia sú tvorené dištinktívnym slovným prvkom „COCO“, pričom zverejnené označenie obsahuje aj

dodatočný slovný prvok „HELLO“ a možno predpokladať, že spotrebiteľ bude pri výbere služieb dominantne vnímať práve zhodný slovný prvok „COCO“.

Pri porovnaní z vizuálneho hľadiska namietateľ uviedol, že staršia ochranná známka je plne začlenená do zverejneného označenia a súčasne je identifikovateľne oddelená od pridaného slova „HELLO“ a umiestnená na konci zverejneného označenia. Označenia sa líšia len prítomnosťou slova „HELLO“ ale obe obsahujú identický slovný prvok „COCO“, a teda je zřejmé, že označenia sú vizuálne vysoko podobné.

Z fonetického hľadiska namietateľ uviedol, že porovnávané označenia budú reprodukované ako „ko-ko“ a „he-lou ko-ko“, pričom podľa namietateľa tiež platí, že dominantným rozlišujúcim prvkom bude aj z fonetického hľadiska totožný prvok „COCO“. Podľa namietateľa vykazujú obe označenia vysoký stupeň podobnosti.

K porovnaniu zo sémantického hľadiska namietateľ podotkol, že v staršej ochrannej známke slovo „COCO“ odkazuje na známu prezývku Gabrielle Chanel, slávnej francúzskej módnjej návrhárky a zakladateľky spoločnosti namietateľa.

Pri zverejnenom označení sa podľa namietateľa spotrebiteľia prirodzene zamerajú na slovo „COCO“. Platí to o to viac, že slovo „HELLO“ vytvára formu pozdravu pred slovom „COCO“, a teda znie ako by niekto hovoril „Dobrý deň“ alebo „Ahoj“ osobe s menom Coco. Podľa namietateľa preto možno dôvodne predpokladať, že spotrebiteľia si budú zverejnené označenie spájať so slávnou osobnosťou Coco Chanel.

V tejto súvislosti namietateľ poukázal na rozhodnutie Súdu prvého stupňa T-256/04 vo veci Mundipharma AG, rozsudok Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97 a rozhodnutie Vitakraft-Werke Wührmann/ÚHVT-Kraft, T-356/02, podľa ktorých priemerný spotrebiteľ vníma ochrannú známku ako celok a nepristupuje ku skúmaniu jej rozličných detailov. Skutočnosťou tak zostáva, že spotrebiteľ si pri vnímaní slovného označenia toto označenie rozdelí na slovné prvky, ktoré budú mať pre neho konkrétny význam, alebo slová, ktoré pozná. Podľa namietateľa bude v prípade zverejneného označenia slovom, ktoré pozná zhodný slovný prvok „COCO“, ktorým je tvorená staršia ochranná známka a zároveň je obsiahnutý vo zverejnenom označení.

Podľa namietateľa má priemerný spotrebiteľ málo príležitostí priameho porovnania, a preto sa mu v pamäti uchová len čiastočná a nejasná predstava a teda označenie tvorené pridaním slovného prvku „HELLO“ môže vnímať aj ako rozšírenie známkového radu namietateľa, ktorého používaním by mohol prihlasovateľ parazitovať na ochranných známkach namietateľa. Namietateľ uviedol, že je okrem staršej ochrannej známky majiteľom viacerých ochranných známk obsahujúcich slovný prvok „COCO“, z ktorých na teritóriu SR sú platné napríklad známky: MOZ č. 1106809 „COCO NOIR“, MOZ č. 1446207 „COCO NEIGE“, MOZ č. 1197045 „COCO MADEMOISELLE“, MOZ č. 1457084 „ROUGE COCO“ a MOZ č. 1303973 „I LOVE COCO“.

Namietateľ uviedol, že prezývka Gabrielle Chanel „Coco“ je už dlhé roky synonymom luxusnej módy, parfémov a kozmetiky, o čom svedčí aj mnoho článkov, ktoré boli o nej napísané. Ako príklad namietateľ poukázal na nasledujúce články, ktoré predložil:

- a) Ikona Coco Chanel nedala v starostlivosti o svoje telo na túto vec dopustiť: Rituály boli podľa nej kľúčové (<https://feminity.zoznam.sk/c/907715/ikona-coco-chanel-nedala-v-starostlivosti-o-svoje-telo-na-tuto-jednu-vec-dopustil-ritualy-boli-podla-nej-klucove>).
- b) Fenomenálna Coco Chanel: Móda odchádza, štýl nikdy (<https://akademiakrasy.sk/coco-chanel/>).
- c) Portréty slávnych žien: Coco Chanel – synonymum módy a elegancie (<https://kamzakrasou.sk/lifestyle/volny-cas/portrety-slavnch-zien-coco-chanel-synonymum-mody-a-elegancie/11095>).
- d) Napriek konvenciám aj osudu. Coco Chanel vybudovala svoje impérium luxusu z biedy (<https://www.forbes.sk/napriek-konvenciam-aj-osudu-coco-chanel-vybudovala-svoje-imperium-luxusu-z-biedy/?srsltid=AfmBOoon7-Wbkz3Cs4nkwQfmPolksW58BH7kfOa4WeJS-Q0QGClSxwCY>).

Na základe uvedeného namietateľ skonštatoval, že porovnávané označenia sú vizuálne a foneticky podobné do takej miery, že používaním zverejneného označenia pre tovary v triede 3 by mohlo dochádzať

u spotrebiteľa k mylnej zámene v osobe poskytovateľa predmetných tovarov, čo by následne mohlo poškodiť komerčné záujmy majiteľa staršej ochrannej známky.

