ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

Vážený pan

ID dat. schránky:

Váš dopis značky / ze dne	Naše značka (uveďte v odpovědi)	Vyřizuje / linka	Praha
19. 3. 2026	2026/D26033393/11/ÚPV	Š. Petrů/310	15. 4. 2026

Poskytnutí informací podle § 14 odst. 5 písm. d) zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů

Úřad průmyslového vlastnictví (dále jen „Úřad“) dne 19. března 2026 obdržel Vaši žádost podle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.

Vaší žádostí se domáháte poskytnutí informací týkajících se přihlášek ochranných známek podaných v posledních 10 letech, ve kterých Úřad v průběhu řízení zpochybnil rozlišovací způsobilost přihlašovaného označení, zejména z důvodů dle § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., **a současně** u kterých byl přihlašovatel následně ve své argumentaci úspěšný a ochranná známka byla zapsána do rejstříku ochranných známek.

Dne 25. března 2026 Vám byla doručena Výzva k upřesnění Vaší žádosti o poskytnutí informací podle § 14 odst. 5 písm. b) zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.

Žádost o informace byla upřesněna telefonním jednáním dne 27. března 2026. Bylo upřesněno vymezení Vámi požadovaných informací. Byl omezen rozsah požadovaných informací na položky (výměry Úřadu, vyjádření přihlašovatele obsahující argumentaci a označení důkazů k rozlišovací způsobilosti) z 15 spisů ochranných známek (dle výběru interní auditorky) ze seznamu ochranných známek podaných za posledních 10 let, ve kterých Úřad v průběhu řízení zpochybnil rozlišovací způsobilost přihlašovaného označení, zejména z důvodu § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb. a současně byla ochranná známka následně zapsána na základě prokázání rozlišovací způsobilosti získané užíváním v obchodním styku dle § 5 zákona č. 441/2003 Sb. (tzv. příznačnost). Současně v rámci požadovaných

informací žádáte o zaslání seznamu ochranných známek, ze kterých bylo oněch 15 spisů vybráno.

K Vaší žádosti Vám v příloze zasílám požadované informace.

Poskytnuté spisové položky jsou zaslány v anonymizované podobě.

Čísla spisů ochranných známek vybraných z výše uvedeného seznamu jsou: O-528724, O-537755, O-538448, O-542675, O-548299, O-553953, O-554723, O-561319, O-564321, O-570466, O-578032, O-582355, O-572983, O-587023, O-593845.

Podle § 5 odst. 3 zákona č. 106/1999 Sb. bude poskytnutá informace zveřejněna způsobem umožňujícím dálkový přístup na internetové stránce Úřadu (http://www.upv.gov.cz).

Ing. Šárka Petrů
interní auditorka

Přílohy – dle textu

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-528724
Plzeňský Prazdroj, a.s.

U Prazdroje 7
304 97 Plzeň

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Volba sládků
Číslo spisu: O-528724
Datum podání: 11.02.2016
Vyřizuje: I

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu !!

V Praze dne 24.5.2016

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b), c), d) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, podle něhož se do rejstříku ochranných známek nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které má schopnost odlišit na trhu stejné výrobky nebo služby (dále jen zboží) jedné osoby od zboží jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlašovaného zboží. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale je nutno, aby svou formou a obsahem bylo do té míry originální, že jeho osobité znaky mají schopnost individualizovat zboží, které jím má být označeno.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží, pro které se přihlašované označení užívá, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží, pro které se přihlašované označení užívá. Přihlašované označení je přihlašováno pro následující seznam zboží: *(35) marketing, reklama a propagace v oboru pivovarnictví a sladařství.* Vzhledem k charakteru nárokovaného zboží lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele s širokou veřejností.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Přihlašované označení je tvořeno pouhými dvěma slovy – slovem „volba", které vyjadřuje výsledek procesu posuzování a vybírání, a slovem „sládků" (2. pád množného čísla podst. jm. sládek). Sládek je označení pro osobu, která při procesu vaření piva dohlíží na technologický proces výroby od přípravy sladu až po finální stáčení piva. V moderním pivovarském provozu se jedná o funkci hlavního technologa. Zkušenosti a zásahy sládka do výrobního procesu mají zásadní vliv na konečnou kvalitu a chuť piva. Označení je v prosté slovní podobě bez jakýchkoli dalších doplňujících prvků, které by mu dodaly osobitý charakter. Ve spojení s nárokovanými službami se jedná o označení nedistinktivní s laudatorním charakterem.

Vzhledem k tomu, že je předmětné označení přihlašováno pro výše uvedené zboží, považuje Úřad za důvodné se domnívat, že spotřebitel nebude schopen pod ním jednoznačně identifikovat obchodní zdroj uvedeného zboží, tedy rozlišit je od obdobného zboží takto označeného pocházejícího od jiných subjektů na trhu. Z tohoto důvodu je označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek, jak je výše uvedeno.

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním přihlašovaného označení vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky tomuto označení rozpoznala, že dotčené zboží pochází z určitého podniku. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním označení lze vzít v úvahu zejména podíl tohoto označení na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání tohoto označení, velikost investic podniku do jeho reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě daného označení rozpozná, že zboží pochází z určitého podniku, i prohlášení obchodních a průmyslových komor nebo jiných profesních sdružení. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu ke shora vymezenému zboží. Mezi takové doklady může např. patřit informace o prodeji či poskytování zboží pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, hotové výrobky či reklamní cesty propagace daného označení apod. Není tím ovšem dáno jakékoliv omezení typu dokladů, z nichž by dlouhodobé masivní užívání přihlášeného označení na výrobcích a službách ve styku se spotřebitelskou veřejností, a tím i získání rozlišovací způsobilosti, mohlo být zřejmé.

Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě daného označení rozpozná, že zboží pochází z určitého podniku, je možné dospět k závěru, že podmínka získání rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K vyjádření a prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 25.7.2016**.

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Tuto skutečnost lze prokázat hodnověrnými doklady. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály, etikety, hotové výrobky apod., z nichž je jednoznačně patrno, že uvedené označení skutečně užíval přihlašovatel.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 25.07.2016**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek III.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

23.09.16

Plzeňský Prazdroj

Úřad průmyslového vlastnictví D160920922
Antonína Čermáka 2a
160 00 Praha 6

UPV201600033166

Dne 23.9. 2016
Ochranná známka
Číslo spisu: O-528724
Datum podání: 11.02.2016

Přihlašovatel OZ: Plzeňský Prazdroj, a.s.
U Prazdroje 7
304 97 Plzeň

Úřad průmyslového vlastnictví
OSOBNĚ
Počet listů 9
Počet svazků 1

Věc: **Vyjádření k výsledku věcného průzkumu ve věci přihlášky slovní ochranné známky (číslo přihlášky 528724) Volba Sládků a předložení důkazů**

Přílohy:
- dle textu
- pověření

Přihlašovatel podává u Úřadu průmyslového vlastnictví (dále jen „Úřad")

vyjádření k výsledku věcného průzkumu ve věci přihlášky ochranné známky Volba Sládků a předkládá důkazy k prokázání získání rozlišovací způsobilosti přihlašované ochranné známky

Preambule

Přihlašovatel podal dne 11.02.2016 přihlášku slovní ochranné známky Volba sládků pro zboží uvedené ve třídě (35) marketing, reklama a propagace v oboru pivovarnictví a sladařství. Výměrem ze dne 24.5.2016 Úřad přihlašovateli oznámil výsledek věcného průzkumu provedeného podle § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, s tím, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b), c), d) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Dne 16.6.2016 požádal přihlašovatel Úřad o prodloužení lhůty k prokázání rozhodných skutečných. Níže se přihlašovatel ve stanovené prodloužené lhůtě vyjadřuje k výsledku věcného průzkumu Úřadu a předkládá důkazy:

Ochranná známka je označení, které má na trhu schopnost odlišit stejné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků a služeb jiné osoby. Každé označení se posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele, kdy průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží, pro které se přihlašované označení užívá nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží. Průměrným spotřebitelem je v případě označení Volba sládků relevantní veřejnost, kterou jsou konzumenti piva, jakožto spotřebitelé zboží, pro jehož marketing, reklamu a propagaci se dané označení užívá. Osobami zapojenými do distribuční sítě propagovaného druhu zboží jsou pak provozovatelé a zaměstnanci provozoven, ve kterých se prodává zboží, pro které se přihlašované označení užívá.

23.09.16

I. Provozovny zapojené do programu Volba sládků

Speciální program přihlašovatele „Volba sládků", probíhá od dubna 2015 v téměř tisícovce provozoven po celé České republice. Prostřednictvím programu přihlašovatel představuje veřejnosti každý měsíc speciální várky piv svých značek. Spotřebitel má příležitost ochutnat netradiční piva a přesvědčit se o tom, že i velký pivovar může rychle reagovat na potřeby trhu, nové trendy a přicházet v krátké době s novými druhy piv, které oživují nabídku čepovaných piv. Cílem programu je zvýšit atraktivitu výrobků přihlašovatele a jejich prodej nabízením v současné době populárních pivních speciálů. Do programu je zapojeno prozatím 965 provozoven po celé České republice. V roce 2015 se v těchto provozovnách prodalo 3.590 hl piva z programu Volba sládků, v roce 2016 se prozatím v programu Volba sládků prodalo 5708 hl piva.

Důkaz č. 1:
Seznam provozoven zapojených do programu Volba sládků

Důkaz č. 2:
Podmínky programu Volba sládků, podepsané jednotlivými provozovnami, kde program Volba sládků probíhá

Důkaz č. 3:
Prohlášení hospodských

Důkaz č. 4:
Účtenky

Důkaz č. 5:
Čestné prohlášení ředitele obchodu restaurací a hospod spol. Plzeňský Prazdroj, a.s.

Příklady propagace programu Volba sládků v provozovnách:

29.10.2015 Restaurace Bára 3 Karlovy Vary,



30.10.2015 Hotel Hubertus Plzeň-jih



23.09.16

16.11.2015_Restaurace u Kamila_Teplice,



18.11.2015_Restaurace Milpa_Teplice



11.12.2015_Restaurace u Kozičky 3_Teplice,



15.12.2015_Holubička 3_ Praha-Západ



06.01.2016_Šenk u Kovárny 2_Karlovy Vary



22.01.2016_Hostinec Sokolovna_Olomouc



23.09.16

22.02.2016_Restaurace u Kamila_Teplice



11.02.2016_Restaurant Otta_Liberec



31.03.2016_Bar Čarodějky 3_Ostrava



30.03.2016_Restaurace Sokolovna_Plzeň-jih



23.09.16

13.04.2016_Restaurace Pod Kašatny1_Zlín



13.04.2016_Hotel Bullawa_Nošovice



06.05.2016_Restaurace Holubník2_Zlín



04.06.2016_Cafe 04_Brno



10.07.2016_Puor Slezská 2_Ostrava



23.09.16

II. Reklama a propagace označení Volba sládků v provozovnách

V provozovnách, kde program Volba sládků probíhá, je prováděna masivní reklama a propagace výrobků přihlašovatele z programu Volba sládků, mimo jiné vyvěšením plakátů, rozmístěním letáků a celé řady dalších POSM materiálů. Za kreativní a grafické návrhy loga a vizuální podoby označení zaplatil přihlašovatel od roku 2014 do současnosti prozatím částku [illegible]č. Za tisk reklamních materiálů vynaložil přihlašovatel v letech 2015-2016 prozatím částku [illegible]

Důkaz č. 6:
Potvrzení agentury Addict Agency s.r.o. o investicích společnosti Plzeňský Prazdroj, a.s. do grafického ztvárnění označení Volba Sládků

Důkaz č. 7:
Prohlášení společnosti Indigoprint s.r.o. o výši prostředků investovaných společností přihlašovatelem do tisku reklamních materiálů obsahujících označení „Volba Sládků" od roku 2015 do současnosti

Důkaz č. 8:
Prohlášení společnosti LOGIK, spol. s r.o. o výši prostředků investovaných přihlašovatelem do tisku reklamních materiálů obsahujících označení „Volba Sládků" od roku 2015 do současnosti

Důkaz č. 9:
Příklady POS tiskovin a tištěných reklamních materiálů

Příklady plakátů umístěných v provozovnách v období květen 2015 - září 2016:







23.09.16

Příklady reklamních a propagačních předmětů - sklenice:



III. Reklama a propagace označení Volba sládků

Přihlašovatel používá označení Volba sládků zejména v oblasti marketingu, k reklamě a propagaci pivních speciálů svých značek, jako např. Velkopopovický Kozel Kvasnicová 11, Radegast Temně hořký ležák, Gambrinus Rubínový ležák, Master Pšeničné pivo, Pilsner Urquell nefiltrovaný ležák a mnoha dalších. Do reklamy a propagace programu Volba sládků investuje přihlašovatel ročně značné množství finančních prostředků. V roce 2015 představovala investice přihlašovatele do reklamy a propagace označení Volba sládků celkem částku č, v roce 2016 (k 2.9. 2016) prozatím částku Kč s tím, že celková částka za reklamu a propagaci plánovaná pro tento rok se odhaduje na částku -Kč.

