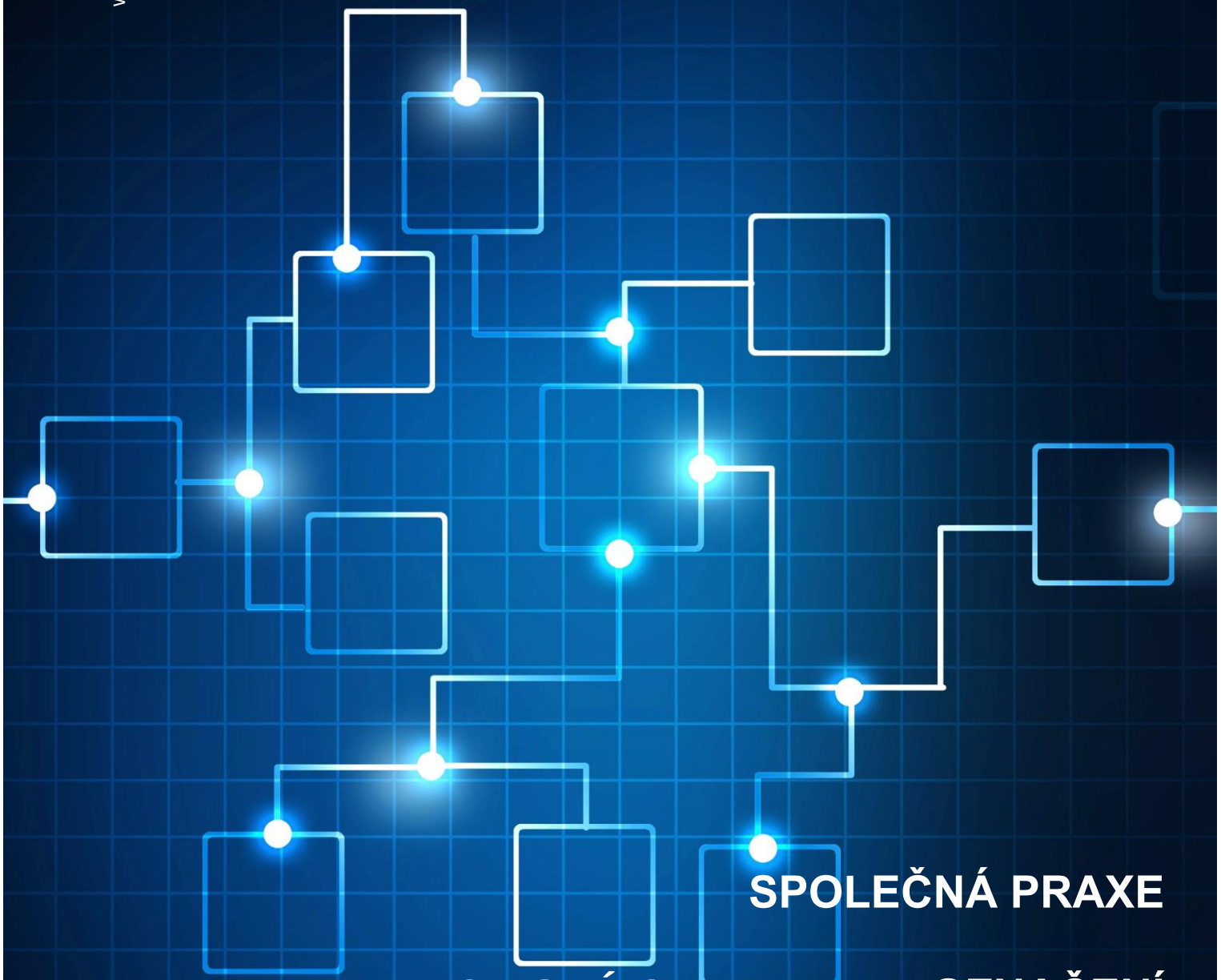
EUIPN

www.euipn.org

CS



SPOLEČNÁ PRAXE

POPISNÝ CHARAKTER OZNAČENÍ OBSAHUJÍCÍCH ZEMĚPISNÝ VÝRAZ

LISTOPAD 2026

OBSAH

1 ÚVOD 1

1.1 Cíl tohoto dokumentu 1

1.2 Souvislosti 1

1.3 Oblast působnosti praxe 2

1.4 Implementace 2

2 SPOLEČNÁ PRAXE 3

2.1 Obecný kontext 3

2.2 Jednotná kritéria pro posouzení, zda může označení v obchodním styku sloužit k označení zeměpisného původu výrobků nebo služeb 4

2.2.1 Obsahuje označení zeměpisný výraz? 4

2.2.2 Je zeměpisný výraz relevantní veřejnosti znám jako označení určitého místa? 5

2.2.3 Existuje v povědomí relevantní veřejnosti aktuální nebo potenciální souvislost mezi dotčenými výrobky či službami a zeměpisným výrazem? 7

2.2.3.1 Posouzení aktuální souvislosti 9

2.2.3.2 Posouzení potenciální souvislosti 9

2.3 Příklady ilustrující posouzení, zda je označení popisné z hlediska zeměpisného původu přihlašovaných výrobků nebo služeb 10

2.3.1 Příklady označení obsahujících zeměpisný výraz, která jsou podle čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách vyloučena ze zápisu 11

2.3.2 Příklady označení obsahujících zeměpisný výraz, která nejsou podle čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách vyloučena ze zápisu 16

1 ÚVOD

1.1 Cíl tohoto dokumentu

Tato společná praxe stanoví společné zásady pro posuzování toho, zda označení může v obchodním styku sloužit k označení zeměpisného původu přihlašovaných výrobků nebo služeb, a zda je tedy třeba jej považovat za popisné ve smyslu čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice (EU) 2015/2436 (směrnice o ochranných známkách) a čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení (EU) 2017/1001 (nařízení o ochranné známce EU) ([1]). Obsahuje řadu ilustrativních příkladů a slouží jako referenční materiál pro Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO), Úřad Beneluxu pro duševní vlastnictví a úřady duševního vlastnictví členských států (MS IPO) – souhrnně označované jako IPO; sdružení uživatelů (UA); přihlašovatele a jejich zástupce.

Dokument bude veřejně k dispozici a snadno dostupný a bude poskytovat jasné a komplexní vysvětlení zásad, na nichž je nová společná praxe založena. Zásady společné praxe jsou koncipovány tak, aby byly obecně použitelné, a mají za cíl obsáhnout velkou většinu případů, v nichž může vyvstat otázka zeměpisného původu podle čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách. **Ačkoli se posouzení, zda označení indikuje zeměpisný původ dotčených výrobků nebo služeb, bude vždy provádět případ od případu, zásady uvedené v tomto dokumentu slouží jako vodítko k tomu, aby k němu různé úřady duševního vlastnictví přistupovaly podobným a předvídatelným způsobem.**

1.2 Souvislosti

Úřady duševního vlastnictví a sdružení uživatelů od roku 2011 aktivně spolupracují na sbližování praxe v oblasti ochranných známek a průmyslových vzorů. Prostřednictvím konvergenčního programu (2011–2015) byla harmonizována praxe v sedmi oblastech týkajících se ochranných známek a průmyslových vzorů (CP1–CP7). V prosinci 2015 přijaly Evropský parlament a Evropská rada balíček reforem týkajících se ochranných známek EU ([2]), podle kterého se spolupráce s úřady členských států pro duševní vlastnictví za účelem podpory sbližování praxe a nástrojů v oblasti ochranných známek a průmyslových vzorů, zejména za účelem zavedení společných praxí, stala pro úřad EUIPO jedním z jeho hlavních úkolů (články 151–152 nařízení o ochranné známce EU). Následně byly v roce 2016 zahájeny projekty evropské spolupráce, které pokračovaly v rámci strategického plánu úřadu EUIPO do roku 2025. Jedním z nich byl projekt Analýza konvergence (později Analýza konvergence 2.0), který identifikoval oblasti, v nichž by sbližování praxe v oblasti ochranných známek a průmyslových vzorů bylo nejpřínosnější. V důsledku toho bylo v celé EU široce rozpracováno a implementováno osm dalších dokumentů společné praxe (CP8–CP15) ([3]).

Poté, co správní rada úřadu EUIPO v listopadu 2024 schválila strategický plán úřadu EUIPO do roku 2030, pokračovaly iniciativy v oblasti sbližování praxe podle nové metodiky. Činnost na projektu CP18 byla zahájena v říjnu 2025 pod názvem „Popisný charakter označení obsahujících zeměpisný výraz“. V rámci projektu zástupci úřadů duševního vlastnictví a sdružení uživatelů úzce spolupracovali prostřednictvím virtuální komunity (VC) na vypracování společných zásad. Vycházejí z různých zdrojů, zejména rozsudků Soudního dvora (SD) a Tribunálu, ze zprávy odvolacích senátů EUIPO *Zpráva o rešerši judikatury – popisný charakter ochranných známek označujících zeměpisný původ*, z metodických pokynů úřadu EUIPO, metodických pokynů úřadů členských států pro duševní vlastnictví (dostupných v databázi TMDN IP) a národní judikatury. Výsledkem spolupráce je společná praxe zformulovaná v tomto dokumentu.

([1]) Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2015/2436 ze dne 16. prosince 2015 o sbližování právních předpisů členských států týkajících se ochranných známek (TMD) a nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2017/1001 ze dne 14. června 2017 o ochranné známce Evropské unie (EUTMR).
([2]) Skládalo se to z EUTMR a TMD.
([3]) Síť duševního vlastnictví Evropské unie. „Společné postupy“. [Přístup 10. června 2025]: https://www.euipn.org/en/practices

1.3 Oblast působnosti praxe

Tato společná praxe stanoví soubor zásad pro posuzování popisného charakteru označení obsahujících zeměpisný výraz v souladu s čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách ([4]).

Do oblasti působnosti této společné praxe spadají tyto otázky:

- shoda na společných kritériích pro posouzení, zda označení tvořené zeměpisným výrazem nebo obsahující zeměpisný výraz bez jakéhokoli dalšího rozlišovacího prvku může v obchodním styku sloužit k označení zeměpisného původu výrobků nebo služeb, konkrétně posouzení:
  - **přítomnosti zeměpisného** výrazu v označení,
  - **znalosti tohoto zeměpisného** výrazu **alespoň nezanedbatelnou částí relevantní veřejnosti a**
  - existence **aktuální nebo potenciální souvislosti** mezi dotčenými výrobky nebo službami a zeměpisným výrazem v povědomí relevantní veřejnosti a
- ilustrativní příklady posuzování.