Ďalej namietateľ odôvodnil uplatnený dôvod podľa § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach a uviedol, že medzi prihlasovateľom a namietateľom už v minulosti prebehlo námietkové konanie a to aj pred EUIPO, pričom 26.9.2022 EUIPO rozhodol o zamietnutí identickej slovnej prihlášky „HELLO COCO“ č. 18491915 pre tovary v triede 3. Prihlasovateľ si bol teda v čase podania zverejneného označenia vedomý existencie starších práv namietateľa ako aj toho, že do nich prihláška zverejneného označenia bude zasahovať. Vzhľadom na uvedené nemožno podľa namietateľa považovať podanie prihlášky zverejneného označenia za podanie prihlášky v dobrej viere.

V závere namietateľ navrhol, aby úrad zverejnené označenie nezapísal do registra ochranných známk pre triedu 3 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Listom úradu z 2.10.2024 boli námietky odoslané prihlasovateľovi na vyjadrenie.

Prihlasovateľ sa k námietkam vyjadril v podaní doručenom úradu 2.12.2024, pričom uviedol, že sa nestotožňuje so závermi namietateľa o zhodnosti/podobnosti porovnávaných označení ani o zhodnosti prihlásených a zapísaných tovarov v triede 3 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

K vizuálnemu porovnaniu prihlasovateľ uviedol, že slovo „HELLO“ je výrazný slovný prvok, ktorý vizuálne odlišuje zverejnené označenie od staršej ochrannej známky, pričom práve prvé slovo je v slovnom spojení spotrebiteľmi prednostne vnímané. Spotrebiteľ vníma zverejnené označenie ako celok, ale väčšiu pozornosť bude venovať práve začiatku označenia.

Prihlasovateľ nesúhlasil ani s podobnosťou porovnávaných označení z fonetického hľadiska, podľa neho odlišnosť reprodukcie samotného slova „COCO“ vychádza z toho, že staršia ochranná známka referuje na prezývku francúzskej zakladateľky spoločnosti CHANEL, a teda používaná bola vo Francúzsku, kde sa vyslovuje ako „ko-ko“, zatiaľ čo časť zverejneného označenia prihlasovateľa spočívajúce v slove „coco“ vyjadruje aktívne organické uhlie kokosového stromu, pochádza zo španielčiny a neskôr bolo prebraté do angličtiny, pričom sa reprodukuje ako „kou-kou“. Navyše je súčasťou zverejneného označenia aj slovo „HELLO“, ktoré sa nachádza na prvom mieste, a teda mení celú dĺžku, rytmus a melódiu jeho výslovnosti. Pridanie rozlišovacieho prvku na začiatok označenia môže podľa prihlasovateľa výrazne ovplyvniť celkový dojem a vylúčiť pravdepodobnosť zámény.

K sémantickej podobnosti prihlasovateľ uviedol, že tvrdenie namietateľa, že prihlasované označenie zo sémantického hľadiska môže u spotrebiteľa vyvolávať dojem, že ide o pozdrav zakladateľky Gabrielle Chanel, prezývanej COCO, a tým vyvolávať dojem, že ide o ďalšiu ochrannú známku spoločnosti CHANEL v spojení s ich kozmetickými výrobkami, absolútne odmieta. Slovo "HELLO" je pôvodom anglické slovo, ktoré v slovenčine predstavuje univerzálny pozdrav „ahoj“, vyjadruje priateľskosť a otvorenosť. Slovo „COCO“ je pôvodom španielske a portugalské slovo pochádzajúce z roku 1550, pričom znamená kokos, kokosový strom. Do angličtiny a francúzštiny bolo prevzaté približne v tomto období, keď sa plodiny kokosového orecha priniesli do týchto krajín. Nakoľko francúzska módna návrhárka žila v období od 1883–1971, jej prezývka „COCO“ sa začala používať až neskôr. Podľa prihlasovateľa má slovo „COCO“ viac významov, v závislosti od jazyka, v ktorom sa používa. V rámci územia Slovenskej republiky je etablovaný význam slova „COCO“ ako kokosového stromu, kokosového orecha, prášku z kokosu, oleja a pod. Podľa prihlasovateľa teda zverejnené označenie „HELLO COCO“ vyjadruje priateľský vzťah k prírodným ingredienciám v produktoch prihlasovateľa, konkrétne ku zložke aktívneho organického uhlíka kokosového stromu.

Sémantické porovnanie prihlasovateľ uzavrel konštatovaním, že v kontexte všetkých atribútov vzťahujúcich sa na produkty, spôsob komunikácie a predaja, najmä s poukazom na výrobky, na ktoré sa vzťahuje, ich zloženie, účel a spôsob využívania ale aj na celú brandovú identitu prihlasovateľa a jeho výrobkov, najmä celkový dizajn produktov, grafiku obalov, grafické zobrazenie loga na týchto produktoch, cieľovú skupinu spotrebiteľov, predajné kanály a marketingové aktivity prihlasovateľa, je podľa prihlasovateľa vylúčené, aby

prihlasované označenie evokovalo u relevantných spotrebiteľom pozdrav zakladateľky spoločnosti CHANEL a vyvolávalo dojem, že ide o ďalšiu ochrannú známku namietateľa.

Vo vzťahu k posudzovaniu vizuálnej, fonetickej a sémantickej podobnosti označení prihlasovateľ poukázal na rozsudok Najvyššieho súdu SR z 28. februára 2018, sp. zn. 8 Sžh 2/2015 podľa ktorého *„Pravdepodobnosť zámeny možno konštatovať, ak z celkového dojmu označení, s prihliadnutím na ich jednotlivé vizuálne, fonetické a sémantické podobnosti, ako aj zhodnosť a podobnosť tovarov alebo služieb, na ktoré sa označenie a staršia ochranná známka vzťahujú, hrozí na trhu reálne nebezpečenstvo zámeny označení vo vzťahu k danej spotrebiteľskej verejnosti“*. Prihlasovateľ je preto presvedčený, že preukázal, že vizuálne, foneticky a sémanticky nie sú porovnávané označenia identické ani podobné, ale aj v kontexte citovaného rozhodnutia pri zohľadnení rozdielnosti tovarov, trhu kde sa tovary predávajú, ako aj relevantnej spotrebiteľskej verejnosti je vylúčené, že by hrozilo na trhu reálne nebezpečenstvo ich zámeny.