Důkaz č. 10:
Čestné prohlášení Trade & Shopper marketing managera přihlašovatele o výdajích společnosti za reklamu a propagaci značky Volba Sládků

Důkaz č. 11:
Nákupní objednávky přihlašovatele na POS tiskoviny a tištěné reklamní materiály

Důkaz č. 12:
Příklady POS tiskovin a tištěných reklamních materiálů

Příklady reklamních a propagačních předmětů – billboardy a plakáty z období květen 2015 - září 2016:





















IV. Analýza publicity - novinové články obsahující výraz Volba sládků

Podle analýzy publicity označení Volba sládků, vypracované společností AMI Communication, spol. s r.o., IČ: 630 77 370, se sídlem Praha 1 – Staré Město, Týn 641/4, PSČ 110 00, zapsané v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze pod spis. zn. C 36493, byl výraz Volba Sládků uveden v českých médiích v období od 1.5.2015 do 31.8.2016, celkem 56 krát, a to výhradně ve spojení s přihlašovatelem.

Důkaz č. 13:
Analýza publicity společnosti AMI communication

V. Čestné prohlášení Českého svazu pivovarů a sladoven, z.s.

Český svaz pivovarů a sladoven, z.s., IČ: 40766152, se sídlem Lipová 15, Praha 2, PSČ 120 00, Česká republika (dále jen „Svaz"), nejvyšší organizace v ČR zabývající se rozvojem etického a samoregulačního prostředí v českém pivovarnictví, která sdružuje pivovary a sladovny z celé České republiky, je dle svého prohlášení obeznámen s programem přihlašovatele Volba sládků, jakožto způsobem prezentace výrobků přihlašovatele.

Důkaz č. 14:
Čestné prohlášení Českého svazu pivovarů a sladoven, z.s.

VI. Průzkum asociací provedený agenturou NMS, Market Search s.r.o.

Průzkumem provedeným agenturou NMS, Market Search s.r.o., IČ: 25749315, zapsanou v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, pod spis. zn. C 66761, která se specializuje na výzkum trhu, v srpnu 2016 na vzorku 304 konzumentů piva (tj. osob starších 18 let, kteří pijí čepované pivo v hospodách a restauracích) a 23 hospodských nebo zaměstnanců hospod bylo zjištěno, že přibližně třetina konzumentů někdy slyšela o aktivitě Volba sládků a podobné množství konzumentů uvedlo, že navštívili podnik, kde probíhala akce Volba sládků. Tato aktivita je pak dotazovanými jednoznačně spojována se společností Plzeňský Prazdroj, a.s.

Důkaz č. 15:
Závěrečná zpráva agentury NMS, Market Search s.r.o. ze dne 31.8.2016

23.09.16

Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem a předloženým důkazům, je přihlašovatel přesvědčen o tom, že prokázal, že označení Volba sládků, získalo ve spojení s nárokovanými službami, pro které je požadován zápis, užíváním v období od dubna 2015 do současnosti, rozlišovací způsobilost nezbytnou pro zápis označení do rejstříku ochranných známek, protože přinejmenším významná část relevantní veřejnosti dokáže identifikovat obchodní zdroj, tj. spojuje si označení Volba sládků s přihlašovatelem.

Přihlašovatel tímto žádá Úřad o zápis slovní ochranné známky Volba sládků do rejstříku ochranných známek, jak uvedeno v jeho přihlášce č. **528724** ze dne 11.02.2016.

V Praze dne 23.09.2016

...

.....

Plzeňský Prazdroj, a.s.
PP 1376

Plzeňský Prazdroj, a.s.
U Prazdroje 7, 304 97 Plzeň
tel.: 377 062 095 fax: 377 227 388
IČO: 45357366, DIČ: CZ45357366

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-537755

Vinohradská 6
120 00 Praha 2

Váš dopis značky:
Ochranná známka: HANÁCKÁ VODKA
Číslo spisu: O-537755
Datum podání: 01.03.2017
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu !!

V Praze dne 25.5.2017

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které má schopnost odlišit na trhu stejné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale je nutno, aby svou formou a obsahem bylo do té míry originální, že jeho osobité znaky mají schopnost individualizovat výrobky a služby, které jím mají být označeny. Označení může být tvořeno i slovy užívanými v běžné řeči, ovšem v takovém případě je nutné posoudit, nakolik souvisí posuzované označení s výrobky či službami, pro které je přihlašováno, a zdali přihlašované označení neobsahuje jiné prvky, které jsou schopny označení jako celku dodat potřebnou rozlišovací způsobilost. Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Vzhledem k charakteru přihlašovaných výrobků a služeb ve tř. *(33) alkoholické nápoje (s výjimkou piva), alkoholové výtažky, alkoholové tresti, přípravky k výrobě alkoholických nápojů, vína, lihoviny, likéry, destilované nápoje, aperitivy, koktejly, vodka; (35) propagační činnost, reklama, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní administrativa, kancelářské práce, zprostředkování obchodů pro třetí strany s výrobky výše uvedenými ve tř. 33, maloobchodní prodej alkoholických nápojů s výjimkou piva, velkoobchodní prodej alkoholických nápojů s výjimkou piva,* lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele se širokou veřejností zabývající se mimo jiné výrobou a konzumací alkoholických nápojů.

Přihlašované označení je tvořeno souslovím **„Hanácká Vodka"**. Toto sousloví obsahuje slova běžné slovní zásoby českého jazyka. Slovo **„Hanácká"** je přídavným jménem tvořícím oblast na střední Moravě, přesněji středomoravskou, jde o tzv. lokalizační prvek. **„Vodka"** označuje alkoholický nápoj „lihovinu" obsahující obvykle 35- 70% alkoholu, vyráběnou v palírně. Základní surovinou pro výrobu je obilí, ale také mohou být brambory, cukrová řepa, vinná réva či rýže. Jedná se u nás jednoznačně o oblíbený alkoholický nápoj. Přihlašované označení tedy může označovat jakoukoliv vodku vyráběnou na území Hanácka. Přihlašované označení zcela postrádá bez jakýchkoliv dalších rozlišovacích prvků (např. fantazijních, obrazových či grafických) rozlišovací způsobilost ve vztahu k přihlašovaným výrobkům a službám ve tř. *33 a 35,* neboť vzhledem ke svému obecnému významu může být na soutěžním trhu pro výše uvedené výrobky a služby užíváno i dalšími soutěžiteli.

Dané označení je k výše zmíněným výrobkům ve tř. 33 „vodka" **popisné.** Podává obecnou informaci o tom, že vodka byla vyrobena v palírně, která se nachází v Hanácké oblasti. Význam této informace je spotřebiteli, zcela zřejmý. Spotřebitel nebude schopný identifikovat zdroj těchto výrobků, nebo je nebude schopný odlišit od ostatních, konkurenčních výrobků.

Dále přihlašované označení postrádá rozlišovací způsobilost ke shora uvedeným výrobkům a službám ve tř. 33 a 35, jelikož se jedná mimo jiné o výrobky a služby propagační, jež zajišťují šíření povědomí o výrobcích ve tř. 33 „vodce". Spotřebitele bude slovní spojení informovat o tom, že vodka pochází z palírny na střední Moravě, ale nebude schopný identifikovat obchodní zdroj takových výrobků a služeb, nebo je odlišit od jiných konkurenčních výrobků a služeb na trhu. Lze tedy konstatovat, že pro průměrného spotřebitele bude význam spojení těchto dvou slov ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám, zcela explicitní. Bude jej vnímat jako alkoholický nápoj „vodku" z Hanácka.

Slovní označení bez jakékoliv stylizace, není schopné, či neumožňuje veřejnosti a spotřebitelům, nebo dalším zákazníkům rozlišovat a individualizovat shodné výrobky a služby pocházejících od různých podnikatelů a neumožňuje tak současně plnit jednu ze základních funkcí tj. rozlišovací funkci ochranné známky.

Vzhledem k tomu, že je výše uvedené označení přihlašované pro výrobky a služby ve tř. 33a 35 bez rozlišovací způsobilosti, považuje Úřad za důvodné se domnívat, že spotřebitel na základě shora uvedených relevantních skutečností nebude schopen pod ním jednoznačně identifikovat obchodní zdroj uvedených výrobků a služeb, tedy rozlišit je od obdobných výrobků a služeb takto označených, pocházejících od jiných soutěžitelů trhu. **Z tohoto důvodu je označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek.**

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

vztahu ke službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené služby pocházejí z určitého zdroje. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že služby pochází z určitého podniku, i prohlášení obchodních a průmyslových komor nebo jiných profesních sdružení. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu ke shora uvedeným vymezeným službám. Mezi takové doklady může např. patřit informace o prodeji výrobků či poskytnutí služeb pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, hotové výrobky či reklamní cesty, propagace daného označení apod. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky, že služby pochází z určitého zdroje, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 25.07.2017**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek II.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Mgr. Tomáš Chleboun
advokát

ČAK 12636
IČ 72015233
DIČ 7808253585

Mgr. Tomáš Chleboun, advokát, Vinohradská 6, 120 00 Praha 2 tomas.chleboun@seznam.cz

Úřad průmyslového vlastnictví

Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6

do datové schránky

V Praze dne 25.9.2017

Číslo spisu: **O-537755**
Znění ochranné známky: „HANÁCKÁ VODKA"
Datum podání: 01.03.2017
Vyřizuje:

Přihlašovatel: **Palírna U Zeleného stromu a.s.,**
IČO: 27336760
se sídlem Drážďanská 14/84, Ústí nad Labem, Krásné Březno, 40007, Česká republika

Zástupce: **Mgr. Tomáš Chleboun, advokát**
se sídlem Vinohradská 6, 120 00 Praha 2

Věc: **Přihláška ochranné známky**
Vyjádření k výsledku věcného průzkumu

Přílohy: Dle textu

I.

Přihlašovatel obdržel od Úřadu průmyslového vlastnictví výsledek věcného průzkumu přihlášky výše uvedené ochranné známky, dle kterého Úřad shledal přihlašované označení nezpůsobilé zápisu z důvodu nedostatku rozlišovací způsobilosti dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách (dále jen „zákon"). Současně Úřad přihlašovatele v souladu s § 5 zákona informoval, že přihlašované označení bude moci být zapsáno do rejstříku, pokud přihlašovatel prokáže, že toto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům nebo službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost.

II.

Přihlašovatel předně odkazuje na ustanovení § 50 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, dle kterého podkladem pro vydání rozhodnutí mohou být mj. i skutečnosti obecně známé.