Do oblasti působnosti této společné praxe nespadají tyto otázky:

- popisný charakter zeměpisných výrazů podle čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách ve vztahu k jiným vlastnostem než zeměpisnému původu výrobků nebo služeb (např. kvalita, účel použití, tematické zaměření) ([5]);
- posouzení jakéhokoli jiného absolutního důvodu pro zamítnutí podle čl. 4 odst. 1 směrnice o ochranných známkách, zejména označení původu a zeměpisných označení ve smyslu čl. 4 odst. 1 písm. i) této směrnice;
- posouzení jiných druhů ochranných známek než slovních ochranných známek ([6]);
- rozlišovací způsobilost získaná užíváním (čl. 4 odst. 4 a 5 směrnice o ochranných známkách);
- kolektivní ochranné známky a garanční/certifikační známky (článek 27 směrnice o ochranných známkách);
- posouzení zeměpisných výrazů podle vnitrostátního práva, které nevyplývá z čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách, jako jsou předpisy o označování nebo právní předpisy zajišťující ochranu původu výrobků a služeb (např. pravidla pro používání označení „Made in“) a
- procesní aspekty.

1.4 Implementace

Tato společná praxe nabývá účinku ke dni určenému každým jednotlivým úřadem duševního vlastnictví. Datum implementace a další podrobnosti jsou uvedeny v tabulce níže.

Seznam implementujících úřadů

Úřady, které společnou praxi implementují, se mohou rozhodnout, že zveřejní na svých internetových

([4]) Zákaz uvedený v čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách je totožný se zákazem stanoveným v čl. 7 odst. 1 písm. c) a čl. 59 odst. 1 písm. a) nařízení o ochranné známce EU (EUTMR). V souladu s tím je třeba jakýkoli odkaz na čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách vykládat tak, že se vztahuje také na čl. 7 odst. 1 písm. c) nařízení o ochranné známce EU (EUTMR).
([5]) Zeměpisný výraz může podle čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách popisovat nejen zeměpisný původ, ale i další vlastnosti výrobků nebo služeb, jako je jejich kvalita či předmět. Tato společná praxe se zaměřuje pouze na popisný charakter ve vztahu k zeměpisnému původu.
([6]) Tato společná praxe odkazuje na několik příkladů judikatury týkajících se obrazových ochranných známek (např. 23/02/2022, T-806/19, Andorra (obr.), EU:T:2022:87; 03/07/2024, T-597/22, Sw Sophienwald (obr.), EU:T:2024:432). Pro účely této společné praxe se tato označení považují za slovní ochranné známky.

stránkách doplňující informace.

Pokud existuje nesoulad mezi překladem dokumentu společné praxe do kteréhokoliv z úředních jazyků Evropské unie a anglickým zněním, má přednost anglické znění.

2 SPOLEČNÁ PRAXE

2.1 Obecný kontext

V souladu s článkem 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách se do rejstříku nezapíší, a jsou-li zapsány, je možné prohlásit za neplatné ochranné známky tvořené výlučně označeními nebo údaji, jež mohou sloužit v obchodním styku mj. k označení **zeměpisného původu** výrobků nebo služeb.

Článek 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách sleduje cíl veřejného zájmu, totiž zajistit, aby popisná označení mohla být volně používána všemi a nebyla vyhrazena jako ochranné známky pouze pro jeden podnik ([7]).

Posouzení, zda může označení v obchodním styku sloužit k označení zeměpisného původu výrobků nebo služeb, je třeba provádět s ohledem **na dotčené výrobky nebo služby** a **na vnímání relevantní veřejností** ([8]). Tato relevantní veřejnost může být tvořena širokou veřejností a/nebo odbornou veřejností. Postačuje, aby tento důvod zamítnutí existoval pouze ve vztahu k nezanedbatelné části relevantní veřejnosti.

Zeměpisný původ odkazuje na **souvislost** mezi zeměpisnou lokalitou a dotčenými výrobky či službami, které vychází z vnímání relevantní veřejnosti a je výsledkem celkového posouzení uvedeného v oddíle 2.2. Zeměpisný původ může být relevantní veřejností vnímán různě v závislosti na kontextu a na dotčených výrobcích nebo službách.

U výrobků může být jejich zeměpisný původ v závislosti na konkrétním případě vnímán jako:

- místo, kde se výrobky í **vyrábí** nebo by se mohly **vyrábět** ([9]);
- místo, z něhož pochází složky/části výrobků ([10]);
- místo, kde byly výrobky **vymyšleny a navrženy** ([11]);
- místo, kde byly výrobky **zpracovány a/nebo upraveny** ([12]).

U služeb může být jejich zeměpisný původ v závislosti na konkrétním případě vnímán jako:

- místo, kde jsou služby **poskytovány** (tj. místo plnění) ([13]); nebo
- místo, odkud jsou služby **poskytovány** ([14]).

Výše uvedené seznamy jsou **demonstrativní**.

Není třeba zjišťovat, zda zeměpisný výraz označuje skutečný zeměpisný původ dotčených výrobků nebo služeb. Rozhodující je pouze to, zda relevantní veřejnost **může vnímat** tuto zeměpisnou lokalitu jako místo

([7]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 25.
([8]) 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, § 37.
([9]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 36.
([10]) 21/02/2024, T-756/22, AMAZONIAN GIN COMPANY, EU:T:2024:101, § 38-39.
([11]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 36.
([12]) 16/07/2025, T-105/23, Iceland, EU:T:2025:729, § 43, 52.
([13]) 13/06/2024, T-274/23, Acapulco, EU:T:2024:389, § 30, 39.
([14]) 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422, § 51.

původu dotčených výrobků nebo služeb ([15]).

2.2 Jednotná kritéria pro posouzení, zda může označení v obchodním styku sloužit k označení zeměpisného původu výrobků nebo služeb

Aby bylo možné rozhodnout, zda označení může označovat zeměpisný původ dotčených výrobků nebo služeb, a je tedy popisné ve smyslu čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách, je třeba posoudit následující kritéria.

- Zda označení **obsahuje zeměpisný** výraz bez jakéhokoli dalšího rozlišovacího prvku.
- Zda je zeměpisný výraz relevantní veřejnosti znám jako označení určitého místa ([16]).
- Zda je zeměpisný výraz v současnosti v povědomí relevantní veřejností spojován s dotčenými výrobky nebo službami, či zda lze důvodně předpokládat, že **taková souvislost může vzniknout v dohledné budoucnosti** ([17]).

Tato kritéria jsou **kumulativní**.

2.2.1 Obsahuje označení zeměpisný výraz?

Je třeba určit, zda označení obsahuje zeměpisný výraz, jak je definován níže, nebo na něj odkazuje.

Zeměpisný výraz je **jakýkoli název existující zeměpisné lokality**, **který představuje konkrétní zeměpisný bod nebo oblast**, například názvy:

- země ([18]);
- regionu, včetně samosprávných celků (např. provincií, států) ([19]);
- souostroví ([20]);
- města ([21]);
- městské čtvrti/přístavu ([22]);
- jezera ([23]);
- řeky a/nebo vodopádu ([24]), včetně jejich břehů a okolí ([25]) a
- hory nebo pohoří.

Tento seznam je **demonstrativní**.

Kromě toho může mít zeměpisný výraz různé **podoby odvozené od názvu zeměpisné lokality**, například:

- tvary přídavných jmen ([26]);
- zkrácené tvary/zkratky ([27]);

([15]) 15/10/2003, T-295/01, OLDENBURGER, EU:T:2003:267, §43
([16]) 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, §38.
([17]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, §31.
([18]) 16/07/2025, T-105/23, Iceland, EU:T:2025:729; 23/02/2022, T-806/19, Andorra (obr.), EU:T:2022:87.
([19]) 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422.
([20]) 05/03/2025, T-73/24, EAST INDIES GIN (obr.), EU:T:2025:208.
([21]) 20/11/2018, T-790/17, ST ANDREWS, EU:T:2018:811.
([22]) 17/05/2023, T-656/22, DEUTZER HAFEN, EU:T:2023:254.
([23]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230.
([24]) 27/04/2016, T-89/15, NIAGARA, EU:T:2016:244.
([25]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 34; 27/04/2016, T-89/15, NIAGARA, EU:T:2016:244, § 21 a 25.
([26]) 15/10/2003, T-295/01, OLDENBURGER, EU:T:2003:267, § 36, 39; 21/02/2024, T-756/22, AMAZONIAN GIN COMPANY, EU:T:2024:101, § 36-37; 14/09/2022, T-498/21 Black Irish, EU:T:2022:543, § 23.
([27]) 15/01/2015, T-197/13, MONACO, EU:T:2015:16, § 59; 13/06/2024, T-274/23, Acapulco, EU:T:2024:389, § 33.

- historické názvy, tj. dřívější zeměpisné názvy, které se již oficiálně nepoužívají ([28]);
- kódy zemí (např. ES pro Španělsko) ([29]);
- přezdívky (např. „Big Apple“ pro New York);
- překlady do jiných jazyků než do jazyka relevantní veřejnosti nebo
- verze s minimálními rozdíly v pravopisu ([30]).

Skutečnost, že označení může mít i jiný **význam než zeměpisný**, nevylučuje použití čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách ([31]).

Výrazy, které obecně nebo abstraktně označují kategorie či typy míst, aniž by identifikovaly konkrétní zeměpisnou lokalitu (např. „venkov“ ([32]), „starý statek“ ([33]), „vesnice“ nebo „les“), však nepředstavují zeměpisné výrazy ve smyslu této společné praxe.

2.2.2 Je zeměpisný výraz relevantní veřejnosti znám jako označení určitého místa?

Soudní dvůr stanovil, že čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách v zásadě nebrání zápisu zeměpisných výrazů, které nejsou relevantní veřejnosti známy, nebo jí alespoň nejsou známy jako označení zeměpisné lokality ([34]). Proto je rovněž třeba posoudit, zda je zeměpisný výraz relevantní veřejnosti znám jako označení určitého místa ([35]).

Při posuzování, zda je zeměpisný výraz znám jako označení určitého místa, je třeba vycházet z vnímání relevantní veřejnosti vymezené ve vztahu k dotčeným výrobkům a službám (viz oddíl 2.1). V závislosti na dotčených výrobcích a službách může tuto veřejnost tvořit široká veřejnost a/nebo odborníci, kteří mohou být obeznámeni s konkrétními zeměpisnými lokalitami díky své odborné znalosti v oblasti dotčených výrobků či služeb ([36]). Za relevantního spotřebitele se považuje spotřebitel, který je přiměřeně informovaný, pozorný a obezřetný.

Zeměpisný výraz může označovat původ příslušných výrobků nebo služeb pouze tehdy, pokud alespoň nezanedbatelná část relevantní veřejnosti ví, že se jedná o zeměpisnou lokalitu ([37]).

Příklad
„Baile Átha Cliath“ je irský název města Dublin, které je hlavním městem Irska. Ačkoli je Dublin všeobecně známé evropské město, relevantní veřejnost ve Slovinsku tento název nepozná, pokud bude napsán v irštině. Pokud je tento název přihlašován k zápisu jako slovinská ochranná známka, jelikož relevantní veřejnost nerozumí zeměpisnému výrazu jako označení zeměpisné lokality, nemůže popisovat zeměpisný původ.