K podobnosti tovarov prihlasovateľ ďalej poukázal na rozsudok Najvyššieho súdu SR z 15. novembra 2017, spis. zn. 2 Sžh 1/2015, podľa ktorého je podstatou kompenzačného princípu to, *„že nízka miera podobnosti medzi dotknutými tovarmi alebo službami môže byť vyvážená vysokou mierou podobnosti medzi označeniami alebo ochrannými známkami, a naopak, ako aj skutočnosť, či ide o finančne náročné alebo nenáročné tovary dennej alebo sporadickej potreby, s čím súvisí miera pozornosti relevantnej spotrebiteľskej verejnosti“*.

Pri porovnaní tovarov používaných v rámci triedy 3 v súvislosti so staršou ochrannou známkou a zverejneným označením podľa prihlasovateľa jednoznačne vyplýva, že tieto tovary nielen, že majú nízku mieru podobnosti, ale dokonca sú úplne odlišné.

Prihlasovateľ poukázal na webovú stránku namietateľa, kde kozmetické produkty ponúkané v rámci svojho portfólia rozdelil namietateľ do 3 kategórií, a to parfumsy, make up a starostlivosť o pleť. V žiadnej kategórii namietateľ neponúka produkty dentálnej hygieny. Naopak prihlasovateľ ponúka výlučne produkty na bielenie zubov a s tým súvisiace produkty a neponúka žiadne produkty dekoratívnej kozmetiky, ani parfumsy.

Podľa prihlasovateľa je jednoznačné, že namietateľ pod značkou „COCO“ ponúka v rámci relevantného trhu, t. j. na území SR v rámci kozmetických výrobkov výlučne parfumsy, dekoratívnu kozmetiku a kozmetiku na starostlivosť o pleť. Prípravky ústnej hygieny namietateľ v súčasnosti vôbec neponúka a podľa prihlasovateľa ani v minulosti, minimálne počas predchádzajúcich 5 rokov vôbec neponúkal, a preto prihlasovateľa uviedol, že zvažuje v súlade s § 7c zákona o ochranných známkach podať návrh na zrušenie registrácie tejto ochrannej známky pre kategóriu prípravkov ústnej hygieny. Prihlasovateľ ponúka výlučne produkty určené na bielenie zubov a s tým súvisiace produkty.

Podľa prihlasovateľa namietateľ pôsobí v luxusnom segmente, kde ponúka exkluzívne a prémiové produkty, pričom produkty ústnej hygieny vôbec nevyrába ani minulosti nevyrábal. Absencia produktov ústnej hygieny pod značkou „COCO“ na trhu, podľa prihlasovateľa znamená, že pravdepodobnosť zámeny je minimálna, až žiadna. Produkty prihlasovateľa sú produktami bežnej dennej potreby, cenovo dostupné pre bežného spotrebiteľa, avšak namietateľ predáva luxusné produkty s vysokými cenami, ktoré nie sú produktami bežnej dennej potreby.

Prihlasovateľ ďalej uviedol, že ponúka svoje produkty prostredníctvom 8 vlastných internetových obchodov, medzi nimi aj cez internetový obchod hello coco.sk v rámci Slovenskej republiky. Prihlasovateľ ponúka svoje produkty aj cez najväčšie spoločnosti, ktoré sa zameriavajú na predaj širokej verejnosti, a to napr. DM drogerie, 101 drogerie, Teta drogéria, Benu lekáreň, Dr. max, Moja lekáreň, alza.sk, notino.sk a mnoho ďalších, a teda možno konštatovať, že prihlasovateľ využíva množstvo predajných kanálov na oslovenie čo najväčšieho rozsahu verejnosti, keďže ide o produkty dennej potreby, ktoré sú cenovo bežne dostupné.

Naopak namietateľ podľa prihlasovateľa využíva predajné kanály, ktoré sú významné pre segment luxusných tovarov. Produkty namietateľa sa predávajú len v predajniach značky CHANEL, luxusných obchodných domoch a vo vybraných parfumériách, nie v bežne dostupných drogériách určených pre bežného spotrebiteľa a v rámci Slovenskej republiky nemá ani vlastnú predajňu. Podľa prihlasovateľa je preto vylúčené, aby si priemerný spotrebiteľ v bežnej predajni drogerie či lekární, kde kupuje produkty na bielenie

zubov značky „HELLO COCO“ myslel, že ide o produkty patriace pod luxusnú značku CHANEL. Vzhľadom na to možno uviesť, že predajné aj distribučné kanály sú rozdielne.

Prihlasovateľ ďalej uviedol, že širokej verejnosti sa prezentuje ako moderná, inovatívna, prírodná a dostupná značka, ktorej víziou je budovanie budúcnosti v starostlivosti o úsmev. To odzrkadľuje aj identita jej značky, ktorá je založená na rozmanitej farebnosti a netradičných prvkoch. Grafické zobrazenie loga je založené na slovnom prvku „HELLO COCO“, ktorý je vytvorený prostredníctvom bodiek, čo vytvára technický až inovatívny dojem. Odkazuje na používanie LED svetiel pri bielení zubov. Primárnou farbou používanou pri komunikácii značky je výrazná fialová a čierna. Prihlasovateľ k uvedenému doložil dizajn manuál.