V této souvislosti se přihlašovatel domnívá, že je obecně známou skutečností, že jeho výrobek (alkoholický nápoj) o názvu „HANÁCKÁ VODKA" je nejstarší českou značkou vodky na českém, která se začala vyrábět v padesátých letech minulého století a je stále jenou z nejznámějších a nejprodávanějších vodek na českém trhu.

Ve stanovené lhůtě pak přihlašovatel předkládá Úřadu průmyslového vlastnictví důkazy, ze kterých je zřejmé, že přihlašované označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám, pro které je požadován jeho zápis pro přihlašovatele rozlišovací způsobilost.

Dokumenty v přílohách:

1. Faktury

Namátkou vybrané faktury přihlašovatele z let 2013-2017 (z každého roku 10 faktur):

13505103 (1022 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
13504398 (2 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
13503964 (225 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
13503166 (232 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
135002811 (660 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
135002426 (65 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
135002245 (40 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
13500585 (4.275 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
13500807 (30 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
135001789 (2.820 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
14503876 (660 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
14503422 (76 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
14503358 (710 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")
14502914 (660 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA")

14502554 (660 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
14502104 (14.700 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
14501544 (30 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
14500861 (660 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
14500441 (2.640 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
14500197 (660 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15504568 (1.320 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15504163 (330 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15503628 (225 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15503093 (660 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15503002 (40 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15502585 (1.500 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15502013 (470 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15501789 (45 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15501429 (31 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
15501360 (1.800 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16355856 (225 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16355656 (160 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16355527 (1.980 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16354693 (195 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16354245 (105 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16353814 (1.980 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16353212 (139 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16352597 (300 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16351510 (100 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
16351342 (30 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17703600 (225 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17703187 (660 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17703036 (45 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17702713 (1.980 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17702448 (55 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17702022 (4.560 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17701276 (2.400 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17700887 (1.320 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17700295 (375 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)
17700111 (19.800 ks výrobků o názvu „HANÁCKÁ VODKA“)

Výše označené důkazy samy o sobě prokazují, že přihlašovatel (do 1.1.2017 pod svou předchozí obchodní firmou GRANETTE & STAROREŽNÁ Distilleries a.s.) uvádí na trh výrobek o názvu „HANÁCKÁ VODKA“.

2. Výpis webových stránek www.blesk.cz

Výpis webových stránek jednoho z nejčtenějších českých deníků, ve kterém se uvádí, že výrobek přihlašovatele o názvu „HANÁCKÁ VODKA“ je třetí nejprodávanější vodkou v ČR. Dále je pak v tomto odkazu uvedeno, že „Nejstarší registrovanou českou značkou vodky na českém a slovenském trhu je bezesporu Hanácká vodka, která se začala vyrábět v padesátých letech minulého století v prostějovské palírně Starorežná. Již od prvního momentu zaznamenávala

obrovský ohlas. Její unikátní mírně zásaditý charakter, který stojí za její vynikající jemnou chutí, strhnul takovou vlnu zájmu, že se v šedesátých letech dokonce stala takzvaně „podpultovým zbožím".

Výše označené důkazy prokazují, že přihlašované označení má vztahu k výrobkům přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, dostatečnou rozlišovací způsobilost.

3. Výpisy webových stránek www.cs.wikipedia.org

Výpis webových stránek neznámější a nejpoužívanější internetové encyklopedie ke slovu „hanácká", ve kterém se uvádí, že toto slovo se užívá např. ve spojení „HANÁCKÁ VODKA" – značka vodky vyráběné od 50. let 20. století v Prostějově.

Výpis webových stránek neznámější a nejpoužívanější internetové encyklopedie ke slovu „vodka", ve kterém je „HANÁCKÁ VODKA" uvedena mezi „známými značkami" vodek.

Výše označené důkazy prokazují, že přihlašované označení má vztahu k výrobkům přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, dostatečnou rozlišovací způsobilost.

4. Výpis webových stránek www.heureka.cz

Výpis webových stránek největšího nákupního portálu a srovnávače cen na českém internetu, ve kterém se uvádí, že: „Hanácká vodka byla první značková vodka v česku. Historie sahá do 50. let minulého století a za dlouhou dobu své existence si získala velké množství příznivců, kvůli tomu je dnes druhou nejprodávanější vodkou na trhu. Vděčí za to znamenité mírně zásadité chuti, kterou ocení snad každý milovník vodky."

Výše označené důkazy prokazují, že přihlašované označení má vztahu k výrobkům přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, dostatečnou rozlišovací způsobilost.

5. Výpis webových stránek www.hanackavodka.cz

Výpis webových stránek výrobku přihlašovatele o názvu „HANÁCKÁ VODKA".

Výše označené důkazy prokazují, že přihlašované označení má vztahu k výrobkům přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, dostatečnou rozlišovací způsobilost.

6. Výpis webových stránek www.evropa2.cz

Výpis webových stránek jednoho z nejhranějších českých rádií svědčící o marketingovém spojení výrobku přihlašovatele o názvu „HANÁCKÁ VODKA" s tímto rádiem a tím i o dostatečné známosti názvu výrobku přihlašovatele.

Výše označené důkazy prokazují, že přihlašované označení má vztahu k výrobkům přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, dostatečnou rozlišovací způsobilost.

III.

Nad rámec výše uvedeného přihlašovatel zdůrazňuje, že je majitelem známkové řady ochranných známek, pro které je společný slovní prvek „HANÁCKÁ VODKA“, a to ochranných známek:

- kombinované ochranné známky, č. spisu O-59044, ve znění „HANÁCKÁ VODKA“
- slovní ochranné známky, č. spisu O-451686, ve znění „Hanácká vodka - trefa do černého“
- kombinované ochranné známky, č. spisu O-490459, ve znění „HANÁCKÁ VODKA KLENOT MORAVY“
- slovní ochranné známky, č. spisu O- 537757, ve znění „PURE SPIRIT OF HANACKA VODKA“
- kombinované ochranné známky, č. spisu O- 538958, ve znění „HANÁCKÁ Pure Spirit VODKA“

Spotřebitelé tak jsou schopni pod alkoholickými nápoji a výrobky a službami s alkoholickými nápoji souvisejícími či jim podobnými, obsahujícími slovní prvky „HANÁCKÁ VODKA“ identifikovat přihlašovatele.

Přihlašované označení „HANÁCKÁ VODKA“ totiž spotřebitel vnímá ve vztahu k alkoholickým nápojům, jako identifikující prvek výrobku (alkoholického nápoje) přihlašovatele.

IV.

Přihlašovatel pak dále poukazuje na skutečnost, že přihlašované označení není ve vztahu ke službám „propagační činnost, reklama, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní administrativa, kancelářské práce“, označením popisným.

V.

S ohledem na shora uvedené, přihlašovatel ochranné známky, O-537755, ve znění "HANÁCKÁ VODKA“, žádá v souladu s § 5 zákona č. 441/2003 Sb. o ochranných známkách, aby jeho přihláška byla zveřejněna a následně zapsána do rejstříku ochranných známek pro všechny požadované výrobky a služby.

Mgr. Tomáš Chleboun, advokát
podepsáno elektronicky

Mgr. Tomáš Chleboun
Digitálně podepsal Mgr. Tomáš Chleboun
Datum: 2017.09.25 11:31:54 +02'00'

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-538448
1.FC SLOVÁCKO, a.s.
Stonky 566
68601 Uherské Hradiště
ID DS: ch9u8ny

Váš dopis značky:
Ochranná známka: 1. FC SLOVÁCKO
Číslo spisu: O-538448
Den podání: 29.03.2017
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 23.1.2019

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů (dále též „citovaný zákon").

Dle ustanovení § 4 písm. b) citovaného zákona, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které je způsobilé odlišit shodné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale svou formou i obsahem bylo do té míry originální, že jeho svérázné znaky mají schopnost individualizovat výrobky nebo služby, které jím mají být označeny.

Označení může být tvořeno i slovy užívanými v běžné řeči, avšak v takovém případě je nutné posoudit, nakolik souvisí takové označení s výrobky nebo službami, pro které je přihlašováno a zda neobsahuje i další prvky, které jsou schopny dodat označení jako celku potřebnou rozlišovací způsobilost.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitele daného druhu zboží nebo služeb, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

CH D O
ADVOKÁTI

DATOVOU ZPRÁVOU

Úřad průmyslového vlastnictví

Antonína Čermáka 2a

160 68 Praha 6 - Bubeneč

Ve Zlíně dne 23. 5. 2019

K č. sp. O-538448

PŘIHLAŠOVATEL: **1. FC SLOVÁCKO, a.s.**, se sídlem Stonky 566, 686 01 Uherské Hradiště, IČ 25597493

právně zastoupen Mgr. Petrem Chuchmou, advokátem, se sídlem Zlín, Lešetín II 7147, PSČ 76001, ID datové schránky: 44ghekf, vykonávajícím advokacii ve sdružení CHDO Advokáti, na základě plné moci

Rozlišovací způsobilost – doplnění přihlášky ochranné známky

Přílohy: plná moc právního zástupce přihlašovatele
důkazy dle textu

I.

Dne 29.03.2017 přihlašovatel podal přihlášku ochranné známky spolu s žádostí o zápis této ochranné známky ve znění „1. FC SLOVÁCKO" do rejstříku ochranných známek.

Na základě výsledku věcného průzkumu přihlášky bylo přihlašovateli Úřadem průmyslového vlastnictví (dále jako „**Úřad**") sděleno, že přihlašované označení nesplňuje předpoklady k zápisu do rejstříku ochranných známek dle ust. § 4 písm. b) zákona 441/2003 Sb., o ochranných známkách (dále jako „**zákon**"), neboť přihlašované označení nemá rozlišovací způsobilost.

V souladu s ust. §5 zákona může být přihlašované označení zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zá pis do rejstříku, rozlišovací způsobilost.

Přihlašovatel je toho názoru, že přihlašované označení „1. FC Slovácko" naplňuje předpoklady k tomu, aby bylo do rejstříku ochranných známek dle ust. §5 zákona zapsáno. Přihlašované označení „1. FC Slovácko" je přihlašovatelem dlouhodobě užíváno v obchodním styku, v důsledku čehož mohla významná část relevantní veřejnosti rozpoznat, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého zdroje. Tuto skutečnost dokládá přihlašovatel následujícím:

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-538448
1.FC SLOVÁCKO, a.s.
Stonky 566
68601 Uherské Hradiště
ID DS: ch9u8ny

Váš dopis značky:
Ochranná známka: 1. FC SLOVÁCKO
Číslo spisu: O-538448
Den podání: 29.03.2017
Vyřizuje: .

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 4.12.2020

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky a následně předložených dokladů k prokázání nabytí rozlišovací způsobilosti, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je **nadále vyloučeno** ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, v platném znění (dále též „citovaný zákon").

Výměrem ze dne 23.1.2019 byl zástupci přihlašovatele sdělen výsledek věcného průzkumu s tím, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) citovaného zákona.

Přihlašovatel byl vyzván k předložení dokladů prokazujících nabytí rozlišovací způsobilosti označení.

Ve lhůtě stanovené pro vyřízení výměru, která byla jedenkrát prodloužena, zaslal zástupce přihlašovatele následující doklady pro prokázání nabytí rozlišovací způsobilosti označení:

1) výpis z obchodního rejstříku.
2) stránka z deníku MF Dnes, sportovní rubrika, 20.5.2019.
3) náhled na aktuální tabulku nejvyšší fotbalové soutěže v ČR – idnes.cz (rubrika fotbal, 17.5.2019, 22.5.2019).
4) náhled na představení klubu přihlašovatele - aktualne.cz.
5) náhled na aktuální tabulku nejvyšší fotbalové soutěže v ČR – blesk/isport.cz (rubrika fotbal, 17.5.2019).