Následující ukazatele mohou pomoci při posouzení, zda je zeměpisný výraz relevantní veřejnosti znám jako označení dotčené zeměpisné lokality:

([28]) 03/07/2024, T-597/22, Sw Sophienwald (obr.), EU:T:2024:432, § 56.
([29]) 06/06/2025, R0156/2025-2, IE., § 25, 27.
([30]) 13/09/2013, T-320/10, CASTEL, EU:T:2013:424, § 70 a 74–77.
([31]) 23/10/2003, C-191/01 P, DOUBLEMINT, EU:C:2003:579, § 32; 06/10/2017, T-878/16, KARELIA, EU:T:2017:702, § 37-38; 21/02/2024, T-756/22, AMAZONIAN GIN COMPANY, EU:T:2024:101, § 45.
([32]) 04/09/2024, T-470/23, Hinterland, EU:T:2024:585, § 35 a 37.
([33]) 27/06/2017, T-327/16, ANTICO CASALE, EU:T:2017:439, § 27.
([34]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 33.
([35]) 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, § 38.
([36]) 03/07/2024, T-597/22, Sw Sophienwald (obr.), EU:T:2024:432, § 62.
([37]) 25/10/2018, T-122/17, Devin, EU:T:2018:719, § 48.

- velikost/rozloha zeměpisné lokality ([38]);
- počet obyvatel v poměru k velikosti/rozloze dané zeměpisné lokality ([39]);
- zeměpisná blízkost dané lokality k příslušnému členskému státu (členským státům) EU ([40]);
- hospodářská činnost ([41]) nebo význam dané lokality v určitém hospodářském odvětví ([42]), například: cestovní ruch ([43]), zemědělství ([44]), těžba ropy, zemního plynu nebo dřeva ([45]), výroba skla ([46]);
- zda se v dané lokalitě konají významné události nebo akce ([47]), například: Grand Prix Formule 1, cirkusový festival ([48]), golfové turnaje ([49]), nakupování ([50]), mezinárodní veletrhy ([51]);
- zda má dané místo historickou hodnotu ([52]);
- další zvláštnosti, které dávají důvod se domnívat, že relevantní veřejnost zná dané místo, například: autonomie a specifický jazykový režim ([53]) nebo správní status (např. hlavní město) ([54]) daného místa, přítomnost knížecí rodiny ([55]), skutečnost, že se jedná o dějiště četných filmů ([56]), zmínka v názvu populární písně či alba ([57]), nebo jeho krajina či okolí ([58]).

Výše uvedený seznam je **demonstrativní**. V závislosti na konkrétním případu může k určení, zda relevantní veřejnost vnímá daný výraz jako označení místa, postačovat přítomnost jednoho či více ukazatelů.

Příklad
Knížectví Monako bylo považováno za známé „navzdory své rozloze přibližně 2 km² a počtu obyvatel nepřesahujícímu 40 000“ díky svým zajímavostem, mezi něž patří slavné mezinárodní sportovní akce, proslulost jeho knížecí rodiny, blízkost členských států EU a jeho měna ([59]).

Naopak, i když se mohou vyskytovat určité ukazatele, nemusí to nutně stačit k tomu, aby bylo možné prokázat, že relevantní veřejnost dané místo zná.

Příklad
„**Roraima**“ označuje brazilský stát ležící podél hranic s Venezuelou a Guyanou. Navzdory jeho rozloze přibližně 224 000 km² je však nepravděpodobné, že by široká veřejnost v EU znala Roraimu jako konkrétní

([38]) 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, § 43 a 46; 23/11/2022, T-701/21, Cassellapark, EU:T:2022:724, § 85; 21/02/2024, T-756/22, AMAZONIAN GIN COMPANY, EU:T:2024:101, § 37.
([39]) 02/06/2021, T-854/19, Montana, EU:T:2021:309, § 91; 01/09/2021, R 0834/2021-4, Chocolates benabarre, § 15.
([40]) 15/01/2015, T-197/13, MONACO, EU:T:2015:16, § 52; 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422, § 40.
([41]) 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, § 45.
([42]) 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422, § 40–41.
([43]) 23/02/2022, T-806/19, Andorra (obr.), EU:T:2022:87, § 65; 13/06/2024, T-274/23, Acapulco, EU:T:2024:389, § 33–34.
([44]) 15/10/2003, T-295/01, Oldenburger, EU:T:2003:267, § 37.
([45]) 08/07/2009, T-226/08, Alaska, EU:T:2009:257, § 23.
([46]) 03/07/2024, T-597/22, Sw Sophienwald (obr.), EU:T:2024:432, § 59.
([47]) 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, § 45.
([48]) 15/01/2015, T-197/13, MONACO, EU:T:2015:16, § 52.
([49]) 20/11/2018, T-790/17, ST ANDREWS, EU:T:2018:811, § 29.
([50]) 23/02/2022, T-806/19, Andorra (obr.), EU:T:2022:87, § 66.
([51]) 17/05/2023, T-656/22, DEUTZER HAFEN, EU:T:2023:254, § 33.
([52]) 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422, § 40; 03/07/2024, T-597/22, Sw Sophienwald (obr.), EU:T:2024:432, § 55 a 59.
([53]) 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422, § 40.
([54]) 15/10/2003, T-295/01, OLDENBURGER, EU:T:2003:267, § 37.
([55]) 15/01/2015, T-197/13, MONACO, EU:T:2015:16, § 52.
([56]) 13/06/2024, T-274/23, Acapulco, EU:T:2024:389, § 33
([57]) 28/02/2024, T-746/22, COMPTON, EU:T:2024:134, § 66.
([58]) 08/07/2009, T-226/08, Alaska, EU:T:2009:257, § 23; 21/02/2024, T-756/22, AMAZONIAN GIN COMPANY, EU:T:2024:101, § 37.
([59]) 15/01/2015, T-197/13, MONACO, EU:T:2015:16, § 52.

zeměpisnou lokalitu ([60]), jelikož se jedná o odlehlou, řídce osídlenou oblast, která je zmiňována mimo zeměpisný či vědecký kontext jen výjimečně.

Je-li prokázáno, že zeměpisný výraz **není** relevantní veřejnosti **znám** jako označení určitého místa, nelze označení považovat za popisné z hlediska zeměpisného původu výrobků nebo služeb ([61]). Naopak, je-li prokázána **znalost** zeměpisného výrazu, bude **stupeň** obeznámenosti relevantní veřejnosti s tímto zeměpisným výrazem relevantním faktorem při posuzování existence současné nebo potenciální souvislosti s dotčenými výrobky nebo službami (viz bod 2.2.3 níže).

2.2.3 Existuje v povědomí relevantní veřejnosti aktuální nebo potenciální souvislost mezi dotčenými výrobky či službami a zeměpisným výrazem?

Za předpokladu, že relevantní veřejnost zeměpisný výraz zná, je třeba posoudit, zda mezi tímto zeměpisným výrazem a dotčenými výrobky nebo službami existuje **dostatečně konkrétní a přímá souvislost**, aby bylo možné mít za to, že označení může sloužit k označení jejich zeměpisného původu ([62]). Existence takové souvislosti by měla být **posouzena v každém jednotlivém případě**, a to i v případech, kdy se zeměpisný výraz vztahuje na **země, regiony nebo větší města** ([63]).

Existují **dva možné typy asociace (souvislosti)**, které mohou popsat zeměpisný původ:

- **aktuální souvislost**, kterou má relevantní veřejnost mezi zeměpisným výrazem a dotčenými výrobky či službami nebo
- **potenciální souvislost**, což je důvodný předpoklad, že v dohledné budoucnosti může být tato souvislost prokázána ([64]).

Při posuzování existence aktuální či potenciální souvislosti budou relevantní následující faktory: nakolik je relevantní veřejnost obeznámena s ([65]):

- **zeměpisným výrazem** (tj. do jaké míry je daný zeměpisný výraz znám relevantní veřejnosti) ([66]), například větší či menší známost dané zeměpisné lokality, zejména v rámci příslušného hospodářského odvětví, a vyšší či nižší míra obeznámenosti relevantní veřejnosti s touto lokalitou ([67]);

- **charakteristickými rysy místa**, které tento výraz označuje (tj. to, co o daném místě ví relevantní veřejnost), například:

([60]) Tento závěr odráží okolnosti v době, kdy byl tento návrh společné praxe vypracován. Názory relevantní veřejnosti se mohou v průběhu času měnit, například v důsledku mezinárodních událostí.
([61]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 33; 28/02/2024, T-746/22, COMPTON, EU:T:2024:134, § 75.
([62]) 15/01/2015, T-197/13, MONACO, EU:T:2015:16, § 58; 14/12/2022, T-526/20, Devin, EU:T:2022:816, § 53.
([63]) 02/06/2021, T-854/19, Montana, EU:T:2021:309, § 97.
([64]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 31 a 37.
([65]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 32; 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, § 38 a 49.
([66]) Viz například 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, § 50 (zohledňuje se skutečnost, že relevantní veřejnost je „s městem Cloppenburg seznámena pouze v malé míře, nanejvýš v mírné míře“).
([67]) Viz například 23/02/2022, T-806/19, Andorra (obr.), EU:T:2022:87, § 47 (ve vztahu k tabáku ve třídě 34: zohledňuje se skutečnost, že relevantní veřejnost ve Španělsku zná a vnímá Andorru jako místo, kde je cena tabáku nižší než v sousedních zemích).

- jeho přírodní zdroje nebo šetrnost k životnímu prostředí ([68]) a/nebo
- jeho ekonomická prosperita, kvalifikovaná pracovní síla nebo dynamická ekonomika ([69]) a/nebo
- aktuální dostupnost předmětných výrobků nebo služeb v dané zeměpisné lokalitě ([70]) – čím více je trh s těmito výrobky nebo službami v dané lokalitě zavedený, tím vyšší je pravděpodobnost, že relevantní veřejnost by mohla tyto výrobky nebo služby s tímto místem spojovat a/nebo
- zda má v daném odvětví uznávanou tradici nebo vyvolává pozitivní asociace ([71]).

V úvahu by měly být brány pouze ty charakteristiky, které naznačují, zda by daná lokalitu mohla být vnímána jako místo původu dotčených výrobků nebo služeb.

- **kategorie daných výrobků nebo služeb** ([72]), mimo jiné:
  - povaha dotčených výrobků ([73]) nebo služeb, například zda jsou služby poskytovány nebo dodávány na místním trhu; a/nebo
  - zvyklosti v daném tržním odvětví a zvyklosti spotřebitelů ([74]), včetně toho, do jaké míry může být zeměpisný původ výrobků nebo služeb relevantní ([75]).