Podľa prihlasovateľa sa naopak namietateľ prezentuje ako tradičná, elegantná a luxusná značka. Na produktoch a ich obaloch sú použité rovné jednoduché línie a nevýrazné farby.

Prihlasovateľ ešte uviedol, že je obchodnou spoločnosťou, ktorá pôsobí v rámci Slovenskej republiky od roku 2018, pričom v tom istom roku došlo k uvedeniu na trh prvého výrobku pod označením „HELLO COCO“. Od toho času prihlasovateľ rozšíril svoje portfólio produktov na viac ako 30 ks a v rámci územia Slovenskej republiky je najznámejším výrobcom produktov na bielenie zubov. Jeho výrobky sa predávajú takmer vo všetkých drogériách a lekárňach.

Prihlasovateľ poukázal na to, že jeho značka je veľmi dobre známa takmer celému relevantnému spotrebiteľskému trhu, na sociálnej sieti Instagram na účte hellococosczech má 18 500 sledujúcich, hellococo_skusenosti má 3 287 sledujúcich, hellococo_EU má 2 608 sledujúcich, hellococo_hr má 2893 sledujúcich, v rámci marketingových aktivít spolupracuje s vyše 400 influencerami a príspevky prihlasovateľa na sociálnych sieťach majú desaťtisíce videní. Prihlasovateľ tiež uviedol, že jeho produkty boli viac krát vyhodnotené ako najlepšie produkty v rámci svojej kategórie (článok beautytypy.cz) a bol tiež viac krát zmienený v popredných slovenských web magazínoch ako napr. refresher, anbeauty.sk.

Podľa prihlasovateľa je pre relevantných spotrebiteľov značka prihlasovateľa „HELLO COCO“ všeobecne známa a ľahko rozpoznateľná, o čom svedčí aj skutočnosť, že za rok 2023 jeho obrat výlučne z predaja týchto produktov predstavoval sumu 1 009 583 € (export z finstat.sk).

Prihlasovateľ ďalej podotkol, že v súčasnosti sú zapísané stovky ochranných známkok obsahujúcich slovný prvok „COCO“ a ako príklad uviedol nasledujúce ochranné známky: „coco me“ č. 006786032, „ococo“ č. 009754128, „vita coco“ č. 012029914, „Cocoderm“ č. 013590369, „Cocosmetic“ č. 008930901, „Cococin“ 015096076, „Swanicoco“ č. 015300437, „Cocodent“ č. 015852197, „Rococo“ č. 015912711 a „COCOÀGE COSMETICS“ č. 016624512. V súvislosti s bielením zubov prihlasovateľ poukázal na to, že slovné označenie „COCO“ používajú aj iné subjekty, napríklad coco.glam, ktorej označenie je dokonca prihlásené aj ako ochranná známka.

Z uvedeného podľa prihlasovateľa jednoznačne vyplýva, že slovo „COCO“ je všeobecne používané slovo aj v súvislosti s inými produktami ústnej hygieny, pretože s kozmetickými výrobkami alebo výrobkami určenými na ústnu hygienu vo viacerých prípadoch výrobcovia referujú na ich zložku pochádzajúcu z kokosového stromu.

K podaným námietkam podľa § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach prihlasovateľ uviedol, že námietkové konanie pred EUIPO, na ktoré poukazuje namietateľ, sa týkalo prihlášky ochrannej známky na úrovni Európskej únie, ktorá sa posudzuje podľa práva EÚ a praxe EUIPO, pričom sa vychádza z okolností relevantných pre toto konanie. Národné prihlášky sú však posudzované nezávisle národnými úradmi podľa ich vlastných zákonov a praxe, pričom pri posudzovaní prihlášky úrad vychádza z právneho a skutkového stavu relevantného pre dané konanie. V konaní vedenom pred EUIPO sa prihlasovateľ k podaným námietkam kvalifikovane nevyjadril a nevyužil všetky dostupné argumenty, preto rozhodovací orgán vychádzal prevažne z tvrdení predložených namietateľom.

Prihlasovateľ uviedol, že registráciou ochrannej známky „HELLO COCO“ žiadnym spôsobom nezasahuje to práv majiteľa staršej ochrannej známky a jeho úmyslom je získať náležitú právnu ochranu pre označenie „HELLO COCO“ v súvislosti s jeho špecializovanými produktami.

Podľa prihlasovateľa by práve konanie namietateľa mohlo byť považované za konanie v zlej viere z dôvodu, že systematicky a opakovane napáda prostredníctvom námietkového konania prihlasované označenia, pri ktorých častokrát ani nie je nebezpečenstvo zámieny. V mnohých prípadoch boli námietky neskôr vzaté späť, či dokonca zamietnuté, pričom prihlasovateľ uviedol niektoré z uvedených konaní. Podľa prihlasovateľa by konanie namietateľa mohlo byť posudzované aj ako zneužívanie svojho dominantného postavenia na trhu na to, aby sa usiloval o kladenie prekážok menším podnikateľom a bránil tak riadnej hospodárskej súťaži.

V závere prihlasovateľ uviedol, že podľa neho je zverejnené označenie „HELLO COCO“ dostatočne odlišné od staršej ochrannej známky namietateľa, a to z hľadiska odlišnosti tovarov, reálneho používania na trhu, ako aj vizuálneho, fonetického a sémantického vnímania označení, a preto navrhol, aby úrad námietky zamietol a zverejnené označenie zapísal do registra ochranných známok pre všetky prihlásené tovary triedy 3 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Namietateľ podaním doručeným úradu 7.5.2025 predložil rozhodnutie EUIPO č. B 3 220 491 zo 14.4.2025, ktorým bola prihláška obrazovej ochrannej známky EÚ č. 1901942 „hello coco“ prihlasovateľa na základe námietok namietateľa zamietnutá pre všetky tovary v triede 3. Uvedené doplnenie v konaní o námietkach nemožno zohľadniť, keďže bolo podané až po lehote určenej § 30 ods. 1 zákona o ochranných známkach na podanie námietok proti zápisu označenia do registra.