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

6) náhled na aktuální tabulku nejvyšší fotbalové soutěže v ČR – denik.cz (rubrika fotbal, 9.3.2019)
7) náhled na článek ze serveru novinky.cz (sportovní rubrika, 18.11.2017)
8) informace o návštěvnosti internetových stránek – idnes.cz
9) informace o návštěvnosti internetových stránek – isport.cz
10) informace o návštěvnosti internetových stránek – novinky.cz
11) náhled na první stránku internetové encyklopedie wikipedie.cz
12) náhled na první stránku vyhledavače google.cz.
13) náhled na oficiální webovou stránku přihlašovatele – www.fcslovacko.cz
14) náhled na oficiální fanshop přihlašovatele na stránce www.fanshop.fcslovacko.cz
15) náhledy na předměty merchandisingu se zapisovaným označením
16) náhledy na účty sociálních sítí s označením „1. FC Slovácko" Instagram, Twitter)
17) vzorový zpravodaj, vzorová vstupenka jednorázová, permanentní
18) faktura na tisk zpravodajů v počtu 800 ks
19) prohlášení o počtu platících návštěvníků
20) karty se soupiskou týmů
21) fotografie Městského fotbalového stadionu Miroslava Valenty se zapisovaným označením
22) fotografie klubového autobusu
23) náhled na neoficiální webové stránky www.fcslovacko.com.
24) fotografie obalu CD s chorály klubu.
25) fotografie transparentu fanoušků na utkání
26) náhled na stránky FAČR s prezentací klubu přihlašovatele

Úřad posoudil předložené doklady jednotlivě i ve vzájemných souvislostech. Výsledek posouzení dokladů je následující:

Ad 1) Výpisy z Obchodního rejstříku dokládají pouze existenci subjektu FC Slovácko, a.s., nejedná se o doklady svědčící a o užívání přihlašovaného označení. Tyto doklady nejsou relevantní pro prokázání nabytí rozlišovací způsobilosti označení.

Ad 2) – 10) Články a tabulky nejvyšší fotbalové soutěže a doklady o návštěvnosti webových stránek www.idnes.cz, www.isport.cz a www.novinky.cz svědčí o existenci fotbalového klubu „1. FC Slovácko" i o míře návštěvnosti zmíněných informačních portálů, kde se přihlašované označení v předložených článcích vyskytuje.

Ad 11) Stránka internetové encyklopedie www.wikipedie.cz zachycuje historii fotbalového klubu „1.FC Slovácko". Samotná existence webové stránky bez doložení její návštěvnosti však nesvědčí o míře obeznámenosti průměrného spotřebitelské veřejnosti s tímto označením.

Ad 12) Pouhá existence přihlašovaného označení nesvědčí nic o míře obeznámenosti průměrné spotřebitelské veřejnosti s přihlašovaným označením.

Ad 13) Náhled na webové stránky svědčí o užívání dotčeného označení pro sportovní činnost. Stránky však nejsou podloženy doklady o jejich návštěvnosti, a tak nelze dovodit míru známosti tohoto označení v široké spotřebitelské veřejnosti.

Ad 14) Z výpisu webových stránek vyplývá, že pod přihlašovaným označením je provozován obchod různým artiklem (šály, mikiny a svetry, kšiltovky a čepice, soupravy a šortky, hrnky a sklo, dětské oděvy), který je označen logem fotbalového klubu. Stránky však

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

nejsou podloženy doklady o jejich návštěvnosti, obchodování není doloženo fakturami či doklady o nákupu uvedených předmětů. Z tohoto důvodu nelze dovodit míru obeznámenosti široké spotřebitelské veřejnosti s činností takto označenou.

Ad 15) Z fotografií několika reklamních předmětů (klíčenka, šála, náramek, propisovací tužka) lze dovodit, že na předmětech je užíváno slovní označení „1. FC Slovácko". V případě zejména šál se však jedná o užití v kombinaci s dalšími obrazovými prvky, které významně mění rozlišovací způsobilost označení. Fotografie dále nejsou podloženy doklady o skutečně prováděném obchodu (tj. např. počty zákazníku, doklady o celkovém objemu prodeje apod.).

Ad 16) Z výpisů z účtů ze sociálních sítí je možné dovodit užívání přihlašovaného označení, avšak bez doložení návštěvnosti stránek nelze dedukovat míru obeznámenosti spotřebitelské veřejnosti s tímto označením.

Ad 17, 18) Ze vzorového zpravodaje a faktury vyplývá pouze jednorázový náklad této tiskoviny v r. 2019 v počtu 800 ks, avšak nikoli dlouhodobé a intenzivní užívání označení pro tiskoviny.

Ad 17), 19) Z fotografie vzorové vstupenky a ze seznamu, jehož autorem je přihlašovatel označení, nelze objektivně dovodit počty návštěvníků, kterým byla vstupenka prodána. Důkazní váha takového dokumentu je výrazně nižší než objektivní údaje z nezávislých zdrojů.

Ad 20) Fotografie karet nejsou doloženy doklady o počtu nákladů, a tedy nevypovídají o tom, do jaké míry byla tato tiskovina rozšířena mezi spotřebitelskou veřejnost.

Ad 21, 22, 24, 25) Z dokladů vyplývá užívání označení na stadionu a autobusu i na propagačním CD.

Ad 23) Z webových stránek vyplývá užití označení pro činnost fotbalového klubu, avšak pouhá existence webových stránek bez doložení jejich návštěvnosti nevypovídá nic o tom, do jaké míry vstoupilo do povědomí široké spotřebitelské veřejnosti.

Ad 26) Prezentace vypovídá pouze o existenci klubu 1. FC Slovácko, a.s., nikoli o užívání přihlašovaného označení pro nárokované výrobky a služby.

Celkovým zhodnocením všech dokladů Úřad dospěl k závěru, že **nebylo prokázáno nabytí rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení**.

Označení může získat rozlišovací způsobilost dlouhodobým a intenzivním užíváním na nárokovaných výrobcích a službách. Jak již bylo konstatováno ve výměru ze dne 23.1.2019 je k prokázání rozlišovací způsobilost nutné předložit dostatek dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu ke všem nárokovaným výrobkům a službám. Obecně také platí, že vstup nedistinktivního označení do povědomí spotřebitele vyžaduje určitou intenzitu – z předložených dokladů musí vyplývat, jak velká část relevantní spotřebitelské veřejnosti měla možnost se s označením seznámit. Tyto údaje musí z dokladů jednoznačně vyplývat. Výše uvedené doklady, které byly předloženy, tato kritéria nesplňují.

Je nutno konstatovat, že doklady nesvědčí o žádném užívání označení pro nárokované služby ve tř. 36, 39, pro část služeb ve tř. 35 (pronájem reklamních ploch, průzkum a analýzy trhů), pro část služeb ve tř. 41 (je prokázáno pouze užití pro činnost fotbalového klubu,

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

pronájem a provozování stadionů, sportovní činnost zaměřená zejména na kopanou). Dále z dokladů nevyplývá, že by označení bylo užíváno v podobě slovní na většině nárokovaných výrobků ve tř. 14, 16, 18, 24, 25, 26 a 28. Konkrétní detaily k dokladům jsou uvedeny níže.

Zástupce přihlašovatele předložil doklady, ze kterých vyplývá existence společnosti 1. FC Slovácko a.s. (doklady ad 1 a ad 26). Jak ochranná známka, tak zapsané obchodní jméno jsou právy na označení a jejich primární funkce je rozlišovací. Oba instituty však slouží k rozlišení jiných předmětů práva. Zatímco právo k obchodnímu jménu umožňuje identifikovat subjekt práva, funkcí ochranné známky je odlišit výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Kmen obchodního jména může být i ochrannou známkou, avšak pouze za předpokladu, že tento kmen má atributy ochranné známky, aby mohl plnit její funkci a mohl být zapsán do rejstříku ochranných známek. Skutečnost, že označení ve znění kmene zapsaného obchodního jména vykazuje dostatečnou distinktivitu pro zápis do obchodního rejstříku, neznamená, že dosahuje potřebnou míru distinktivity, která je vyžadována zákonem o ochranných známkách. Z výše uvedených důvodů nejsou pro uznání nabytí rozlišovací způsobilosti relevantní doklady ad 1), ad 26) neboť se týkají pouze činnosti společnosti 1. FC Slovácko, a.s. – přihlašované označení je sice součástí tohoto jména, avšak v případě obchodního jména se nejedná o označení nárokovaných výrobků a služeb, ale o název, pod kterým je subjekt zapsán v obchodním rejstříku. Jedná se tak o uvedení subjektu práv, nikoli o označení přihlášených výrobků a služeb.

Dále zástupce přihlašovatele předložil celou řadu dokladů, ze kterých vyplývá, že přihlašované označení, že pod tímto označením je provozována sportovní činnost, jak je uvedeno výše. Tuto činnost přihlašovatel provozuje pod přihlašovaným označením již řadu let. Z dokladů však nelze vydedukovat, jak velká část relevantní spotřebitelské veřejnosti se měla možnost s označením seznámit – u výpisů z webových stránek chybí doložení návštěvnosti těchto stránek (kromě dokladů ad 2) – 10), kde se jedná obecně o návštěvnost nadřazených médií), chybí doklady o průměrné návštěvnosti internetových stránek, rovněž chybí doklady svědčící o průměrné návštěvnosti sportovních utkání, o počtu prodaných vstupenek apod.

Dále z předložených dokladů vyplývá, že přihlašovatel vynakládá určité úsilí na propagaci přihlašovaného označení. Z dokladů však nelze vyčíst, o jak masivní propagaci se jedná – chybí doklady o částkách vynaložených na reklamu, celkový objem prodeje reklamních předmětů, počty zákazníků apod.

Úřad dále konstatuje, že z dokladů je patrné, že pod přihlašovaným označením je provozován nákup a prodej reklamních předmětů – služba ve tř. 35 - tj. výrobků spadajících do různých tříd. Samotné výrobky však jsou označovány buď pouze logem přihlašovatele nebo přihlašovaným slovním označením, avšak vždy v kombinaci se zmíněným logem fotbalového klubu, které však výrazně mění rozlišovací způsobilost označení. Ve vztahu k těmto výrobkům tedy nejde o užívání předmětného označení v podobě, jak je přihlašováno k zápisu do rejstříku ochranných známek. Z dokladů také nelze dovodit např. údaje o objemu prodeje, počty zákazníků, návštěvnost e-shopu apod.

Navíc ze seznamu nárokovaných výrobků se zde vyskytuje pouze jejich zlomek. V žádném případě nelze z předložených dokladů dedukovat prodej např. drahých kovů, uměleckých děl, vánočních stromečků, hraček, pracovních brašen, kabelek, plážových tašek soch, rybářských potřeb, textilních výrobků vyjma šál a celé řady dalších výrobků, které si přihlašovatel nárokuje k zápisu v přihlášce ochranné známky. Kupř. ve vztahu k výrobkům tř. 16 se přihlašované označení vyskytuje pouze na zlomku výrobků nárokovaných v této třídě (jedná se časopis, vstupenky, sběratelské karty, v žádném případě se nejedná např. o

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

kancelářské potřeby, štočky, potřeby pro umělce, knihy apod., které jsou ve tř. 16 nárokovány). Avšak ani tyto doklady nejsou podloženy konkrétními počty nákladů těchto tiskovin – kromě počtu 800 ks časopisu v r. 2019, tak aby bylo možno konstatovat, že byly rozšířeny mezi velkou část relevantní spotřebitelské veřejnosti.