    Například: pokud je v obchodním styku běžnou praxí uvádět zeměpisný původ výrobků nebo služeb (v reklamě nebo při nabízení výrobků či služeb na trhu atd.) ([76]), nebo pokud jsou spotřebitelé zvyklí věnovat takovému původu zvláštní pozornost při posuzování vlastností výrobků nebo služeb ([77]). To může být důležité například u potravinářských výrobků ([78]) nebo u služeb místní dopravy.

Výše uvedený seznam příkladů je **demonstrativní**.

Všechny okolnosti v rámci každého z těchto faktorů by měly být zvažovány v rámci **celkového posouzení**. Zatímco tedy existují případy, kde pouhá přítomnost některých okolností nemusí být sama o sobě dostatečná k prokázání souvislosti mezi zeměpisným výrazem a dotčenou kategorií výrobků nebo služeb, existují i jiné případy, kde přítomnost několika faktorů může existenci souvislosti podporovat.

([68]) Viz například 27/04/2016, T-89/15, NIAGARA, EU:T:2016:244, § 43 (přihlíží se k tomu, že „první asociací, která se vybaví v souvislosti se slovem ‚niagara', je voda, a to především kvůli slavnému vodopádu stejného jména"). Viz také 16/07/2025, T-105/23, Iceland, EU:T:2025:729, § 36, 56, 68, pokud jde o ekologickou šetrnost.
([69]) Viz například 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422, § 41 (odkazuje se na klíčové charakteristiky regionu Jižní Tyrolsko, konkrétně na jeho prosperitu a dynamickou ekonomiku). Viz také 16/07/2025, T-105/23, ICELAND, EU:T:2025:729, § 39.
([70]) Viz například 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422, § 43 (skutečnost, že dotčené služby jsou v regionu Jižní Tyrolsko skutečně nabízeny různými podniky, je považována za relevantní).
([71]) 03/07/2024, T-597/22, Sw Sophienwald (obr.), EU:T:2024:432, § 67.
([72]) Viz například 21/02/2024, T-756/22, AMAZONIAN GIN COMPANY, EU:T:2024:101, § 38–39 (zohledňuje se skutečnost, že spotřebitelé si mohou vybrat konkrétní gin na základě jeho specifické chuti/aroma, a tedy i na základě jeho složení).
([73]) Viz například 08/07/2009, T-226/08, Alaska, EU:T:2009:257, § 27 (odkazuje se na povahu některých výrobků, které jsou vyrobeny z ovoce, jež nelze na Aljašce produkovat).
([74]) Odborníci z daného odvětví pravděpodobně znají zvyklosti daného tržního segmentu lépe než široká veřejnost.
([75]) Viz například 02/06/2021, T-854/19, Montana, EU:T:2021:309, § 102 (Soud odkazuje na zjištění odvolacího senátu, podle nichž je místo výroby nábytku obvykle irelevantní).
([76]) 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, § 50-51 (Soud poznamenává, že nebylo prokázáno, že je v obchodním styku běžnou praxí uvádět zeměpisný původ maloobchodních služeb).
([77]) 25/10/2005, T-379/03, Cloppenburg, EU:T:2005:373, § 49.
([78]) Pokud jde o důležitost obchodních praktik a spotřebitelských zvyklostí ve vztahu k potravinám/zemědělským produktům, viz 16/07/2025, T-105/23, Iceland, EU:T:2025:729, § 41 a 46; 15/10/2003, T-295/01, OLDENBURGER, EU:T:2003:267, § 42 a 08/09/2021, R 1787/2020-5, Marbella, § 58–61.

Příklady	
MONTANA ([79])	Samotná **přítomnost** průmyslové činnosti související s dotčenými výrobky nebo službami v dané zeměpisné lokalitě (americký stát Montana) nemusí sama o sobě stačit k prokázání souvislosti.
SUEDTIROL ([80])	Jako relevantní byla shledána skutečnost, že v daném regionu byly nabízeny stejné služby jako ty, kterých se věc týkala, a to spolu s dalšími faktory, jako je prosperita regionu a jeho dynamická ekonomika, jakož i to, že relevantní veřejnost byla s těmito charakteristikami obeznámena.

Na základě celkového posouzení lze dojít k závěru, že v povědomí relevantní veřejnosti existuje souvislost mezi zeměpisným výrazem a dotčenými výrobky či službami.

Posouzení bude záviset na druhu zkoumané souvislosti (aktuální nebo potenciální) a na vlastnostech dotčené zeměpisné lokality, jak je vysvětleno v následujících oddílech.

2.2.3.1 Posouzení aktuální souvislosti

Je-li zeměpisná lokalita **již proslulá nebo známá v souvislosti s danou kategorií výrobků nebo služeb** a je proto v povědomí relevantní veřejnosti **spojována** s těmito výrobky nebo službami, existuje **aktuální souvislost** ([81]).

V rámci tohoto posouzení lze zohlednit všechny faktory popsané v oddíle 2.2.3.

2.2.3.2 Posouzení potenciální souvislosti

Pokud relevantní veřejnost dosud nespojuje daný zeměpisný výraz s dotčenými výrobky nebo službami, je třeba posoudit, zda **lze důvodně předpokládat, že k takovému spojení může dojít v dohledné budoucnosti** ([82]).

Lze zohlednit všechny relevantní faktory uvedené v oddíle 2.2.3 ([83]), neboť mohou napomoci posoudit, zda lze důvodně očekávat, že relevantní veřejnost bude v dohledné budoucnosti vnímat zeměpisný výraz jako výraz spojený s dotčenými výrobky nebo službami, tedy zda je takové vnímání pravděpodobné a věrohodné.

Z výše uvedených faktorů mohou některé z nich mít **zvláštní význam pro posouzení potenciální souvislosti,** a mohly by ovlivnit jeho výsledek ([84]):

- **Velikost/rozloha** ([85]) **a ekonomický význam dané zeměpisné lokality:** obecně existuje souvislost mezi zeměpisnou velikostí, rozmanitostí výrobků a/nebo služeb dostupných v daném místě a odpovídajícími očekáváními ze strany spotřebitelů. To může platit zejména pro zeměpisné oblasti, které se vyznačují vysokou úrovní prosperity a hospodářského rozvoje, v nichž může působit široké spektrum hospodářských odvětví.

([79]) Viz například 02/06/2021, T-854/19, MONTANA (v souvislosti s nábytkem), EU:T:2021:309, § 98–99.
([80]) 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL (v souvislosti mimo jiné s řízením obchodní činnosti, balením a skladováním zboží, vědeckými a technologickými službami, právními službami), EU:T:2016:422, § 41, 43.
([81]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 29 a 30.
([82]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 31; 08/07/2009, T-226/08, Alaska, EU:T:2009:257, § 28.
([83]) 04/05/1999, C-108/97 a C-109/97, Chiemsee, EU:C:1999:230, § 32.
([84]) 15/12/2011, T-377/09, PASSIONATELY SWISS, EU:T:2011:753, § 41; 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422, 20/07/2016, § 44.
([85]) 20/07/2016, T-11/15, SUEDTIROL, EU:T:2016:422, § 44.

- **Povaha zeměpisné lokality**: některé zeměpisné lokality mohou být ze své povahy méně pravděpodobně vnímány jako zeměpisný původ výrobků nebo služeb (například hora či jezero), zatímco jiné – jako například země nebo hlavní města – mohou naznačovat, že relevantní veřejnost může důvodně očekávat, že výrobky a služby pocházejí z daného místa. V obou případech mohou být takové indicie vyvráceny relevantními skutečnostmi, jako jsou kategorie dotčených výrobků nebo služeb nebo charakteristiky zeměpisné lokality.

- **Obecná známost** zeměpisné lokality mezi relevantní veřejností **v souvislosti s širokou škálou výrobků nebo služeb a její image** mohou rovněž naznačovat potenciální souvislost ([86]).

Za určitých okolností, pokud je nějaké místo již spojováno s jistou kategorií výrobků nebo služeb, může být důvodné usuzovat, že by mohlo být spojováno i s jinými výrobky nebo službami ve stejném tržním odvětví ([87]).

Výše uvedené však samo o sobě nemusí stačit k prokázání souvislosti s jakoukoli kategorií výrobků nebo služeb. To, zda může relevantní veřejnost očekávat, že výrobky nebo služby pocházejí z daného místa, vždy závisí na **posouzení všech relevantních faktorů v konkrétním případě,** a **nelze tento závěr vyvozovat automaticky**.

2.3 Příklady ilustrující posouzení, zda je označení popisné z hlediska zeměpisného původu přihlašovaných výrobků nebo služeb

Jsou-li splněna všechna kritéria uvedená v oddíle 2.2 (tj. označení obsahuje zeměpisný výraz; zeměpisný výraz je relevantní veřejnosti znám jako určité místo; a mezi zeměpisným výrazem a výrobky nebo službami existuje aktuální nebo potenciální souvislost), bude relevantní veřejnost vnímat označení jako údaj o **zeměpisném** původu výrobků a služeb (tj. jako označení, které **popisuje** jejich zeměpisný původ).

Tato část uvádí ilustrativní příklady označení považovaných za popisující zeměpisný původ přihlašovaných výrobků nebo služeb, a také příklady označení, která se za popisná v tomto ohledu nepovažují. Tyto příklady mají sloužit jako vodítko při uplatňování kritérií a usnadnit posuzování popisnosti z hlediska zeměpisného původu. V případě vymyšlených příkladů odrážejí uvedené závěry okolnosti a vnímání relevantní veřejnosti v době vypracování této společné praxe. Toto vnímání se může časem vyvíjet.

V této části se neanalyzuje, zda může být označení popisné také ve vztahu k jiným charakteristikám podle čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách (např. druh, kvalita, zamýšlený účel, tematické zaměření ([88])). Proto mohou být označení považovaná za popisná z hlediska zeměpisného původu a současně popisná i ve vztahu k jiným charakteristikám, a označení nepovažovaná z hlediska zeměpisného původu za popisná mohou být i nadále zamítnuta jako popisná ve vztahu k jiným charakteristikám nebo dokonce z jiných důvodů.

Výsledek posouzení, zda je označení popisné z hlediska zeměpisného původu výrobků nebo služeb, se může v jednotlivých členských státech lišit, neboť závisí na vnímání relevantní veřejnosti na daném území. Pokud jde o ochranné známky EU, stačí podle čl. 7 odst. 2 nařízení o ochranné známce EU, aby důvod pro zamítnutí podle čl. 7 odst. 1 písm. c) platil pouze v části Evropské unie.

([86]) 15/12/2011, T-377/09, PASSIONATELY SWISS, EU:T:2011:753, § 41.
([87]) Viz příklad „OLDENBURGER“ v oddíle 2.3.1 níže, který vychází z rozsudku Tribunálu (15/10/2003, T-295/01, OLDENBURGER, EU:T:2003:267).
([88]) Další pokyny k posuzování „označení popisujících tematické zaměření výrobků a/nebo služeb“ naleznete v CP16.