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.

Predmetné námietky sú založené na ustanovení § 7 písm. a) bod 2. a písm. j) zákona o ochranných známkach.

Uplatnený námietkový dôvod - § 7 písm. a) bod 2. zákona o ochranných známkach

Podľa § 7 písm. a) bod 2. zákona o ochranných známkach sa označenie nezapíše do registra na základe námietok podaných podľa § 30 majiteľom staršej ochrannej známky z dôvodu zhodnosti alebo podobnosti označenia so staršou ochrannou známkou a zhodnosti alebo podobnosti tovarov alebo služieb, na ktoré sa označenie a staršia ochranná známka vzťahujú, existuje pravdepodobnosť zámieny na strane verejnosti; za pravdepodobnosť zámieny sa považuje aj pravdepodobnosť asociácie so staršou ochrannou známkou.

Podľa § 4 citovaného zákona je na účely tohto zákona staršou ochrannou známkou

- a) ochranná známka zapísaná v registri so skorším právom prednosti,
- b) medzinárodná ochranná známka s účinkami v Slovenskej republike so skorším právom prednosti,
- c) ochranná známka EÚ so skorším právom prednosti alebo so skorším právom seniority,
- d) označenie, ktoré je predmetom prihlášky ochrannej známky, ak bude zapísané ako ochranná známka uvedená v písmene a) alebo c).

V konaní o námietkach bolo zistené, že prihláška slovnej ochrannej známky „HELLO COCO“, číslo spisu , proti ktorej námietky smerujú, bola podaná prihlasovateľom KO Brands Trading, s. r. o., Ružová 3416/10, 974 11 Banská Bystrica, Slovenská republika a zverejnená vo Vestníku úradu pre tovary v triedach 3, 11 a 21 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Ďalej bolo zistené, že namietateľ Chanel, 135, avenue Charles de Gaulle, 92200 Neuilly sur Seine, Francúzsko je majiteľom medzinárodnej slovnej ochrannej známky „COCO“ č. 363419 (ďalej aj staršia ochranná známka), platnej na území Slovenskej republiky s právom prednosti od 13.11.1969, ktorá je zapísaná pre tovary v triedach 1 až 28 a v triede 34 a pre služby v triedach 35 až 42 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Z porovnania dátumov práva prednosti zverejneného označenia a ochrannej známky namietateľa vyplýva, že ochranná známka namietateľa má skoršie právo prednosti ako zverejnené označenie, a teda je vo vzťahu k zverejnenému označeniu staršou ochrannou známkou.

Porovnanie tovarov a služieb

Námietky sa týkali prihlásených tovarov zverejneného označenia:

v triede 3 – „*bieliace zubné krémy; bieliace zubné pasty; gély na bielenie zubov; hygienické prípravky na osvieženie dychu; kozmetické prípravky na starostlivosť o ústnu dutinu a zuby; neliečivé prípravky na čistenie zubov; neliečivé zubné pasty; osviežovače dychu; pásiky na bielenie zubov; prípravky na bielenie zubov; prípravky na čistenie zubov; prípravky na ústnu hygienu; prípravky pre starostlivosť o zuby; ústne vody; práškový prípravok na čistenie zubov; prúžky na bielenie zubov napustené prípravkami na bielenie zubov (kozmetické výrobky); spreje na osvieženie dychu; súpravy prípravkov ústnej hygieny; zubné pasty; zubné gély; zubný prášok vo forme pasty; prípravky na osvieženie dychu, nie na lekárske účely*“.

Staršia ochranná známka je okrem iného zapísaná pre tovary:

v triede 3 – „*bleaching preparations and other substances for laundry use, perfumery products, beauty products, soap products, make-up, essential oils, hair products, dentifrices*“ (v preklade „*prípravky na bielenie a iné látky na pranie, voňavkárské výrobky, kozmetické prípravky, mydlové výrobky, mejkap, éterické oleje, vlasové výrobky, prípravky na čistenie zubov*“).

Pri posudzovaní podobnosti tovarov a služieb, ako jednej z podmienok pravdepodobnosti zámieny, sa zohľadňujú všetky rozhodujúce okolnosti, ktorými sa vzťah medzi nimi vyznačuje. Tieto okolnosti zahŕňajú predovšetkým povahu tovarov alebo služieb, určenie a účel používania, distribučné kanály, ako aj konkurenčný alebo doplňujúci charakter tovarov alebo služieb. Podobnosť tovarov alebo služieb sa pritom posudzuje z pohľadu relevantného spotrebiteľa, t. j. spotrebiteľa, ktorému sú tovary a/alebo služby určené a ktorý by v dôsledku zhodnosti či podobnosti tovarov alebo služieb pri predpokladanej zhodnosti či podobnosti ochranných známk mohol byť uvedený do omylu čo sa týka výrobcu tovarov alebo poskytovateľa služieb.

Zverejnené označenie je v triede 3 prihlásené pre tovary týkajúce sa hygieny ústnej dutiny, čistoty a bielenia zubov.

Konkrétne prihlásené tovary v triede 3 „*bieliace zubné krémy, bieliace zubné pasty; gély na bielenie zubov; neliečivé prípravky na čistenie zubov; neliečivé zubné pasty; prípravky na čistenie zubov; práškový prípravok na čistenie zubov; zubné pasty; zubné gély; zubný prášok vo forme pasty*“ sú tovary určené na čistenie zubov, buď vo forme pasty alebo gélu alebo prášku, ktoré možno označiť za zhodné so zapísanými tovarmi pre staršiu ochrannú známku v triede 3 „*prípravky na čistenie zubov*“.