Shrnutím předložených dokladů Úřad konstatuje, že přihlašovatel prokázal užívání přihlašovaného označení pouze pro část nárokovaných služeb ve tř. 35 (zprostředkování nákupu a prodeje výrobků uvedených výše ve třídách 14, 16, 18, 24, 25, ~~26 a 28~~), a 41 (činnost fotbalového klubu, pronájem a provozování stadionu, sportovní činnost, zaměřená zejména na kopanou) a na části nárokovaných výrobků (konkrétně náramky ve třídě 14, tiskoviny a časopisy, vstupenky, sběratelské karty a z psacích potřeb pouze propisky ve třídě 16, klíčenky ve třídě 18 a šály ve třídě 25), u nichž se však většinou přihlašované označení vyskytuje v kombinaci s logem přihlašovatele, což ovlivňuje rozlišovací způsobilost označení. Z předložených dokladů nelze vyčíst intenzitu tohoto užívání. Není možné z nich dovodit, v jaké míře se předmětné označení dostalo do povědomí široké spotřebitelské veřejnosti ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám. Pro ostatní nárokované výrobky a služby nebylo prokázáno ani užívání.

S ohledem na shora uvedené dospěl Úřad k výše uvedenému závěru.

Jak již bylo uvedeno v předchozím výměru, přihlašované označení může být přesto zapsáno do rejstříku pro všechny nárokované výrobky a služby, jestliže přihlašovatel prokáže, že toto označení získalo před zápisem ochranné známky užíváním v obchodním styku ve vztahu k těmto nárokovaným výrobkům a službám přihlašovatele rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 citovaného zákona).

Tuto skutečnost lze prokázat hodnověrnými doklady. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály, etikety, hotové výrobky, průzkumy trhu apod., z nichž je jednoznačně patrno, že uvedené označení skutečně užíval přihlašovatel ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám, a to v podobě, jak je přihlašováno k zápisu (tedy jako slovní označení).

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 04.02.2021**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek II.

podepsáno elektronicky

90004 - Přízemní

Přihlašovatel je obchodní společností, jejímž předmětem podnikání je poskytování tělovýchovných a sportovních služeb v oblasti fotbalu. Společnost vznikla ke dni 26.4.2000, přičemž předmět podnikání spočívající v provozování sportovní činnosti v oblasti fotbalu (kopané) provozuje nepřetržitě od data svého vzniku. Tyto skutečnosti přihlašovatel dokládá úplným výpisem z obchodního rejstříku přihlašovatele. Sportovní činnost v oblasti fotbalu přihlašovatel od počátku svého vzniku i fakticky vykonává. V rámci této své činnosti se přihlašovatel jako člen Fotbalové asociace České republiky („**FAČR**") účastní s mnoha svými týmy v mládežnické i dospělé kopané fotbalových soutěží v České republice a zároveň je i provozovatelem úspěšné fotbalové akademie pro mládež. Od sezóny 2009/2010 přihlašovatel působí se svým „A" týmem v nejvyšší fotbalové soutěži v České republice (1. lize). Domácí zápasy ve fotbalové lize odehrávají fotbalové týmy přihlašovatele na Městském fotbalovém stadionu Miroslava Valenty v Uherském Hradišti, který má kapacitu 8.121 diváků.

Důkazy: 1 - výpis z obchodního rejstříku přihlašovatele

Přihlašované označení „1. FC SLOVÁCKO" je nutno posuzovat z hlediska průměrného spotřebitele, kterým se rozumí zejména současní anebo potencionální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu výrobků nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy zabývající se daným druhem výrobků nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Průměrným spotřebitelem je spotřebitel přiměřeně dobře informovaný, všímavý a obezřetný, přičemž je nutno také vzít v úvahu, že úroveň pozornosti se mění podle kategorie dotčených výrobků a/nebo služeb.

Přihlašovatel přihlašované označení „1. FC Slovácko" přihlašuje v souvislosti s jím provozovanými činnostmi v oblasti fotbalu a s tím souvisejícími obchodními činnostmi. Těmito činnostmi se rozumí zejména provozování činnosti fotbalového klubu, účast fotbalových týmů přihlašovatele v soutěžních utkáních, organizace fotbalových utkáních, reklamní činnosti, pronájem stadionu, nebytových prostor a reklamních ploch, doprava a organizace cest, zajišťování výchovné, zábavné, školící a sportovní činnosti zaměřen é na kopanou, organizace sportovních a kulturních akcí, nakladatelská a vydavatelská činnost (tisk fotbalových zpravodajů, vstupenek), provozování webových stránek a účtů na sociálních sítích v souvislosti s činnostmi přihlašovatele, výroba a prodej reklamních předmětů z kovu, papíru, látek (propisky, klíčenky, šály, náramky, apod.). Za průměrného spotřebitele je tak možno považovat fotbalovou veřejnost, tzn. zejména osoby aktivně hrající fotbal, osoby navštěvující fotbalová utkání, osoby pořizující si fotbalové propagační předměty, fanoušky fotbalového klubu přihlašovatele a obecně osoby se zájmem o sportovní, konkrétně fotbalové dění.

Přihlašovatel je přesvědčen, že významná část této relevantní veřejnosti rozpoznává, že všechny výrobky a služby, pro které je přihlašované označení „1. FC Slovácko" přihlašováno, pochází z určitého zdroje (od přihlašovatele), a že tedy přihlašované označení nabylo užíváním rozlišovací způsob ilost. Nabytí rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení „1. FC Slovácko" k přihlašovaným výrobkům a službám užíváním v obchodním styku přihlašovatel dokládá zejména následujícím:

1. Přihlašovatel provozuje fotbalovou činnost v České republice na nejvyšší možné úrovni. „A" tým přihlašovatele je jedním z 16 účastníků nejvyšší fotbalové soutěže v České republice (1. lize). Vyjma „A" týmu provozuje přihlašovatel dále ještě cca 20 jiných fotbalových týmů (tým juniorky, týmy mládeže, týmy žen). Všechny tyto týmy přihlašovatele vystupují pod přihlašovaným označením „1. FC Slovácko", a to od roku 2004. Veškerá fotbalová a obchodní činnost přihlašovatele je dlouhodobě (rovněž od roku 2004) prezentována pod přihlašovaným označením „1. FC Slovácko", a to i ve sdělovacích prostředcích. Žádný jiný fotbalový klub uvedené označení „1. FC Slovácko" nepoužívá.

   Pod přihlašovaným označením „1. FC Slovácko" je fotbalová činnost přihlašovatele prezentována nejen v regionálním tisku, ale i v celostátních denících (tištěných i internetových). Fotbal je přitom nejrozšířenějším sportem v České republice a tomu i odpovídá rozsah prezentace tohoto sportu, kdy články s fotbalovou tématikou se objevují v tisku téměř denně. Pokud se přitom v tisku referuje o fotbalové a s tím související činnosti přihlašovatele, vždy se v této souvislosti děje pod přihlašovaným označením „1. FC Slovácko". Minimálně aktuální tabulka klubů v nejvyšší fotbalové soutěži (1. lize) je v denících (internetových i tištěných) zveřejňována několikrát do týdne. Tuto skutečnost přihlašovatel dokládá náhodnými články z internetových (blesk.cz, novinky.cz, denik.cz, idnes.cz, aktualne.cz) i tištěných médií (MF Dnes). Návštěvnost internetových sportovních rubrik se pohybuje v řádech sta tisíc návštěv těchto stránek denně. Vyjma výše uvedeného je fotbalová činnost přihlašovatele pod přihlašovaným označením prezentována i televizním vysílání (O2TV, ČT sport), a to v rámci zpravodajských relacích nebo záznamů u fotbalových utkání.

důkazy: 2 - stránka z deníku MF Dnes, sportovní rubrika, 20.5.2019)

3 - náhled na aktuální tabulku nejvyšší fotbalové soutěže v ČR – idnes.cz (rubrika fotbal, 17.5.2019, 22.5.2019)
4 - náhled na představení klubu přihlašovatele - aktualne.cz
5 - náhled na aktuální tabulku nejvyšší fotbalové soutěže v ČR – blesk/isport.cz (rubrika fotbal, 17.5.2019)
6 - náhled na aktuální tabulku nejvyšší fotbalové soutěže v ČR – denik.cz (rubrika fotbal, 9.3.2019)
7 - náhled na článek ze serveru novinky.cz (sportovní rubrika, 18.11.2017)
8 - informace o návštěvnosti internetových stránek – idnes.cz
9 - informace o návštěvnosti internetových stránek – isport.cz
10 - informace o návštěvnosti internetových stránek – novinky.cz

2. Nabytí rozlišovací způsobilosti zapisovaného označení užíváním ve vztahu k zapisovaným výrobkům a službám přihlašovatel dále dokládá náhledem na první vyhledávací stránku internetového vyhledavače google.cz, ze kterého vyplývá, že po zadání slovního řetězce „1. FC Slovácko" jsou vyhledány výsledky ve spojení s osobou přihlašovatele, a to zejména v souvislosti s jeho fotbalovou činností, fotbalovými zápasy, fotbalovým stadionem, fotbalovými fanoušky. Zapisované označení „1. FC Slovácko" je užíváno ve spojení s fotbalovou a obchodní činností přihlašovatele na internetové encyklopedii www.wikipedie.cz, oficiálních internetových stránkách přihlašovatele na doméně www.fcslovacko.cz, i na účtech sociálních sítí. Tyto webové stránky i sociální sítě jsou ze strany relevantní veřejnosti frekventovaně navštěvovány. Účet na sociální síti facebook sleduje na 22 tis. uživatelů, na sociální síti instagram 3,7 tis. uživatelů, účet na sociální síti twitter 1,9 tis. uživatelů. Na uvedených internetových stránkách a sociálních sítích je prezentována nejen fotbalová činnost přihlašovatele, ale i jeho obchodní činnost spočívající prodeji fotbalových suvenýrů, dresů a jiných předmětů fotbalového merchandisingu. Tuto skutečnost přihlašovatel dokládá náhledy na uvedenou oficiální webovou stránku přihlašovatele (vč. fanshopu) a náhledy na stránky sociálních sítí. Zapisované označení „1. FC Slovácko" je v této přihlašované podobě navržené k zápisu jako ochranná známka užíváno na předmětech fotbalového merchandisingu nabízeného k prodeji na oficiálním fanshopu přihlašovatele na stránkách www.slovacko.cz. Těmito nabízenými předměty jsou např. šály, náramky, propisky , klíčenky.

důkazy:
11 - náhled na první stránku internetové encyklopedie wikipedie.cz
12 - náhled na první stránku vyhledavače google.cz
13 - náhled na oficiální webovou stránku přihlašovatele – www.fcslovacko.cz
14 - náhled na oficiální fanshop přihlašovatele na stránce www.fanshop.fcslovacko.cz
15 - náhledy na předměty merchandisingu se zapisovaným označením
16 – náhledy na účty sociálních sítí s označením „1. FC Slovácko" instagram, twitter)

3. Zapisované označení „1. FC Slovácko" přihlašovatel běžně užívá na svých tiskovinách, které se zejména při fotbalových utkáních předávají návštěvníkům těchto fotbalových utkání a na propagačních a obchodních tiskovinách. Jedná se zejména o tiskové zpravodaje utkání, vstupenky, permanentky, karty se soupiskou jednotlivých týmů přihlašovatele, apod. Zpravodaje jsou přitom tištěny v počtu cca 800 ks na utkání, vstupenky a permanentky jsou v počtu tisíců kusů (podle počtu diváků). Tyto skutečnosti přihlašovatel dokládá vzorovým fotbalovým zpravodajem a vstupenkou (vč. permanentních), fakturou na počet tištěných zpravodajů (800 ks), a prohlášením o počtu platících návštěvníků fotbalových utkání, kterým je vstupenka předána (přes 69.000 návštěvníků), vzorovými kartami se soupiskou týmů.

důkazy:
17 - vzorový zpravodaj
17 - vzorová vstupenka jednorázová, permanentní
18 - faktura – na tisk zpravodajů v počtu 800 ks
19 - prohlášení o počtu platících návštěvníků
20 - karty se soupiskou týmů