2.3.1 *Příklady označení obsahujících zeměpisný výraz, která jsou podle čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách vyloučena ze zápisu*

Popisné	
OLDENBURGER **Číslo případu**: T-295/01 **Relevantní veřejnost** (§ 35): průměrní spotřebitelé v Německu (Přihláška ochranné známky EU) **Výrobky a služby**: Třída 29 *(mléčné výrobky, maso, ryby, drůbež, zvěřina atd.)* Třída 30 *(zmrzlinové výrobky, sýrové a mléčné přípravky ve formě svačin atd.)* Třída 32 *(nealkoholické míchané nápoje s obsahem mléka)*	• **Zeměpisný výraz**: výraz „OLDENBURGER“ je přídavné jméno odkazující na německé město Oldenburg. Oldenburg je hlavní město správního okresu Vezera-Emže v Dolním Sasku (§ 36). Přídavné jméno odvozené od zeměpisného výrazu se od něj natolik neliší, aby je relevantní veřejnost vnímala jako odkaz na něco jiného než na zeměpisný výraz „Oldenburg“. (§ 39). • **Známost:** V Německu je na celostátní úrovni všeobecně známo, že Oldenburg je hlavním městem regionu, jehož hospodářství je převážně zaměřeno na zemědělství, zejména na mlékárenský průmysl, chov hospodářských zvířat a zpracování masa. (§ 37). • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými výrobky:** ○ **Aktuální souvislost**: zohledňuje se: ▪ charakteristika dané oblasti: okolí Oldenburgu se zaměřuje především na zemědělství, zejména na mlékárenství, chov hospodářských zvířat a zpracování masa (§ 37); ▪ povaha výrobků, jimiž jsou výrobky produkované v daném regionu (§ 38); ▪ povědomí německé veřejnosti o významu zemědělství v tomto regionu (§ 37); ▪ a zvyklosti v daném tržním odvětví: značný počet zemědělských produktů nese označení „Oldenburger“ v kombinaci s obecným pojmem nebo označení „Oldenburg“ v kombinaci se jménem výrobce (§ 37). **Závěr**: dotčená zeměpisná oblast je známá výrobou příslušných výrobků; relevantní veřejnost proto může výraz „OLDENBURGER“ vnímat jako označení zeměpisného původu těchto výrobků (§ 38). ○ **Potenciální souvislost**: pokud jde o výrobky, jako jsou ryby, u nichž dosud nebyla prokázána žádná souvislost, je důvodné předpokládat, že tyto výrobky budou v budoucnu v povědomí relevantní veřejnosti spojovány s daným výrazem. I (sladkovodní) ryby se dají chovat a produkovat v zemědělských podmínkách, a proto mohou pocházet ze zemědělských provozů. Vzhledem k rostoucí diverzifikaci v oblasti zemědělských produktů v Německu (v reakci na chutě a chování spotřebitelů) bude tedy spotřebitel příslušné potraviny a nápoje přiřazovat k danému regionu, a nikoli k jednotlivému výrobci (§ 32 a § 44 citovaného rozhodnutí odvolacího senátu EUIPO). **Popisné z hlediska zeměpisného původu: ANO**

Popisné	
BADEN-BADEN **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost:** německá široká veřejnost v EU	• **Zeměpisný** výraz: výraz „BADEN-BADEN“ označuje město v Bádensku-Württembersku v Německu. • **Známost:** německé lázeňské město Baden-Baden je již po staletí všeobecně známé jako významná destinace pro zdravotní turistiku, luxusní odpočinek a kulturní akce. Je mezinárodně známé pro své historické termální lázně, kasino a dlouholetou pověst místa setkávání evropské elity. Relevantní veřejnost tedy tento pojem jednoznačně chápe jako odkaz na zeměpisnou lokalitu.

(Přihláška ochranné známky EU) **Výrobky a služby**: Třída 44 *(lázeňské služby)*	• **Souvislost mezi zeměpisným** výrazem **a příslušnými službami:** ○ **Aktuální souvislost**: zohledňuje se: ▪ charakteristika místa: město Baden-Baden je proslulé svými termálními vodami a nachází se zde dva hlavní veřejné termální areály, stejně jako četné soukromé hotely a lázně. ▪ kategorie služeb, konkrétně lázeňské služby. **Závěr**: relevantní veřejnost bude předpokládat, že dané služby jsou poskytovány v lázeňském městě Baden-Baden. ○ **Potenciální souvislost**: neaplikovatelné **Popisné z hlediska zeměpisného původu: ANO**

Popisné	
AMSTERDAM POPPERS ([89]) **Číslo případu:** T-680/21 **Relevantní veřejnost** (§ 35): anglicky a francouzsky mluvící odborná veřejnost (Přihláška ochranné známky EU) **Výrobky a služby**: Třída 5 *(poppers, stimulanty s afrodiziakálními a/nebo euforizujícími účinky)*	• **Zeměpisný** výraz: výraz „AMSTERDAM“ označuje největší město v Nizozemsku z hlediska počtu obyvatel (§ 44). • **Známost:** Amsterdam je co do počtu obyvatel největším městem v Nizozemsku. Relevantní veřejnosti je znám mj. kvůli toleranci užívání drog a kvůli tamějším „coffee shopům“. Město Amsterdam lze také spojovat s jeho nočním životem a zábavními aktivitami (§ 44). To jsou všeobecně známé skutečnosti (§ 45). • **Souvislost mezi zeměpisným** výraz**em a příslušnými výrobky:** ○ **Aktuální souvislost**: neaplikovatelné ○ **Potenciální souvislost**: zohledňuje se: ▪ charakteristické rysy daného místa a to, do jaké míry je relevantní veřejnost s těmito rysy obeznámena: relevantní veřejnost zná Amsterdam a spojuje si ho s prostředím večírků a zábavy; ▪ povaha výrobků, které se obvykle používají v takových prostředích (§ 49). **Závěr**: lze důvodně předpokládat, že relevantní veřejnost by mohla mít dojem, že dotyčné stimulační výrobky s afrodiziakálními či euforizujícími účinky, jinými slovy „poppers“, pocházejí z města Amsterdamu (§ 49). Není nutné, aby zeměpisný výraz byl v současné době spojován s dotčenou kategorií výrobků, ale pouze aby bylo důvodné předpokládat, že k takovému spojení může dojít v budoucnu, což je v tomto případě (§ 50). **Popisné z hlediska zeměpisného původu: ANO**

Popisné	
AMAZONIAN GIN COMPANY ([90])	• **Zeměpisný** výraz: výraz „AMAZONIAN“ [AMAZONSKÝ] je přídavné jméno odkazující na amazonskou oblast (§ 36–37), která představuje jasně vymezenou zeměpisnou lokalitu (§ 37). Skutečnost, že tento výraz má i jiné možné významy, je irelevantní (§ 45).

([89]) Posouzení v tomto příkladu se vztahuje pouze k termínu „AMSTERDAM“. Druhý slovní prvek „POPPERS“ byl rovněž shledán popisným pro dotčené výrobky.
([90]) Hodnocení v tomto příkladu se vztahuje pouze k termínu „AMAZONIAN“. Ostatní slovní prvky „GIN COMPANY“ byly rovněž shledány popisnými/nedistinktivními pro dotčené výrobky.

Číslo případu: T-756/22 **Relevantní veřejnost** (§ 30): anglicky mluvící veřejnost oprávněná konzumovat alkoholické nápoje (se zaměřením na veřejnost Irska a Malty) (Přihláška ochranné známky EU) **Výrobky a služby**: Třída 33 *(gin a alkoholické nápoje na bázi ginu)*	• **Známost:** oblast Amazonie je známá tím, že se jedná o velmi rozsáhlou oblast. Nachází se zde největší deštný prales na světě, který je obzvláště známý svou bohatou biodiverzitou a obrovským zemědělským potenciálem (§ 37). • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými výrobky:** ○ **Aktuální souvislost**: zohledňuje se: ▪ povaha výrobků, jímž jsou gin nebo nápoje na bázi ginu vyráběné převážně z jalovce a široké škály dalších rostlinných přísad, z nichž některé mohou pocházet z oblasti Amazonie. Výrobky uváděné na trh přihlašovatelem jsou ochuceny sacha inchi, rostlinným extraktem amazonského původu (§ 38); ▪ charakteristické rysy této oblasti: oblast Amazonie je území známé svými nesčetnými botanickými druhy (§ 39); ▪ spotřebitelské zvyklosti ve vztahu k dotčeným výrobkům: specifická chuť každého druhu ginu je jednou z vlastností, které mohou ovlivnit volbu spotřebitele (§ 38). Spotřebitelé mohou vnímat rostlinné složky jako ingredience, které každému ginu dodávají jeho specifický charakter (§ 39). **Závěr**: relevantní veřejnost si „okamžitě a bez dalšího uvažování“ vytvoří souvislost mezi oblastí Amazonie a dotčenými výrobky (§ 39). ○ **Potenciální souvislost**: neaplikovatelné **Popisné z hlediska zeměpisného původu: ANO**

Popisné	
Acapulco **Číslo případu:** T-274/23 **Relevantní veřejnost** (§ 27): široká veřejnost v EU (Přihláška ochranné známky EU) **Výrobky a služby**: Třída 41 *(školení v oblasti zdraví a wellness)* Třída 44 *(péče o lidskou hygienu a krásu; masáže; saunové služby; služby v oblasti provozování saunových zařízení; provozování lázní; provozování veřejných lázní pro osobní hygienu)*	• **Zeměpisný** výraz: výraz „Acapulco“ je běžná zkratka názvu mexického města Acapulco de Juárez (§ 33). • **Známost:** Mexické město Acapulco de Juárez je již po desetiletí mezinárodně známé jako prázdninová a rekreační destinace v Mexiku a jako místo natáčení celé řady filmů (§ 33). Relevantní veřejnost tento výraz jednoznačně vnímá jako odkaz na zeměpisnou lokalitu (§ 34). • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými službami:** ○ **Aktuální souvislost**: zohledňuje se: ▪ charakteristické rysy daného místa, které zůstává turistickou destinací pro mezinárodní a evropskou klientelu (§ 36), a zejména dostupnost wellness služeb (např. lázně, masáže) v hotelech a rekreačních střediscích města (§ 37); ▪ obeznámenost relevantní veřejnosti s výrazem „Acapulco“ , který může v mysli spotřebitelů evokovat turistickou destinaci spojující exotiku a odpočinek na pláži s wellness procedurami (§ 38); ▪ příslušná kategorie služeb: souvislostí mezi dotčenými službami je v tomto případě skutečnost, že výraz „Acapulco“ může vyvolávat dojem, který naznačuje charakteristiky těchto služeb (§ 38). **Závěr**: relevantní veřejnost „okamžitě a bez dalšího uvažování“ předpokládá, že dotčené služby jsou nabízeny ve známém letovisku Acapulco, a to zejména hotely a hotelovými komplexy (§ 39). ○ **Potenciální souvislost**: neaplikovatelné **Popisné z hlediska zeměpisného původu: ANO**