Ostatné tovary prihlásené pre zverejnené označenie v triede 3 „*hygienické prípravky na osvieženie dychu; kozmetické prípravky na starostlivosť o ústnu dutinu a zuby; osviežovače dychu; pásiky na bielenie zubov; prípravky na bielenie zubov; prípravky na ústnu hygienu; prípravky pre starostlivosť o zuby; ústne vody; prúžky na bielenie zubov napustené prípravkami na bielenie zubov (kozmetické výrobky); spreje na osvieženie dychu; súpravy prípravkov ústnej hygieny; prípravky na osvieženie dychu, nie na lekárske účely*“ sú tovary slúžiace na bielenie zubov, na dezinfekciu ústnej dutiny, ochranu proti zubnému kazu, podporu zubnej skloviny a odstraňovanie zápachu z úst. Ide o tovary, ktoré sú ponúkané ako doplnkový tovar k prípravkom na čistenie zubov, pre ktoré je zapísaná staršia ochranná známka, sú jednoznačne umiestňované v rovnakých sekciách na predajných miestach, ich distribučné kanály sú rovnaké a taktiež možno očakávať ich rovnaký pôvod. Porovnávané tovary majú rovnakú povahu, pretože ide rovnako o prípravky určené na starostlivosť o ústnu dutinu a zuby, zhodný účel, ktorým je hygiena, čistota, ochrana, zlepšenie vzhľadu zubov a ústnej dutiny. Možno teda konštatovať, že ide o tovary podobné vo vysokej miere s tovarmi zapísanými pre staršiu ochrannú známku v triede 3 „*prípravky na čistenie zubov*“.

Porovnanie tovarov, ktoré boli označené námietskami ako kolidujúce, možno uzavrieť konštatovaním, že všetky dotknuté prihlásené tovary zverejneného označenia v triede 3 možno označiť za zhodné a podobné vo vysokej miere so zapísanými tovarmi pre staršiu ochrannú známku.

Porovnanie označení

Zverejnené označenie (POZ 1219-2024)

Staršia ochranná známka (MOZ č. 363419)

HELLO COCO

COCO

Pri posudzovaní podobnosti označení alebo ochranných známok sa musia hodnotiť ich vizuálne, fonetické a sémantické podobnosti, pričom je nevyhnutné vychádzať z celkového dojmu, ktorý označenia u bežného spotrebiteľa môžu vyvolať s ohľadom na dominantné a rozlišovacie prvky. Označenia alebo ochranné známky sa vždy porovnávajú v takej podobe, v akej sú prihlásené, resp. zapísané.

Pri porovnaní z **vizuálneho hľadiska** možno uviesť, že obe porovnávané označenia sú slovnými označeniami písanými veľkými tlačnými písmenami. Zverejnené označenie pozostáva z dvoch slovných prvkov, z ktorých druhý „COCO“ je súčasne jediným slovným prvkom tvoriacim staršiu ochrannú známku. Je teda možné konštatovať, že celá staršia ochranná známka je súčasťou zverejneného označenia. Porovnávané označenia sa líšia slovným prvkom „HELLO“ umiestneným na začiatku zverejneného označenia.

Aj keď sa slovný prvok „COCO“ vo zverejnenom označení nachádza až za slovným prvkom „HELLO“, je v ňom zreteľne stvárnený a nezávislý. V tejto súvislosti je dôležité poznamenať, že hoci spotrebiteľ zvyčajne pripisuje väčší význam začiatku ochrannej známky, súčasne je potrebné prihliadnuť na zásadu, že hodnotenie podobnosti ochranných známok musí byť založené na celkovom dojme, ktorý tieto ochranné známky vyvolávajú. V tomto prípade nie je dôvod domnievať sa, že priemerní spotrebitelia, ktorí sú primerane informovaní, pozorní a obozretní, si zapamätajú a budú si všímať iba prvú časť zverejneného označenia „HELLO“ a pritom budú ignorovať jeho druhú časť. Naopak, je dôvodné predpokladať, že vizuálne si spotrebitelia všimnú aj druhý slovný prvok „COCO“, ktorý je rovnaký ako slovný prvok staršej ochrannej známky. Z vizuálneho hľadiska preto možno hovoriť o podobnosti označení.

Z **fonetického hľadiska** sa výslovnosť označení zhoduje v slovnom prvku „coco“, ktorý je v oboch označeniach zhodný, pričom zrejme nejde o slovenský výraz a pravdepodobne bude vyslovovaný ako „koko“, resp. „koukou“. Výslovnosť porovnávaných označení sa líši v zvukovej realizácii prvého slovného prvku zverejneného označenia „helou“, ktorý bude vo zverejnenom označení vyslovovaný pred slovom „coco“. Uvedený rozdiel však nepotlačí podobnosť označení z fonetickej stránky, založenú na prítomnosti zhodného slovného prvku „coco“, ktorý v nich oboch zaznie rovnako a tiež s prihliadnutím na to, že ide o pomerne krátke – jedno a dvojslovné označenie, kde jeden slovný prvok v nich predstavuje významnú - nezanedbateľnú časť označenia. Z fonetického hľadiska sú porovnávané označenia podobné.

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

Pri porovnaní zo **sémantického hľadiska** možno znova uviesť, že obe porovnávané označenia obsahujú rovnaký slovný prvok „coco“. Slovo „coco“ síce nemá v slovenskom jazyku význam, avšak spotrebitelia ho pravdepodobne budú poznať ako anglické slovo vo význame kokosová palma. Môžu ho teda spájať s jej plodom - kokosovým orechom a vnímať ho aj ako zmienku o chuti, vône, či zložke takto označených výrobkov. Taktiež je v tomto prípade možné a nemožno vylúčiť, že časť relevantnej spotrebiteľskej verejnosti bude tento slovný prvok spájať s prezývkou slávnej Gabrielle Chanel, resp. Coco Chanel.