4. Zapisované označení „1. FC Slovácko" přihlašovatel běžně užívá na svém fotbalovém stadionu pro domácí fotbalová utkání, tj. na Městském fotbalovém stadionu Miroslava Valenty (kde má přihlašovatel zároveň umístěné své sídlo), a to v souvislosti s provozováním fotbalové i obchodní činnosti dle všech přihlašovaných tříd. Označení uvedeného stadionu přihlašovaným označením je viditelné nejen pro desetitisíce samotných návštěvníků fotbalových utkání, ale i pro veřejnost projíždějící/procházející kolem uvedeného fotbalového stadionu. Tuto skutečnost dokládá přihlašovatel fotografií uvedeného fotbalového stadionu.

důkazy: 21 - fotografie Městského fotbalového stadionu Miroslava Valenty se zapisovaným označením

5. K prokázání nabytí rozlišovací způsobilosti přihlašovatel zároveň dokládá fotografie klubové ho autobusu opatřeného zapisovaným označením „1. FC Slovácko". Tento klubový autobus přihlašovatel několikrát týdně užívá za účelem dopravy hráčů klubu na venkovní utkání (cca 30 během sezony), při cestování za jiným účelem (tréninky, soustředění), a zároveň i k propagaci klubu přihlašovatele a obchodním činnostem.

   důkazy: 22 - fotografie klubového autobusu

6. Skutečnost, že zapisované označení získalo rozlišovací způsobilost, dokládají mimo jiné i samotní fanoušci klubu, kteří toto zapisované označení sami používají v rámci svých fanouškovských komunit a aktivit – např. na neoficiálních stránkách klubu na doméně www.fcslovacko.com, na transparentech při utkáních, na obalech CD s chorály fotbalového klubu – chorály klubu s označením „1. FC Slovácko" mají přes 15 tis. zhlédnutí na portálu youtube.cz; tyto skutečnosti přihlašovatel dokládá náhledy na stránky a fotografiemi.

   důkazy: 23 - náhled na neoficiální webové stránky www.fcslovacko.com
   24 - fotografie obalu CD s chorály klubu
   25 - fotografie transparentu fanoušků na utkání

7. Přihlašované označení „1. FC Slovácko" užívá přihlašovatel dlouhodobě. Ode dne 19.7.2004 je zapisované označení „1. FC Slovácko" součástí firmy přihlašovatele. Přihlašovatel tedy již téměř 15 let přihlašované označení užívá při běžném obchodním styku. Pod tímto přihlašovaným označením je přihlašovatel evidován u Fotbalové asociace České republiky (FAČR) a v rámci FAČR je pod tímto názvem prezentován na internetových stránkách FAČR, při televizních utkáních, tiskových zprávách FAČR, u obchodních partnerů FAČR.

   důkaz 1 - výpis z obchodního rejstříku přihlašovatele
   26 - náhled na stránky FAČR s prezentací klubu přihlašovatele

II.

Na základě shora uvedených skutečností má přihlašovatel za to, že zapisované označení „1. FC Slovácko" získalo pro všechny zapisované výrobky a služby rozlišovací způsobilost samotným užíváním dle ust. 5§ zákona. Přihlašovatel je toho názoru, že přihlašované označení je mezi relevantní veřejností natolik známé, že tato veřejnost je schopna rozpoznat, že výrobky a služby opatřené tímto zapisovaným označením pocházejí od určitého zdroje (přihlašovatele).

Mgr. Petr Chuchma, advokát
v zastoupení 1. FC SLOVÁCKO, a.s.
na základě plné moci

druhu výrobků nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy zabývající se daným druhem výrobků nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Průměrným spotřebitelem je spotřebitel přiměřeně dobře informovaný, všímavý a obezřetný, přičemž je nutno také vzít v úvahu, že úroveň pozornosti se mění podle kategorie dotčených výrobků a/nebo služeb.
Vzhledem k charakteru nárokovaných výrobků a služeb ve třídách: *(14) drahé kovy a jejich slitiny, předměty z drahých kovů a jejich slitin, perly, diamanty, drahé kameny, polodrahokamy, jantar, šperky a klenoty, dublé, hodinky, hodinářské výrobky, časoměry, chronometry, budíky, pásky na hodinky, pouzdra na hodinky, šperkovnice, bižutérie, štras, brože (šperky), ozdobné jehlice (šperky), bižuterní klíčenky, manžetové knoflíky, kravatové spony a jehlice, medaile, medailóny, náramky, náhrdelníky, náušnice, odznaky z drahých kovů, ozdoby na klobouky z drahých kovů, taštičky z drahých kovů, vázy z drahých kovů, umělecká díla z drahých kovů v rámci této třídy, nádobí z drahých kovů, výrobky - imitace zlata v rámci této třídy, nitě z drahých kovů, sochy a sošky z drahých kovů, surové zlato a klenotnické zboží spadající do této třídy; (16) papír a výrobky z papíru, lepenky a kartonážní výrobky spadající do této třídy, tiskoviny, časopisy, periodika, knihy, výrobky knihařské, fotografie, psací potřeby, kancelářské potřeby kromě nábytku, učební a školní potřeby a pomůcky, tiskací písmena, štočky, papírové vlajky a vlaječky, obaly z papíru, tiskopisy, pohlednice, sběratelské kartičky, plakáty, známky, samolepky, potřeby pro umělce, štětce; (18) pracovní brašny, kožené výrobky pro průmyslové užití - v rámci této třídy, výrobky z kůže a náhražek kůže, surové kůže a kožešiny v rámci této třídy, jako kufry, deštníky, slunečníky, sedlářské výrobky, kabelky, příruční kabely, cestovní tašky, školní tašky, sportovní pytle, tašky jako sportovní suvenýry, taštičky na kosmetické potřeby, nákupní tašky, plážové tašky, ruksaky, klíčenky, náprsní tašky, peněženky; (24) vlajky a vlaječky s výjimkou papírových, tkaniny s výjimkou tkanin zařazených do jiných tříd, pokrývky včetně cestovních pokrývek, ložní prádlo, textilní zboží nezařazené v jiných třídách; (25) oděvy, saka, kalhoty, svetry, košile, obleky, sukně, pláště, kostýmy, cvičební úbory, dresy, kravaty, motýlky, šály, rukavice, klobouky, čepice, zejména baseballové, mikiny, ponožky, šle, spodní prádlo, blůzy, barety, šátky, podkolenky, boty, turistické oděvy, pracovní oděvy, oděvy pro volný čas, zejména pro sport, opasky; (26) oděvní doplňky neobsahující drahé kovy, jako knoflíky, spony do kravat, opasková spínadla, pouzdra na jehly, brože (oděvní doplňky), jehlice v rámci této třídy, monogramy (značky na prádlo), nárameníky, odznaky na oděvy nikoli ze vzácných kovů, ozdoby textilních výrobků, zejména na klobouky – v rámci této třídy, kožešinové ozdoby oděvní v rámci této třídy, oděvní doplňky; (28) vánoční stromečky umělé, ozdoby na vánoční stromečky, jako vánoční řetězy, umělé věnce, svícínky na svíčky pro vánoční stromečky, hry, hračky mechanické, hudební, fyzikální, včetně hraček pro domácí zvířata, tělocvičné a sportovní nářadí, jako míče hrací fotbalové, volejbalové, basketbalové, tenisové, míčky na stolní tenis, squash, badmintonové, rakety a pálky tenisové, na stolní tenis, badmintonové, squashové, chrániče loketní, kolenní a holenní (jako sportovní potřeby), míčky na hraní, rybářské potřeby včetně návnad v rámci této třídy, nářadí pro zimní sporty, nářadí pro sportovní hry, šermířské sečné a bodné zbraně, hrací karty; (35) zprostředkování nákupu a prodeje výrobků uvedených výše ve třídách 14, 16, 18, 24, 25, 26 a 28, pomoc při řízení obchodní činnosti v oblasti výrobků uvedených ve třídách 14, 16, 18, 24, 25, 26 a 28, činnost reklamní a inzertní, pronájem reklamních ploch, průzkum a analýzy trhů, rozmnožování dokumentů, distribuce zboží k reklamním účelům, marketing; (36) pronájem kanceláří a nemovitostí, služby správců nemovitostí; (39) doprava, přeprava a skladování, organizování cest; (41) činnost fotbalového klubu, pronájem a provozování stadiónů, tenisových dvorců a jiných sportovních zařízení, výchovná, zábavní, školicí, sportovní a kulturní činnost, zaměřená zejména na kopanou, organizace společenských, sportovních, turistických, ekologických a kulturních akcí a slavností, pořádání táborů pro děti a mládež, pořádání školení, nakladatelská a vydavatelská činnost,* lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele se širokou veřejností.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Přihlašované označení je tvořeno spojením řadové číslovky „1.“, zkratky „FC“ a slovním prvkem „Slovácko“. Celé označení je pouze slovní, sestávající z písmen standardního typu latinské abecedy a arabské číslice, bez jakýchkoli dalších obrazových prvků či grafických úprav. Zkratka „FC“ (z anglického football club) přitom představuje běžně užívanou součást názvů fotbalových klubů, po vzoru zahraničních fotbalových klubů značně rozšířenou i v českém prostředí. Tato ve světě sportu běžně užívaná zkratka je doplněna prostým zeměpisným údajem „Slovácko“, přičemž Slovácko je označení národopisné oblasti na jihovýchodě Moravy, jejímž jádrem je Dolnomoravský úval. Použití řadové číslovky „1.“ před slovním spojením „FC Slovácko“ pak vyjadřuje, že se jedná o první fotbalový klub Slovácka, ať již ve významu první v časové posloupnosti či ve smyslu významný nebo dokonce nejvýznamnější slovácký fotbalový klub.

Jedná se o nedistinktivní označení postrádající jakékoli další rozlišující, originální prvky, které by mu dodaly potřebnou míru rozlišovací způsobilosti na trhu mezi více subjekty. Označení je tvořeno obecně frekventovanými slovy s číslovkou dodávající označení laudatorní zabarvení, které bude jako celek vnímáno průměrným spotřebitelem jako pouhé informativní sdělení o tom, že se jedná o významný fotbalový klub v určité zeměpisné oblasti. Výrobky a služby takto označené budou průměrným spotřebitelem vnímány jako výrobky a služby vztahující se k jakémukoli fotbalovému klubu v určité zeměpisné lokalitě, tedy na území Slovácka. Takto koncipované označení, tj. označení sestávající z pouhého zeměpisného určení místa a obecného názvu, resp. zkratky doplněné o číslovku, nedisponující potřebnou originalitou a postrádající určitou míru neobvyklosti a kreativity, nemůže být pro spotřebitele indikátorem původu takto označených výrobků a služeb. Označení spotřebiteli neumožňuje alespoň základní orientaci na trhu výrobků a služeb, které jsou poskytovány odlišnými subjekty a tyto výrobky a služby vzájemně identifikovat a individualizovat, včetně rozpoznání jejich zdroje.

Vzhledem k výše uvedenému Úřad dospěl k závěru, že průměrný spotřebitel pod přihlašovaným označením nebude schopen jednoznačně identifikovat obchodní zdroj nárokovaných výrobků a služeb, tedy odlišit takto označené výrobky a služby od obdobných takto označených výrobků a služeb jiných soutěžitelů, a přihlašované označení tak nemůže naplňovat základní, tj. rozlišovací funkci ochranné známky ve smyslu ustanovení § 4 písm. b) citovaného zákona.