Popisné	
Sw Sophienwald ([91])	• **Zeměpisný** výraz: výraz „Sophienwald“ odpovídá zeměpisné oblasti, která zahrnuje jak lokalitu, tak lesní plochu (§ 61) v Čechách. Jedná se o historický název zeměpisné oblasti, která je v současnosti známá jako Žofina Huť; odborná veřejnost by toto historické označení chápala jako odkaz na tutéž oblast (§ 56). • **Známost:** okolí obce Sophienwald má historický význam v oblasti sklářství, a to díky sklárnám a sklářským hutím, které se zde nacházely na počátku 19. století (§ 55). Specializovaní prodejci skla znají výraz „Sophienwald“ a jeho souvislost se sklářstvím (§ 55). Odborná veřejnost proto tento výraz vnímá jako označení místa, a to i přesto, že se tomuto místu v současnosti říká Žofina Huť (§ 56). • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými výrobky:** ○ **Aktuální souvislost**: zohledňuje se: ▪ obeznámenost odborné veřejnosti se zeměpisným výrazem: rakouští odborníci na sklářství znají výraz „Sophienwald“ (§ 60); ▪ charakteristické rysy tohoto místa, které je historicky známé sklářskou výrobou a kde od počátku 19. století sídlilo mnoho skláren a sklářských hutí (§ 55, 59). Odborná veřejnost si je vědoma historického významu této oblasti pro sklářské umění (§ 60); ▪ kategorie výrobků: spojovací článek mezi dotčenými výrobky v tomto případě spočívá ve skutečnosti, že region Sophienwald má tradici, je známý a má pozitivní konotace v oblasti sklářství, a to bez ohledu na to, zda jsou výrobky v této oblasti v současnosti vyráběny (§ 67). Oblast kolem obce Sophienwald má v oblasti sklářství i dnes významné postavení (§ 69). **Závěr**: je pravděpodobné, že nezanedbatelná část relevantní veřejnosti (konkrétně odborná veřejnost) by v současné době spojovala tento zeměpisný výraz s dotčenými výrobky (§ 67–68). ○ **Potenciální souvislost**: vzhledem k tomu, že oblast v okolí obce Sophienwald má i nadále pozitivní význam v oblasti sklářství, lze důvodně předpokládat, že odborná veřejnost bude i v budoucnu takovou souvislost s dotčenými výrobky vnímat (§ 67, 69). **Popisné z hlediska zeměpisného původu: ANO**
Číslo případu: T-597/22	
Relevantní veřejnost (§ 44–45): široká veřejnost a odborná veřejnost v Rakousku (Přihláška ochranné známky EU)	
Výrobky a služby: Třída 14 *(mince jiné než měna)* Třída 21 *(nápojové sklo, lešticí zařízení (textilie), sklenice na víno)*	

Popisné	
NANGA PARBAT	• **Zeměpisný** výraz: výraz „NANGA PARBAT“ označuje horu nacházející se v Pákistánu, v pohoří Himálaj. • **Známost:** Nanga Parbat je devátý nejvyšší vrchol na Zemi, dosahující výšky 8 126 metrů nad mořem. Je neblaze proslulý svou extrémní náročností a nebezpečností, a proto si vysloužil přezdívku „vražedná hora“. Hora je často zmiňována v evropských i celosvětových médiích vzhledem ke své oblibě mezi horolezci, technické náročnosti výstupů a četným tragickým událostem, k nimž na jejích svazích došlo, jako byly horolezecké katastrofy německých expedic v letech 1934 a 1937, teroristický útok v roce 2013 nebo úmrtí polského horolezce v roce 2018 spolu s mimořádně náročnou záchranou jeho francouzské spolulezkyně. Lze proto mít za
Vymyšlený příklad	
Relevantní veřejnost: široká veřejnost a odborníci v EU (Přihláška ochranné	

([91]) Rozsudek se odkazuje na obrazovou ochrannou známku, ale pro účely této společné praxe je označení posuzováno jako slovní ochranná známka. Hodnocení v tomto příkladu je navíc omezeno na termín „Sophienwald“. Slovní prvek „Sw“ byl rovněž shledán popisným/nedistinktivním pro dotčené výrobky, jelikož byl považován za zkratku odkazující na výraz „Sophienwald“.

známky EU)	to, že výraz/název „NANGA PARBAT“ je alespoň nezanedbatelné části relevantní veřejnosti v EU znám jako označení určitého místa (např. široké veřejnosti a odborné veřejnosti tvořené osobami, které se zajímají nebo profesně zabývají horolezectvím a horskou tématikou). • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými službami:** ○ **Aktuální souvislost**: zohledňuje se: ▪ charakteristické rysy místa: Nanga Parbat je známá jako velmi obtížná hora i pro velmi zkušené horolezce. Je proto známá (vzhledem k počtu obětí dokonce nechvalně proslulá) tím, že se zde pořádají náročné horolezecké expedice; ▪ povaha těchto služeb, jež mohou zahrnovat i organizování horolezeckých expedic. **Závěr**: relevantní veřejnost bude předpokládat, že dané služby zajišťují podniky se sídlem v oblasti Nanga Parbat (např. zprostředkování služeb šerpů v této oblasti) nebo v souvislosti s trekovými výpravami na Nanga Parbat. ○ **Potenciální souvislost**: neaplikovatelné **Popisné z hlediska zeměpisného původu: ANO**
Výrobky a služby: Třída 39 *(pořádání expedic)*	

Popisné	
Segovia **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost**: široká veřejnost ve Španělsku (národní přihláška) **Výrobky a služby:** Třída 43 *(restaurační služby)*	• **Zeměpisný** výraz: výraz „Segovia“ označuje španělské město, které je hlavním městem provincie v autonomní oblasti Kastilie a León. • **Známost:** Segovia je známé španělské město, které je zapsáno na seznamu světového dědictví UNESCO a je známé svým římským akvaduktem, katedrálou a hradem Alcázar. Je to turistická destinace často propagovaná v turistických průvodcích a kulturních a cestovních médiích ve Španělsku i po celé Evropě. Je také proslulá svou gastronomií, zejména *cochinillo* a dalšími regionálními pokrmy. Proto relevantní veřejnost vnímá výraz „Segovia“ jako označení zeměpisného místa. • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými službami:** ○ **Aktuální souvislost**: zohledňuje se: ▪ vysoká míra obeznámenosti relevantní veřejnosti s tímto zeměpisným výrazem; ▪ charakteristické rysy tohoto místa, zejména známost města díky místní gastronomii a restauracím, přítomnost četných restaurací a skutečnost, že jej navštěvují tisíce turistů; ▪ povaha služeb: restaurační služby. **Závěr**: relevantní veřejnost bude pojem „Segovia“ spojovat s místem, kde jsou služby poskytovány nebo odkud pocházejí. ○ **Potenciální souvislost**: neaplikovatelné **Popisné z hlediska zeměpisného původu: ANO**

Popisné	
ANTALYA	• **Zeměpisný** výraz: výraz „ANTALYA“ označuje přístavní město v Turecku.

Vymyšlený příklad **Relevantní veřejnost**: široká veřejnost v EU (Přihláška ochranné známky EU) **Výrobky a služby:** Třída 44 *(implantace vlasů)*	• **Známost:** město Antalya je široké veřejnosti v EU dobře známé. Patří k nejnavštěvovanějším městům na světě, když v roce 2023 přilákalo přibližně 16,5 milionu zahraničních návštěvníků, a řadí se mezi přední světové turistické destinace. Jako uznávané „hlavní město cestovního ruchu“ na tureckém středomořském pobřeží s významnými letovisky, plážemi a historickými památkami představuje již dlouhodobě oblíbenou prázdninovou destinaci evropských turistů. Je rovněž známé jako významné centrum zdravotní turistiky, zejména pokud jde o vyhledávané transplantace vlasů. V průběhu posledního desetiletí se město stalo jedním z hlavních center pro zahraniční pacienty cestující do Turecka za cenově dostupnou a kvalitní zdravotní péčí. Výraz „ANTALYA“ je tudíž alespoň nezanedbatelné části relevantní veřejnosti v EU znám jako označení zeměpisné lokality. • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými službami:** ○ **Aktuální souvislost**: zohledňuje se: ▪ vysoká míra obeznámenosti relevantní veřejnosti s tímto zeměpisným výrazem; ▪ charakteristické rysy tohoto místa, zejména skutečnost, že se jedná o jedno z hlavních center transplantace vlasů vedle Istanbulu. V Antalyi je trh s transplantacemi vlasů dlouhodobě rozvinutý, a ve městě proto působí mnoho klinik nabízejících tyto služby. ▪ povaha těchto služeb a zvyklosti spotřebitelů v této oblasti: služby transplantace vlasů vyžadují odborné chirurgické dovednosti, které jsou dostupné pouze na specializovaných klinikách. Tyto kliniky se zpravidla soustřeďují ve známých centrech, jako je Antalya, kde se koncentrují zkušení odborníci, konkurenceschopné ceny a vysoký počet prováděných zákroků. To motivuje pacienty k cestování do těchto center, v důsledku čehož patří transplantace vlasů mezi lékařské zákroky nejsilněji spojované s mezinárodní zdravotní turistikou. Spotřebitelé v EU si proto uvědomují, že je běžné cestovat za takovými lékařskými zákroky do jiných zemí, včetně Turecka. **Závěr**: relevantní veřejnost bude předpokládat, že příslušné služby jsou poskytovány a vykonávány v Antalyi. ○ **Potenciální souvislost**: neaplikovatelné **Popisné z hlediska zeměpisného původu: ANO**

2.3.2 Příklady označení obsahujících zeměpisný výraz, která nejsou podle čl. 4 odst. 1 písm. c) směrnice o ochranných známkách vyloučena ze zápisu

Není popisné	
KOTOR **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost:** široká veřejnost v EU (Přihláška ochranné známky EU)	• **Zeměpisný** výraz: výraz „KOTOR“ označuje město na pobřeží Černé Hory. • **Známost:** opevněné město Kotor je zapsáno na seznamu světového dědictví UNESCO. Od přelomu tisíciletí je Kotor oblíbenou turistickou destinací a patří k nejnavštěvovanějším místům v Černé Hoře. Přestože se nenachází v EU, město leží v geografické blízkosti Chorvatska a Itálie. S několika členskými státy jej pojí historické vazby, neboť v různých obdobích bylo pod benátskou, habsburskou či napoleonskou nadvládou a během druhé světové války bylo připojeno k Itálii. Lze proto mít za to, že alespoň část široké veřejnosti v EU zná výraz „KOTOR“ jako označení určitého místa. • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými výrobky:**