Druhý slovný prvok vo zverejnenom označení „HELLO“ je slovenskej verejnosti dostatočne známy, bude ho vnímať ako anglický výraz pre pozdrav. S prihliadnutím na charakter dotknutých tovarov tak možno

predpokladať, že zverejnené označenie ako celok z významového hľadiska spotrebiteľom bude vnímaný ako pozdrav Ahoj Coco, v ktorom slovo „coco“ môže byť vnímané v súvislosti s kokosovým orechom alebo ako meno „Coco“.

Význam porovnávaných označení bude spájaný s rovnakým slovným prvkom „COCO“, ktorý je obsiahnutý v oboch označeniach. Možno pritom konštatovať, že spotrebiteľia budú význam tohto prvku vnímať rovnako v oboch prípadoch a možno vylúčiť, že by spotrebiteľia vnímali význam tohto slovného prvku rozdielne vo zverejnenom označení (súvislosť s kokosom) a inak v staršej ochrannej známke (súvislosť s menom Coco), tak ako to tvrdil prihlasovateľ. Z uvedeného dôvodu aj zo sémantického hľadiska možno hovoriť o podobnosti porovnávaných označení.

Celkové zhodnotenie

Pravdepodobnosť zámeny medzi označeniami sa chápe ako nebezpečenstvo spočívajúce v možnosti vytvorenia domnienky vo vedomí relevantnej verejnosti o ekonomicky súvisiacom či spoločnom pôvode dotknutých tovarov alebo služieb. Pravdepodobnosť zámeny musí byť posudzovaná celkovo podľa toho, ako príslušná verejnosť vníma označenie, resp. staršiu ochrannú známku a dotknuté tovary alebo služby, berúc do úvahy všetky činitele, ktorými sa vyznačuje daný prípad, predovšetkým vzájomnú previazanosť medzi podobnosťou označení a podobnosťou označovaných tovarov alebo služieb, kde nižšia miera podobnosti medzi označovanými tovarmi alebo službami môže byť kompenzovaná vysokou mierou podobnosti medzi porovnávanými označeniami a naopak. Celkové posúdenie pravdepodobnosti zámeny vo vzťahu k vizuálnej, fonetickej a sémantickej podobnosti porovnávaných označení sa má zakladať na celkovom dojme, ktorý tieto označenia vytvárajú, so zohľadnením najmä ich dominantných a rozlišovacích prvkov.

Na účely celkového posúdenia pravdepodobnosti zámeny je potrebné vyhodnotiť relevantnú spotrebiteľskú verejnosť s ohľadom na charakter kolíznych služieb, pričom sa má priemerný spotrebiteľ predmetných služieb považovať za riadne informovaného a primerane pozorného a obozretného, avšak miera pozornosti takéhoto spotrebiteľa sa môže meniť v závislosti od kategórie predmetných služieb.

V predmetnom prípade tvorí príslušnú skupinu relevantnej verejnosti vzhľadom na povahu námietkami dotknutých tovarov, široká spotrebiteľská verejnosť, pretože ide o tovary určené na každodenné použitie, a teda spotrebiteľia budú ich výberu venovať skôr nižšiu prípadne priemernú mieru pozornosti.

V danom prípade boli porovnávané označenia vyhodnotené ako podobné z vizuálneho, fonetického a sémantického hľadiska. Podobnosť zo všetkých hľadísk bola konštatovaná na základe spoločného slovného prvku „COCO“. Hoci sa tento slovný prvok vo zverejnenom označení nachádza na druhom mieste, prvý slovný prvok zverejneného označenia „HELLO“ spotrebiteľia poznajú ako pozdrav, ktorý smeruje ich pozornosť práve na druhý slovný prvok „COCO“. Slovo „HELLO“ vo zverejnenom označení pritom spotrebiteľia nebudú vnímať ako označenie pôvodu takto označených tovarov, ktorý by bol pre nich určujúcim prvkom, naopak týmto bude pre nich vo zverejnenom označení práve slovný prvok „COCO“.

Pri celkovom zhodnotení pravdepodobnosti zámeny medzi zverejneným označením a staršou ochrannou známkou je popri okolnostiach, akými sú miera podobnosti kolíznych tovarov, miera podobnosti označení či stupeň pozornosti priemerného spotrebiteľa, potrebné zobrať do úvahy aj rozlišovaciu spôsobilosť staršej ochrannej známky.

Staršia ochranná známka nemá priamu a zrejmu spojitosť so žiadnym z predmetných tovarov zapísaných v triede 3 z pohľadu verejnosti, preto možno charakterizovať jej vnútornú rozlišovaciu spôsobilosť ako priemernú.

Pravdepodobnosť zámeny sa vzťahuje na situácie, keď si spotrebiteľ priamo zamieňa samotné ochranné známky, alebo keď si spotrebiteľ vytvorí spojenie medzi kolidujúcimi označeniami a predpokladá, že tovary, na ktoré sa vzťahujú, sú od rovnakých alebo ekonomicky prepojených podnikov. Na trhu je bežnou praxou, že podniky robia variácie svojich ochranných známok, napríklad zmenou typu písma alebo farieb, alebo k nim

pridávajú slovné alebo obrazové prvky, aby označili nové produktové rady alebo dodali svojej ochrannej známke nový imidž.

V tomto prípade síce spotrebiteľia určite rozpoznajú prítomnosť prvého slovného prvku „HELLO“ vo zverejnenom označení, avšak vzhľadom na to, že jeho druhý slovný prvok „COCO“ je neprehliadnuteľný a zhodný so staršou ochrannou známkou, ktorá je tak plne zahrnutá vo zverejnenom označení ako identifikovateľný a rozlišovací prvok, môžu sa legitímne domnievať, že zverejnené označenie je prepojené so staršou ochrannou známkou, a že ide o tovary rovnakého pôvodu.