Přihlašované označení může být přesto zapsáno pro všechny nárokované výrobky a služby, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého zdroje. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že zboží a služby pocházejí z určitého zdroje. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno (tedy **slovní**), a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu k přihlašovaným výrobkům a službám. Mezi doklady kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří např. informace o prodeji výrobků či poskytování služeb pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, hotové výrobky, propagační a inzertní materiály, etikety, z nichž je jednoznačně patrno, že

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

uvedené označení skutečně užíval přihlašovatel. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky rozpozná, že takto označené výrobky a služby pocházejí od určitého subjektu, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 23.03.2019**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek II.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

CHDO
ADVOKÁTI

DATOVOU ZPRÁVOU

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6 - Bubeneč

Ve Zlíně dne 03.06.2021

K č. sp. O-538448

PŘIHLAŠOVATEL: **1. FC SLOVÁCKO, a.s.**
se sídlem Stonky 566, 686 01 Uherské Hradiště
IČO 25597493

(dále jako „**přihlašovatel**")

právně zastoupen Mgr. Petrem Chuchmou, advokátem, se sídlem Zlín, Lešetín II 7147, PSČ 76001, ID datové schránky: 44ghekf, vykonávajícím advokacii ve sdružení CHDO Advokáti, na základě plné moci (již založena ve spise)

Rozlišovací způsobilost – doplnění přihlášky ochranné známky

Přílohy: důkazy dle textu

I.

Přihlašovatelem byla podána přihláška ochranné známky spolu s žádostí o zápis této ochranné známky ve znění „1. FC SLOVÁCKO" do rejstříku ochranných známek.

Na základě výsledku věcného průzkumu přihlášky bylo přihlašovateli Úřadem průmyslového vlastnictví (dále jako „**Úřad**") sděleno, že přihlašované označení je nadále vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek dle ust. § 4 písm. b) zákona 441/2003 Sb., o ochranných známkách (dále jako „**zákon**"), neboť doposud nebylo dle mínění Úřadu dostatečnými doklady prokázáno nabytí rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení.

V souladu s ust. §5 zákona může být přihlašované označení zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost. Přihlašovatel je přesvědčen o tom, že přihlašované označení „1. FC SLOVÁCKO" naplňuje předpoklady k tomu, aby bylo do rejstříku ochranných známek dle ust. §5 zákona zapsáno. Přihlašovatel provozuje a vykonává sportovní činnosti v oblasti fotbalu (kopané) pod přihlašovaným označením nepřetržitě od roku 2004. V rámci této své činnosti se přihlašovatel jako člen Fotbalové asociace České republiky („**FAČR**") účastní s mnoha svými týmy v mládežnické i dospělé kopané fotbalových soutěží v České republice a zároveň je i provozovatelem úspěšné fotbalové akademie pro mládež. Od sezóny 2009/2010 přihlašovatel působí se svým „A" týmem v nejvyšší fotbalové soutěži v České republice (1. lize). Přihlašované označení „1. FC SLOVÁCKO" je tak přihlašovatelem dlouhodobě užíváno v obchodním styku, resp. toto označení je přihlašovatelem dlouhodobě a intenzivně užíváno ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám, v důsledku čehož dle mínění přihlašovatele významná část relevantní veřejnosti měla možnost se s přihlašovaným označením seznámit, a tato také rozpozná, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého

zdroje (a že tedy přihlašované označení získalo rozlišovací způsobilost). Nabytí rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení „1. FC SLOVÁCKO" k přihlašovaným výrobkům a službám užíváním v obchodním styku přihlašovatel dokládá zejména následujícím (nad rámec toho, co již bylo Úřadu předloženo).

1. Přihlašovatel na úvod sděluje (přestože tuto skutečnost již uváděl), že provozuje fotbalovou činnost v České republice na nejvyšší možné úrovni. „A" tým přihlašovatele je jedním účastníků nejvyšší fotbalové soutěže v České republice (1. lize), a to například spolu s fotbalovými týmy SK Slavia Praha, AC Sparta Praha, FK Jablonec, FC Viktoria Plzeň, FC Baník Ostrava, SK Sigma Olomouc a dalšími. Vyjma „A" týmu provozuje přihlašovatel dále ještě cca 20 jiných fotbalových týmů (tým juniorky, týmy mládeže, týmy žen). Všechny tyto týmy přihlašovatele vystupují pod přihlašovaným označením „1. FC SLOVÁCKO", a to od roku 2004. Veškerá fotbalová a obchodní činnost přihlašovatele je dlouhodobě prezentována pod přihlašovaným označením „1. FC SLOVÁCKO", a to i ve sdělovacích prostředcích. Žádný jiný fotbalový klub uvedené označení „1. FC SLOVÁCKO" nepoužívá.

   Pod přihlašovaným označením „1. FC SLOVÁCKO" je fotbalová činnost přihlašovatele prezentována v rozhlasovém a televizním vysílání (O2TV, ČT sport), v regionálním tisku, v celostátních denících (tištěných i internetových) a v internetových rubrikách. Demonstrativní výčet existujících webových stránek s prezentací přihlašovatele a náhledy na některé články obsahující přihlašované označení přihlašovatel Úřadu již dokládal. Níže přihlašovatel předkládá informace o návštěvnosti internetových domén www.fcslovacko.cz, www.fanshop.fcslovacko.cz a také neoficiální domény založené samotnými spotřebiteli www.fcslovacko.com (dle mínění přihlašovatele i založení a existence této domény jakožto aktivity spotřebitelů – fanoušků dokládá získání rozlišovací způsobilosti zapisovaného označení). Z těchto je mj. patrné, že od roku 2011 doménu www.fcslovacko.cz navštívilo celkem více jak 4,6 mil. uživatelů, doménu www.fanshop.fcslovacko.cz navštívilo téměř 193 tis. uživatelů, a doménu www.fcslovacko.com navštívilo téměř 5,9 mil. uživatelů.

   Důkazy: 1 - informace o návštěvnosti internetových stránek – fcslovacko.cz
   2 - informace o návštěvnosti internetových stránek – fanshop.fcslovacko.cz
   3 - informace o návštěvnosti internetových stránek – fcslovacko.com

   Nadto přihlašovatel uvádí, že z Úřadu již doložených dokladů vyplývá, že návštěvnost internetových sportovních rubrik na internetových stránkách idnes.cz, isport.cz a novinky.cz se pohybuje v řádech sta tisíc návštěv denně.

2. Zapisované označení „1. FC SLOVÁCKO" ve spojení s fotbalovou a obchodní činností přihlašovatele je užíváno nejen na internetových stránkách na shora uvedených doménách, nýbrž také například na internetové encyklopedii www.wikipedie.cz a na účtech sociálních sítí. Přičemž poslední léta jsou ze strany relevantní veřejnosti frekventovaně vyhledávány a navštěvovány zejména sociální sítě. Účet přihlašovatele na sociální síti facebook sleduje 23,2 tis. uživatelů, účet na sociální síti instagram sleduje 7,7 tis. uživatelů, a účet na sociální síti twitter sleduje přes 3,0 tis. uživatelů. Účet přihlašovatele na sociální síti facebook navštíví denně až 83 tis. uživatelů, stránku přihlašovatele na wikipedie.cz navštíví měsíčně až 2,3 tis. uživatelů. Tyto skutečnosti přihlašovatel dokládá informacemi o sledovanosti a o návštěvnosti ze sociálních sítí facebook, instagram a twitter a internetové encyklopedie www.wikipedie.cz.

   Důkazy: 4 - informace o sledovanosti sociální sítě – facebook.cz a instagram.cz
   5 - informace o sledovanosti sociální sítě – twitter.cz
   6 - informace o návštěvnosti sociální sítě – facebook.cz
   7 - informace o návštěvnosti internetových stránek – wikipedie.cz

3. Zapisované označení „1. FC SLOVÁCKO" je užíváno při propagaci (reklamě) fotbalové činnosti přihlašovatele, a to nejen na tiskovinách a na předmětech fotbalového merchandisingu (propagační vlaječky, magnetky, přívěšky, hrnky apod.), ale i v rámci reklamy jako je plošná inzerce, rozhlasové a televizní vysílání a jiné reklamní kampaně. Jak je již Úřadu známo, u tiskovin se jedná například o tiskové zpravodaje utkání nebo o pohledy, kdy přihlašovatel Úřadu dokládá některé z dalších faktur na tištěné zpravodaje v počtu několik set ks, a fakturu na tištěné pohledy v počtu 15 tis. ks. Dále tímto přihlašovatel dokládá fakturu na plechové hrnky s potiskem v počtu 100 ks a fakturu na přívěšky s potiskem v počtu 857 ks. Přihlašovatel také dále na výzvu Úřadu dokládá informace o objemu vynaložených nákladů na propagaci (reklamu) od roku 2016. V roce 2016 činil celkový objem vynaložených nákladů na propagaci celkem 972.500,- Kč, v roce 2017 celkem 572.500,- Kč, v roce 2018 celkem 649.750,- Kč, v roce 2019 celkem 605.750,- Kč, a v roce 2020 celkem 487.500,- Kč. Dále přihlašoval dokládá informace k vynaloženým nákladům na reklamní předměty a tiskoviny.

   Důkazy: 8 - faktura – na tisk zpravodajů
   9 - faktura – na tisk pohledů
   10 - faktura – na přívěšky s potiskem
   11 - faktura – na plechové hrnky s potiskem
   12 - informace o nákladech na propagaci (reklamu) fotbalové činnosti v letech 2016 – 2020
   13 - informace o nákladech na reklamní předměty a tiskoviny v letech 2016 – 2020

4. Zápasy fotbalových týmů přihlašovatele se ve fotbalové lize odehrávají na Městském fotbalovém stadionu Miroslava Valenty v Uherském Hradišti, který má kapacitu 8.121 diváků. Počet platících návštěvníků na utkáních týmu „A" přihlašovatel dokládá mj. informacemi o počtu zaplacených vstupů na tato utkání v sezóně 2015/2016 (celkem 69.861), sezóně 2016/2017 (celkem 64.132), sezóně 2017/2018 (celkem 62.853), sezóně 2018/2019 (celkem 72.671), a sezóně 2019/2020 (celkem 58.864). Přihlašovatel dále dokládá finanční uzávěrky za organizaci týkající se výnosů za vstupenky za fotbalová utkání všech fotbalových týmů přihlašovatele (nejen týmu „A"), a to opět za výše uvedené sezóny.

   Důkazy: 14 - informace o počtu platících návštěvníků za sezóny 2015/2016 – 2019/2020
   15 - finanční uzávěrky za organizaci za sezóny 2015/2016 – 2019/2020

5. Pro úplnost přihlašovatel uvádí, že přihlašované označení „1. FC SLOVÁCKO" se nevyskytuje vždy v kombinaci a logem přihlašovatele. Příkladem nechť je propiska se zapisovaným označením, jejíž fotografii přihlašovatel také dokládá.

   Důkazy: 16 - fotografie propisky s označením „1. FC SLOVÁCKO"

II.

Z doložených informací (ve spojení s již doloženými doklady) o návštěvnosti a sledovanosti účtů přihlašovatele na sociálních sítích, o návštěvnosti na internetových stránkách, na kterých je činnost přihlašovatele pod zapisovaným označením prezentována, o vynaložených nákladech na propagaci a reklamu a o počtu platících návštěvníků fotbalových utkání (vč. finančních uzávěrek) je zjevné, že míra obeznámenosti veřejnosti s označením „1. FC SLOVÁCKO" je vysoká.

Na základě shora uvedených skutečností (ve spojení s Úřadu již dříve doloženými ze strany přihlašovatele) má přihlašovatel za to, že zapisované označení „1. FC SLOVÁCKO" získalo pro všechny zapisované výrobky a služby rozlišovací způsobilost samotným užíváním dle ust. 5§ zákona. Přihlašovatel je toho názoru, že přihlašované označení je mezi relevantní veřejnosti natolik známé, že tato veřejnost je schopna rozpoznat, že výrobky a služby opatřené tímto zapisovaným označením pocházejí od určitého zdroje (přihlašovatele).