Výrobky a služby: Třída 27 *(jógové podložky)*	○ **Aktuální souvislost (neexistence)**: město Kotor není známo v souvislosti s jógou ani výrobou sportovních podložek či sportovního vybavení. Výraz „KOTOR“ proto není v současnosti v povědomí relevantní veřejnosti spojován s dotčenými výrobky. ○ **Potenciální souvislost (neexistence)**: zohledňuje se: ▪ charakteristika místa, kterým je malé město (přibližně 13 000 obyvatel v samotném městě a 22 000 v širším správním obvodu), jehož hlavní hospodářská činnost souvisí s cestovním ruchem, nemovitostmi a maloobchodem: v Kotoru neprobíhá žádná významná výrobní činnost; ▪ obeznámenost relevantní veřejnosti s výrazem „KOTOR“, především v důsledku statusu Kotoru jako turistické destinace; je však nepravděpodobné, že by si relevantní veřejnost v EU byla vědoma případné okrajové výroby sportovních podložek v Kotoru, i kdyby taková výroba existovala; ▪ obchodní zvyklosti na trhu a spotřebitelské zvyklosti ve vztahu k příslušné kategorii výrobků, konkrétně: v obchodním styku není obvyklé uvádět zeměpisný původ sportovního vybavení, jako jsou podložky, a spotřebitelé nemají ve zvyku vybírat tento druh vybavení na základě jeho zeměpisného původu. **Závěr**: není důvod se domnívat, že by relevantní veřejnost v budoucnu spojovala výraz „KOTOR“ s příslušnými výrobky. **Popisné z hlediska zeměpisného původu: NE**

Není popisné	
BAKU **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost:** široká veřejnost v EU (Přihláška ochranné známky EU) **Výrobky a služby**: Třída 33 *(saké)*	• **Zeměpisný** výraz: výraz „BAKU“ označuje hlavní a největší město Ázerbájdžánu. • **Známost:** Baku je hlavní město Ázerbájdžánu, které leží na západním pobřeží Kaspického moře. Je všeobecně známo pro svou jedinečnou směs moderní architektury a kulturního dědictví (např. Staré Město (Içerişeher) zapsané na seznamu UNESCO, Panenská věž a Palác Širvanšáhů), pro své futuristické panorama s památkami, jako jsou Plamenné věže, a pro pořádání významných mezinárodních akcí, jako je Velká cena Ázerbájdžánu Formule 1 a soutěž Eurovision Song Contest. Díky své strategické poloze jako kulturního a hospodářského centra v kavkazském regionu a své historii spojené s ropou je toto město známo mezi relevantní veřejností v EU. • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými výrobky:** ○ **Aktuální souvislost (neexistence)**: ačkoli je Baku známé svým kulturním dědictvím, průmyslem a strategickou polohou u Kaspického moře, není známé pro saké, na rozdíl od Japonska. Proto si relevantní veřejnost v současné době s výrazem „BAKU“ nespojuje příslušné výrobky. ○ **Potenciální souvislost (neexistence)**: zohledňuje se: ▪ charakteristické rysy tohoto místa, zejména jeho hospodářství: ačkoli je Baku velkým městem s rozsáhlými výrobními kapacitami, jeho průmysl se soustřeďuje především na těžbu ropy a zemního plynu, výrobu oceli a stavbu lodí. V Ázerbájdžánu se sice vyrábí alkohol, jako je pivo a víno, ale neprobíhá se zde výroba ani zpracování saké. ▪ příslušná kategorie výrobků a spotřebitelské zvyklosti: na rozdíl od alkoholických nápojů, jako je pivo nebo víno, které se běžně vyrábějí v celé řadě regionů po celém světě, zůstává saké úzce a tradičně spojeno s Japonskem. Při nákupu saké by proto relevantní veřejnost obecně očekávala, že tyto výrobky pocházejí převážně z Japonska

	nebo od zavedených výrobců v zemích, které jsou známé produkcí těchto výrobků (např. ve Spojených státech a v Číně). Pro srovnání, spotřebitelé v Evropské unii nejsou zvyklí setkávat se s alkoholickými nápoji pocházejícími z Ázerbájdžánu, a proto by v běžném obchodním styku nepředpokládali, že dotyčné výrobky pochází z této země. **Závěr**: nelze předpokládat, že by široká veřejnost v budoucnu spojovala výraz „BAKU“ s příslušnými výrobky. **Popisné z hlediska zeměpisného původu: NE**

Není popisné	
GOBI **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost:** široká veřejnost v EU (Přihláška ochranné známky EU) **Výrobky a služby**: Třída 29 *(olivový olej k jídlu)*	• **Zeměpisný** výraz: výraz „GOBI“ označuje rozsáhlou poušť v jižním Mongolsku i a severní Číně. • **Známost:** Gobi je rozlehlá pouštní oblast rozkládající se na území severní Číny a jižního Mongolska. Nejznámější je svou dramatickou krajinou štěrkových plání, písečných dun a drsných hor. S rozlohou přibližně 1,3 milionu km² patří k největším pouštím světa a hrála významnou úlohu v historii, neboť leží na trase starověké Hedvábné stezky. V současnosti každoročně přitahuje tisíce zahraničních turistů, včetně mnoha návštěvníků z Evropy, díky své jedinečné fauně a flóře, nomádské kultuře a dobrodružným turistickým aktivitám, jako jsou výpravy na velbloudech nebo expedice zaměřené na hledání fosilií. Její ekologická rozmanitost a působivá krajina jsou často prezentovány v cestovních průvodcích, dokumentárních filmech, blozích a na sociálních sítích. Lze proto mít za to, že široká veřejnost v EU zná výraz „GOBI“ jako označení zeměpisné lokality. • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými výrobky:** o **Aktuální souvislost (neexistence)**: Gobi je poušť a jako taková je všeobecně známá; není známá ani proslulá ničím jiným, s výjimkou paleontologie a aktivit spojených s turistikou v této oblasti (např. výlety na velbloudech). Proto si relevantní veřejnost v současné době s výrazem „GOBI“ nespojuje příslušné výrobky. o **Potenciální souvislost (neexistence)**: zohledňuje se: ▪ charakter tohoto místa, jímž je poušť rozdělená na několik chráněných oblastí, národních parků a biosférických rezervací, což znemožňuje zemědělskou výrobu a zpracování potravin na velké části jeho území; ▪ další charakteristiky daného místa, zejména jeho podnebí s extrémními mrazy a nízkými srážkovými úhrny, kvůli čemuž není vhodné pro konvenční zemědělství a je velmi nepravděpodobné, že by zde mohly růst olivovníky; ▪ spotřebitelské zvyklosti ve vztahu k dané kategorii výrobků: spotřebitelé z EU jsou zvyklí nakupovat olivový olej pocházející z oblasti Středozemního moře a neočekávali by, že v regálech najdou olivový olej ze Střední Asie. **Závěr**: nelze předpokládat, že by široká veřejnost v EU v budoucnu spojovala výraz „GOBI“ s příslušnými výrobky. **Popisné z hlediska zeměpisného původu: NE**

Není popisné	
NANGA PARBAT **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost:** široká veřejnost a odborníci v EU (Přihláška ochranné známky EU) **Výrobky a služby**: Třída 30 *(prášek do pečiva)*	• **Zeměpisný** výraz: výraz „NANGA PARBAT“ označuje horu nacházející se v Pákistánu, v pohoří Himálaj. • **Známost:** Nanga Parbat je devátý nejvyšší vrchol na Zemi, dosahující výšky 8 126 metrů nad mořem. Je neblaze proslulý svou extrémní náročností a nebezpečností, a proto si vysloužil přezdívku „vražedná hora“. Hora je často zmiňována v evropských i celosvětových médiích vzhledem ke své oblibě mezi horolezci, technické náročnosti výstupů a četným tragickým událostem, k nimž na jejích svazích došlo, jako byly horolezecké katastrofy německých expedic v letech 1934 a 1937, teroristický útok v roce 2013 nebo úmrtí polského horolezce v roce 2018 spolu s mimořádně náročnou záchranou jeho francouzské spolulezkyně. Lze proto mít za to, že výraz „NANGA PARBAT“ je alespoň nezanedbatelné části relevantní veřejnosti v EU znám jako označení určitého místa (např. široké veřejnosti a odborné veřejnosti tvořené osobami, které se zajímají nebo profesně zabývají horolezectvím a horskou tématikou). • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými výrobky:** ○ **Aktuální souvislost (neexistence)**: vrchol Nanga Parbat je celosvětově známý svými zrádnými horolezeckými podmínkami a tím, že si vyžádal mnoho lidských životů; to však nesouvisí s žádnou potravinovou surovinou ani činností v oblasti zpracování potravin, a proto nelze říci, že by relevantní veřejnost v současné době spojovala výraz „NANGA PARBAT“ s dotčenými výrobky. ○ **Potenciální souvislost (neexistence)**: zohledňuje se: ▪ charakter místa: jedná se o jednu z nejvyšších hor na světě, a proto by ji nebylo rozumné vnímat jako místo původu zpracovaných potravin; ▪ další charakteristiky tohoto místa: konkrétně jeho extrémní nadmořská výška a nehostinné prostředí, kde nelze stavět potravinářské závody a kde kromě turistických výletů a záchranných expedic neprobíhá žádná lidská činnost; ▪ spotřebitelské zvyklosti v souvislosti s danou kategorií výrobků: zatímco spotřebitelé jsou zvyklí nakupovat potraviny pocházející z jiných kontinentů, včetně Asie, u prášku do pečiva, který obvykle pochází z Evropy, tomu tak není. Spotřebitelé by neočekávali, že prášek do pečiva pochází z Asie, a už vůbec ne z horských vrcholů. **Závěr**: nelze předpokládat, že by široká veřejnost v EU v budoucnu spojovala výraz „NANGA PARBAT“ s příslušnými výrobky. **Popisné z hlediska zeměpisného původu: NE**

Není popisné	
TOKYO **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost**: široká veřejnost v EU (Přihláška ochranné známky EU)	• **Zeměpisný** výraz: výraz „TOKYO“ označuje hlavní a největší město Japonska. • **Známost:** Tokio je hlavní a největší město Japonska s více než 14 miliony obyvatel. Je to jedno z nejlidnatějších měst na světě a je celosvětově proslulé svou pulzující kulturou, pokročilými technologiemi a výjimečnou gastronomií, včetně sushi a dalších japonských kulinářských tradic. Tokio každoročně přitahuje miliony návštěvníků a je významným centrem obchodních a mezinárodních akcí. Proto relevantní veřejnost v EU vnímá pojem „TOKYO“ jako označení místa. • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými službami:**