V tejto súvislosti je tiež nutné podotknúť, že prihlasovateľ má široký priestor na tvorbu svojho označenia, pričom mal možnosť svoje označenie komponovať tak, aby bolo na trhu jednoznačne odlišiteľné.

Berúc do úvahy skutočnosť, že kolízne tovary v triede 3 boli posúdené ako zhodné, resp. podobné vo vysokej miere s tovarmi zapísanými pre staršiu ochrannú známku možno konštatovať, že existuje pravdepodobnosť zámeny zverejneného označenia so staršou ochrannou známkou na strane spotrebiteľskej verejnosti, najmä na základe ich možnej vzájomnej asociácie, keď sa spotrebiteľ bude v prípade zhodných a podobných tovarov domnievať, že pochádzajú od jedného alebo od ekonomicky prepojeného subjektu. V danom prípade sú teda naplnené podmienky podľa § 7 písm. a) bod 2. zákona o ochranných známkach pre všetky prihlásené tovary v triede 3 medzinárodného triedenia tovarov a služieb.

Podľa namietateľa bola staršia ochranná známka široko používaná a požíva zvýšený rozsah ochrany, na preukázanie čoho predložil dôkazné materiály. V danej súvislosti je potrebné uviesť, že naplnenie podmienok uplatneného ustanovenia § 7 písm. a) bod 2. zákona o ochranných známkach bolo konštatované pri zohľadnení priemernej inherentnej rozlišovacej spôsobilosti staršej ochrannej známky. Vzhľadom na uvedené nebolo potrebné zaoberať sa v konaní posudzovaním zvýšenej rozlišovacej spôsobilosti staršej ochrannej známky, pretože by to nemalo vplyv na výsledok konania.

Prihlasovateľ poukázal na to, že z predložených dôkazov jednoznačne vyplýva, že namietateľ pod značkou „COCO“ ponúka v rámci relevantného trhu, t. j. na území SR, v rámci kozmetických výrobkov výlučne parfumy, dekoratívnu kozmetiku na starostlivosť o pleť a prípravky ústnej hygieny v súčasnosti vôbec neponúka. Taktiež tvrdil, že pri posudzovaní pravdepodobnosti zámeny je potrebné zohľadniť intenzitu používania staršej ochrannej známky na trhu a rozsah produktov, pre ktoré je ochranná známka skutočne používaná, resp. grafické a farebné stvárnenie loga prihlasovateľa a značky namietateľa, ako ich používajú na trhu. Upozornil aj na to, že jeho produkty sú zamerané na inú cieľovú skupinu, že pôsobi na trhu od roku 2018 a jeho značka „HELLO COCO“ je dobre známa a ľahko rozpoznateľná.

Argumenty prihlasovateľa nie sú v danom konaní relevantné, pretože výsledok tohto konania nie je závislý od toho, ako dlho a ako úspešne prihlasovateľ, prípadne namietateľ pôsobia na príslušnom trhu, pričom pri skúmaní pravdepodobnosti zámeny nie sú rozhodujúce špecifická povaha používania ochrannej známky či zvolené obchodné stratégie. V rámci uplatneného námietkového dôvodu podľa § 7 písm. a) bod 2. zákona o ochranných známkach sú predmetom porovnávania tovary a služby zverejneného označenia tak, ako ich prihlasovateľ uviedol v prihláške, so zoznamom tovarov a služieb, pre ktoré je staršia ochranná známka zapísaná a súčasne sa označenia vždy porovnávajú v takej podobe, v akej sú prihlásené, resp. zapísané. Predmetom posudzovania teda nie je forma ich používania a v tomto konaní nebolo predmetom ani posúdenie preukázania skutočného používania staršej ochrannej známky v zmysle § 32 zákona o ochranných známkach, keďže prihlasovateľ v konaní o preukázanie používania staršej ochrannej známky (§ 32 ods. 2 zákona o ochranných známkach) nepožiadala.

Prihlasovateľ sa tiež odvolal na existenciu ďalších ochranných znáмок obsahujúcich slovný prvok „COCO“, z čoho odvodil, že slovo „COCO“ je všeobecne používané slovo vo vzťahu k produktom ústnej hygieny. Uvedené nemožno považovať za rozhodujúce, pretože každé konanie pred úradom je samostatné, pri rozhodovaní v ňom zohrávajú úlohu konkrétne okolnosti daného prípadu, ktoré musia byť zobrazené do úvahy, pričom existenciu iných ochranných znáмок, obsahujúcich tiež slovo „COCO“ nemožno považovať za dôkaz, že ide o všeobecne používané slovo v súvislosti s predmetnými tovarmi v triede 3.

K ďalšiemu uplatnenému námietkovému dôvodu podľa ustanovenia § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach je možné uviesť, že posúdenie podmienok námietkového dôvodu podľa § 7 písm. a) bod 2. bolo vykonané vo vzťahu ku všetkým námietkami dotknutých tovarov a námietkam bolo vyhovené v plnom rozsahu, preto posudzovanie podmienok námietkového dôvodu podľa § 7 písm. j) zákona o ochranných známkach je bezpredmetné, keďže by nemalo vplyv na výsledok rozhodnutia.

Vzhľadom na všetky uvedené skutočnosti úrad rozhodol 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 Boháľová
poverená riadením oddelenia sporových
konaní

Doručiť:

inventa Patentová a známková kancelária s. r. o., Palisády 738/50, 811 01 Bratislava 1, Slovenská republika
Lanikova Group, s. r. o., Grösslingová 2479/8, 811 09 Bratislava 1, Slovenská republika