	○ **Aktuální souvislost (neexistence)**: město Tokio je mezinárodně známé svými památkami, kulturou a gastronomií. V souvislosti se službami praní prádla není známé, a proto nelze tvrdit, že relevantní veřejnost v současné době spojuje výraz „TOKYO“ s danými službami. ○ **Potenciální souvislost (neexistence)**: zohledňuje se: ▪ vysoká míra obeznámenosti relevantní veřejnosti s tímto zeměpisným výrazem; ▪ charakteristické rysy daného místa, zejména jeho velikost a hospodářský význam: Tokio je vysoce rozvinutá metropole, která nabízí širokou škálu služeb, včetně stovek provozoven souvisejících s prádelnami; ▪ povaha služeb: navzdory výše uvedeným faktorům je vzhledem k vzdálenosti mezi Japonskem a EU nepravděpodobné, že by u relevantní veřejnosti došlo k jakékoli asociaci. Zákazníci vědí, že služby praní prádla jsou poskytovány na místní úrovni, a nespojovali by si tyto služby s metropolí vzdálenou tisíce kilometrů; ▪ zvyklosti v daném tržním odvětví a zvyklosti spotřebitelů: prádelny poskytují služby místním zákazníkům a obvykle své služby na mezinárodní úrovni nenabízejí ani nepropagují. Evropští spotřebitelé proto nejsou zvyklí na reklamy propagující služby praní prádla v Asii a neočekávají, že by takové služby byly propagovány i v EU. **Závěr**: nelze se důvodně domnívat, že relevantní veřejnost si spojí výraz „TOKYO“ s příslušnými službami nebo že by se domnívala, že tyto služby jsou poskytovány v Tokiu. **Popisné z hlediska zeměpisného původu: NE**
Výrobky a služby: Třída 37 *(služby praní prádla)*	

Není popisné	
LYON	• **Zeměpisný** výraz: výraz „LYON“ označuje město ve Francii. • **Známost:** Lyon je jedním z největších a nejnavštěvovanějších francouzských měst a je v celé Evropě široce propagován jako významná kulturní, historická a gastronomická destinace. Jako významný dopravní uzel s pravidelnými leteckými a železničními spoji je dobře znám evropským cestujícím, včetně těch finských. Vzhledem k jeho kulturnímu významu, dostupnosti a častým zmínkám v mezinárodních cestovatelských médiích a materiálech propagujících cestovní ruch lze mít za to, že široká veřejnost ve Finsku vnímá výraz „LYON“ jako označení určitého místa. • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými službami:** ○ **Aktuální souvislost (neexistence)**: město Lyon je známé svou kulturou a gastronomií. V souvislosti s instalatérskými službami není toto město známé, a proto nelze tvrdit, že by relevantní veřejnost v současné době spojovala výraz „LYON“ s danými službami. ○ **Potenciální souvislost (neexistence)**: zohledňuje se: ▪ povaha služeb: finští zákazníci vědí, že instalatérské služby jsou poskytovány lokálně (obvykle podniky se sídlem v jejich městě nebo okolí), a proto by neočekávali, že by tyto služby byly poskytovány z města ležícího v jiném členském státě, vzdáleného tisíce kilometrů; ▪ zvyklosti na daném trhu a zvyklosti spotřebitelů: instalatérské podniky poskytují služby místním zákazníkům a obvykle své služby v mezinárodním měřítku nenabízejí ani nepropagují. Finští
Vymyšlený příklad	
Relevantní veřejnost: široká veřejnost ve Finsku (národní přihláška) ([92])	
Výrobky a služby: Třída 37 *(instalatérské služby)*	

([92]) Tento smyšlený příklad vychází z předpokladu, že se jedná o přihlášku finské národní ochranné známky. Výsledek by byl jiný, pokud by relevantní veřejností byli Francouzi (např. v případě přihlášky ochranné známky EU nebo národní přihlášky ve Francii).

	spotřebitelé proto nejsou zvyklí na reklamy propagující instalatérské služby prováděné ve Francii nebo dodávané z Francie. **Závěr:** není důvod se domnívat, že by relevantní veřejnost v budoucnu spojovala výraz „LYON“ s příslušnými službami. **Popisné z hlediska zeměpisného původu: NE**

Není popisné	
PAROS **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost**: široká veřejnost v Polsku (národní přihláška) **Výrobky a služby:** Třída 12 *(auta)*	• **Zeměpisný** výraz: výraz „PAROS“ označuje řecký ostrov ležící v Egejském moři. • **Známost:** Paros je známý ostrov v souostroví Kyklady. Každoročně přitahuje tisíce turistů a je pravidelně uváděn mezi nejoblíbenějšími řeckými ostrovními destinacemi. Nabízí přírodní krásy, kulturní dědictví a rozvinutý sektor cestovního ruchu a pohostinství, které oslovují návštěvníky z celé Evropy, včetně Polska. Vzhledem k jeho výrazné přítomnosti v evropských médiích zaměřených na cestovní ruch a jeho oblibě mezi cestovateli vyhledávajícími letní dovolenou na ostrovech lze mít za to, že široká veřejnost v Polsku je obeznámena s výrazem „PAROS“ jako s označením určitého místa. • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými výrobky:** o **Aktuální souvislost (neexistence)**: ostrov Paros je známý svými plážemi a památkami. Protože nemá žádnou spojitost s automobilovým průmyslem, nelze mít za to, že relevantní veřejnost v současnosti spojuje výraz „PAROS“ s dotčenými výrobky... o **Potenciální souvislost (neexistence)**: zohledňuje se: ▪ charakteristické rysy místa: Paros je malý ostrov, jehož ekonomika je založena především na cestovním ruchu, zemědělství a rybolovu. Na ostrově Paros neexistuje žádná infrastruktura, která by mohla podporovat automobilový průmysl. ▪ tržní zvyklosti v daném odvětví a spotřebitelské zvyklosti v této souvislosti: v automobilovém odvětví je běžné používat názvy míst bez skutečné zeměpisné souvislosti k označení modelů. Proto velké množství modelů automobilů prodávaných v Polsku nese názvy známých zeměpisných míst. Polští spotřebitelé jsou proto zvyklí vídat zeměpisné názvy identifikující modely automobilů a chápou, že takové názvy neodkazují na místo původu vozidla. **Závěr**: není důvod se domnívat, že by relevantní veřejnost v budoucnu spojovala výraz „PAROS“ s příslušnými výrobky. **Popisné z hlediska zeměpisného původu: NE**

Není popisné	
Segovia **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost**: široká veřejnost ve Španělsku	• **Zeměpisný** výraz: výraz „Segovia“ označuje španělské město, které je hlavním městem provincie v autonomní oblasti Kastilie a León. • **Známost:** Segovia je známé španělské město, které je zapsáno na seznamu světového dědictví UNESCO a je známé svým římským akvaduktem, katedrálou a hradem Alcázar. Je to turistická destinace často propagovaná v turistických průvodcích a kulturních a cestovních médiích ve Španělsku i po celé Evropě. Je také proslulá svou gastronomií, zejména *cochinillo* a dalšími regionálními pokrmy. Proto relevantní veřejnost vnímá výraz „Segovia“ jako označení zeměpisné lokality.

(národní přihláška) **Výrobky a služby:** Třída 39 *(lodní trajektová doprava)*	• **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými službami:** ○ **Aktuální souvislost (neexistence)**: město Segovia je mezi širokou španělskou veřejností známé svým bohatým kulturním dědictvím a gastronomií. Tento výraz není známý v souvislosti s vodními sporty či aktivitami na vodě, a proto nelze tvrdit, že by relevantní veřejnost v současné době spojovala výraz „Segovia“ s danými službami. ○ **Potenciální souvislost (neexistence)**: zohledňuje se: ▪ vysoká míra obeznámenosti relevantní veřejnosti s tímto zeměpisným výrazem; ▪ charakteristika místa: město Segovia leží ve vnitrozemí a nenacházejí se zde žádné velké splavné řeky ani jezera, které by byly vhodné pro přepravu trajektem; ▪ povaha těchto služeb: jedná se o dopravní služby poskytované na místní úrovni v oblastech, kde se nacházejí splavné řeky, jezera nebo pobřežní vody. **Závěr**: nelze důvodně předpokládat, že by španělská veřejnost spojovala výraz „Segovia“ s příslušnými službami. **Popisné z hlediska zeměpisného původu: NE**

Není popisné	
Södermalm **Vymyšlený příklad** **Relevantní veřejnost**: široká veřejnost ve Švédsku (národní přihláškaí) **Výrobky a služby:** Třída 31 (datle, čerstvé)	• **Zeměpisný** výraz: výraz „Södermalm“ označuje městskou čtvrť ve švédském Stockholmu. • **Známost:** Södermalm je známá čtvrť ve švédském Stockholmu, která je proslulá svou živou kulturní scénou, historickou architekturou a moderním životním stylem. Je často zmiňována ve skandinávských i evropských turistických průvodcích a je považována za centrum designu, umění a gastronomie. Nachází se zde mnoho kaváren, butiků a galerií, které přitahují jak místní obyvatele, tak turisty. Södermalm je rovněž spojován se švédskou popkulturou a literaturou, neboť se objevuje v mezinárodně známých dílech, jako je trilogie *Millennium*. Relevantní veřejnost by proto pojem „Södermalm“ vnímala jako označení místa. • **Souvislost mezi zeměpisným výrazem a příslušnými výrobky:** ○ **Aktuální souvislost (neexistence)**: čtvrť Södermalm je ve Švédsku známá svou kulturní nabídkou a moderním životním stylem, ale **nikoli** pěstováním nějakého konkrétního ovoce, včetně datlí. Z tohoto důvodu nelze tvrdit, že relevantní veřejnost v současné době spojuje výraz „Södermalm“ s dotčenými výrobky. ○ **Potenciální souvislost (neexistence)**: zohledňuje se: ▪ charakter místa: Södermalm je ohraničená městská oblast v centru Stockholmu, historicky spíše obytná a průmyslová než zemědělská. Ačkoli se na Södermalmu nacházejí komunitní zahrady, zaměřují se především na pěstování běžné zeleniny, bylinek a květin v malém měřítku; ▪ další charakteristiky daného místa: konkrétně jeho podnebí: podnebí ve Stockholmu a ve Švédsku obecně není vhodné pro pěstování datlových palem, potažmo datlí, které vyžadují horké, suché nebo polosuché podnebí a jsou velmi citlivé na mráz a chlad; ▪ povaha výrobků: kterým je čerstvé ovoce, obvykle pěstované v teplých a suchých zemích; ▪ spotřebitelské zvyklosti ve vztahu k dané kategorii výrobků: spotřebitelé jsou zvyklí nakupovat datle pocházející ze zemí, jako je Egypt, Tunisko, Saúdská Arábie a Spojené arabské emiráty, a

	neočekávali by, že by tato kategorie čerstvého ovoce pocházela z nějakého města ve Švédsku. **Závěr:** nelze důvodně předpokládat, že by relevantní veřejnost spojovala výraz „Södermalm“ s příslušnými výrobky. **Popisné z hlediska zeměpisného původu: NE**