Mgr. Petr Chuchma Digitálně podepsal Mgr. Petr Chuchma Datum: 2021.06.04 17:53:05 +02'00'

Mgr. Petr Chuchma, advokát
v zastoupení 1. FC SLOVÁCKO, a.s.
na základě plné moci

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-538448
1.FC SLOVÁCKO, a.s.
Stonky 566
68601 Uherské Hradiště
ID DS: ch9u8ny

Váš dopis značky:
Ochranná známka: 1. FC SLOVÁCKO
Číslo spisu: O-538448
Den podání: 29.03.2017
Č. j.: O-538448/D17030436/2017/ÚPV
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 10.1.2022

Rozhodnutí

Úřad průmyslového vlastnictví (dále jen Úřad) dle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, **zamítá** přihlášku ochranné známky č. sp. O-538448 ve znění „1. FC SLOVÁCKO", podanou přihlašovatelem 1.FC SLOVÁCKO, a.s., Uherské Hradiště, **pro následující výrobky a služby**:

(14) drahé kovy a jejich slitiny, předměty z drahých kovů a jejich slitin, perly, diamanty, drahé kameny, polodrahokamy, jantar, šperky a klenoty, dublé, hodinky, hodinářské výrobky, časoměry, chronometry, budíky, pásky na hodinky, pouzdra na hodinky, šperkovnice, bižutérie, štras, brože (šperky), ozdobné jehlice (šperky), bižuterní kličenky, manžetové knoflíky, kravatové spony a jehlice, medaile, medailóny, náramky, náhrdelníky, náušnice, odznaky z drahých kovů, ozdoby na klobouky z drahých kovů, taštičky z drahých kovů, vázy z drahých kovů, umělecká díla z drahých kovů v rámci této třídy, nádobí z drahých kovů, výrobky - imitace zlata v rámci této třídy, nitě z drahých kovů, sochy a sošky z drahých kovů, surové zlato a klenotnické zboží spadající do této třídy; (16) papír a výrobky z papíru, lepenky a kartonážní výrobky spadající do této třídy, knihy, výrobky knihařské, kancelářské potřeby kromě nábytku, učební a školní potřeby a pomůcky, psací potřeby s výjimkou propisek, tiskací písmena, štočky, obaly z papíru, tiskopisy, známky, potřeby pro umělce, štětce; (18) pracovní brašny, kožené výrobky pro průmyslové užití - v rámci této třídy, výrobky z kůže a náhražek kůže, surové kůže a kožešiny v rámci této třídy, jako kufry, deštníky, slunečníky, sedlářské výrobky, kabelky, příruční kabely, cestovní tašky, školní tašky, sportovní pytle, tašky jako sportovní suvenýry, taštičky na kosmetické potřeby, nákupní tašky, plážové tašky, ruksaky, náprsní tašky, peněženky; (24) tkaniny s výjimkou tkanin zařazených do jiných tříd, pokrývky včetně cestovních pokrývek, ložní prádlo, textilní zboží nezařazené v jiných třídách; (25) oděvy, saka, kalhoty, svetry, košile, obleky, sukně, pláště, kostýmy, kravaty, motýlky, rukavice, klobouky, mikiny, ponožky, šle, spodní prádlo, blůzy, barety, šátky, podkolenky, boty,

03. 10. 17

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6 - Bubeneč

V Praze dne 26. září 2017

Příloha přihlášky slovní ochranné známky „ROCK RADIO"- doložení rozlišovací způsobilosti

Společnost MEDIA MARKETING SERVICES a.s., se sídlem Praha 2, Koperníkova č.p.794,č.or. 6, PSČ 120 00, IČ 276 04 942, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 11148, tímto v souladu s ustanovením §5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, dokládá skutečnost, že přihlašované označení „ROCK RADIO" nabylo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku, ve vztahu k výrobkům a službám, pro které je požadován jeho zápis, rozlišovací způsobilost.

Přihlášení je požadováno pro následující třídy:

(35) služby v oblasti průzkumu trhu vztahující se k mediálnímu vysílání, propagační marketing, marketingové informace, marketingové poradenství, marketingové analýzy, marketingový průzkum, reklama a marketing, marketingové konzultační služby, propagační služby, merchandising; (38) hudební vysílání, zvukové vysílání, rádiové vysílání, rozhlasové vysílání informací, digitální audio vysílání, rozhlasové a televizní vysílání, služby rozhlasového vysílání přes internet, vysílání a přenos rozhlasových pořadů, služby vysílání audia a videa poskytované prostřednictvím internetu; (41) výroba rozhlasového vysílání, digitální video, audio a multimediální zábavní vydavatelské služby, grafické zpracování informací, hudební nakladatelství, hudební vydavatelství, psaní blogů, publikování a vydávání tiskovin, publikování a vydávání knih, časopisů, reportérské služby, publikování audioknih, služby v oblasti vydávání a nahrávání hudby, vydávání hudebních děl, vydávání hudebních textů, vydávání recenzí.

Označení „ROCK RADIO" je v České republice dlouhodobě a masivně užíváno jako označení pro rozhlasovou stanici, kterou provozuje společnost MEDIA BOHEMIA a.s., se sídlem Praha 2, Koperníkova č.p.794,č.or. 6, PSČ 120 00, IČ 26765586, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka 8140. Společnost MEDIA BOHEMIA a.s. je koncernovou společností přihlašovatele, neboť obě společnosti mají stejného jediného akcionáře, společnost MEDIA BOHEMIA HOLDINGS LIMITED. Přihlašovatel je zároveň mediální zastupitelství společnosti MEDIA BOHEMA a.s., neboť zastupuje síť rádií ROCK RADIO při prodeji jejich rozhlasového reklamního času. Na základě dohod obou společností pak přihlašovatel propaguje a zastupuje označení „ROCK RADIO" dále popsaným způsobem.

Důkaz: Výpis z obchodního rejstříku přihlašovatele
Výpis z obchodního rejstříku společnosti MEDIA BOHEMIA a.s.

Do sítě rádií vysílaných pod označením „ROCK RADIO" patří následující rádia:
Rock Radio- Kolín, Pec Pod Sněžkou, Sokolov, Rock Rádio Prácheň, Rock radio Šumava, Ústí nad Labem, Cheb, Rock Radio Gold.

Pod označením „ROCK RADIO" tak probíhá rozhlasové vysílání na velké části území České republiky, a to již od roku 2008.

Důkaz: Licence k provozování rozhlasového vysílání (příklady z licenčních podmínek pro jednotlivá rádia), plná znění na www.rrtv.cz
Mapa ČR s aktuálním pokrytím ROCK RADIA

Rozhlasová stanice „ROCK RADIO " má týdenní poslechovost cca 200 000 posluchačů. Označení „ROCK RADIO" je pak po celou dobu vysílání každý den na uvedené rozhlasové stanici mnohokrát v rámci znělek slovně opakováno a je tak jako název vžito pro právě pro rozhlasovou stanici přihlašovatele.

Důkaz: Přehled poslechovosti rádií
CD s audionahrávkami znělek „ROCK RADIO"

Označení „ROCK RADIO" je přihlašovatelem dlouhodobě konstantně propagováno. Přihlašovatel podporuje a organizuje nejrůznější sportovní, kulturní a zábavní akce, a to právě pod označením „ROCK RADIO".

Důkaz: fotografie užití označení na sportovních, kulturních a zábavních akcích

Přihlašovatel dále užívá označení na velkém množství nejrůznějších propagačních předmětů, jako jsou např. trička, obchodních materiálů a na venkovní reklamě.

Důkaz: fotografie užití označení na propagačních a obchodních materiálech

Uvedené označení je používáno i prostřednictvím přihlašovatelovy webové domény www.rockovyradio.cz, na které je umístěna webová stránka přihlašovatele, věnující se hudební tematice, hudebnímu průmyslu, hitparádám a informující o pořadech uváděných na rozhlasové stanici ROCK RADIO. Prostřednictvím této webové stránky pak posluchači také mohou poslouchat hudební produkci online, získávat lístky na nejrůznější hudební produkce, sledovat fotografie apod.

Posluchači pak navštěvují také Facebookovou stránku ROCK RADIA, kterou sleduje 68 654 uživatelů a líbí se 73 075 uživatelům sociální sítě Facebook.

Důkaz: Webová stránka www.rockovyradio.cz
Facebookové stránky ROCK RADIA

O aktivitách ROCK RADIA pak byla napsána řada článků v internetových médiích.

Důkaz: internetové články o ROCK RADIU, také dostupné zde:
http://www.radiotv.cz/p_radio/sit-rockradio-spustila-vysilac-v-mlade-boleslavi/
https://www.mediaguru.cz/aktuality/rodina-rock-radii-muze-rozsirit-sve-pokryti/
https://www.mediaguru.cz/aktuality/rockradio-rozsirilo-pokryti-ziskalo-radio-gama/
https://mam.ihned.cz/c1-64379120-letni-kampan-rock-radia
https://mam.ihned.cz/c1-57633820-rock-radio-uz-hraje-v-teplicich-na-92-4-mhz

03. 10. 17

Přihlašovatel také do propagace označení „ROCK RADIO" masivně a dlouhodobě investuje. Roční investice propagace označení „ROCK RADIO" činí přibližně 1.000.000,-Kč.

Z výše uvedeného vyplývá, že přihlašované označení je na území České republiky dlouhodobě a intenzivně používáno, propagováno a zavedeno, a to nejen ve vizuální podobě na logu umístěném na propagačních materiálech a při sponzorování sportovních, kulturních a zábavních akcí, či na webových stránkách a sociálních sítích. Uvedené slovní označení „ROCK RADIO" je také po dobu mnoha let (pouze slovně) užíváno v rámci znělky rozhlasového vysílání s vysokou poslechovostí.

Přihlašovatel uvedené označení pro přihlašované třídy výrobků a služeb používá na českém trhu jako jediný. Spotřebitel označení jednoznačně spojuje s jeho přihlašovatelem a nepokládá je za obecně užívané označení. V důsledku zmiňovaného užívání vnímají spotřebitelé výrobek nebo službu, označené pouze ochrannou známkou, jejíž zápis je požadován, jako pocházející z podniku přihlašovatele, jehož služby jsou označením jednoznačně identifikovány a odlišeny od ostatních soutěžitelů.

03.10.17

Tento výpis z veřejných rejstříků elektronicky podepsal "MĚSTSKÝ SOUD V PRAZE [IČ 00215660]" dne 26.9.2017 v 13:56:33.
EPVid:3uDpeSUxsSLClp85dqw9pA

Výpis

z obchodního rejstříku, vedeného
Městským soudem v Praze
oddíl B, vložka 11148

Datum vzniku a zápisu: 1. října 2006

Spisová značka: B 11148 vedená u Městského soudu v Praze

Obchodní firma: MEDIA MARKETING SERVICES a.s.

Sídlo: Koperníkova 794/6, Vinohrady, 120 00 Praha 2

Identifikační číslo: 276 04 942

Právní forma: Akciová společnost

Předmět podnikání:

poskytování služeb v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci

činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence

Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Předmět činnosti:

pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor

Statutární orgán - představenstvo:

předseda:

DANIEL SEDLÁČEK, dat. nar. 29. ledna 1970
Sojkovská 735/1, Dejvice, 160 00 Praha 6
Den vzniku funkce: 20. prosince 2011
Den vzniku členství: 20. prosince 2011

člen představenstva:

PAVEL LUPJAN, dat. nar. 9. září 1970
Högerova 1098/15, Hlubočepy, 152 00 Praha 5
Den vzniku členství: 20. prosince 2011

Člen představenstva:

JAN FAHOUN, dat. nar. 20. srpna 1978
Pod lipkami 1427/36, Smíchov, 150 00 Praha 5
Den vzniku členství: 1. března 2015

Způsob jednání: Jménem společnosti jedná představenstvo a to tak, že navenek za něj jedná jménem společnosti vždy předseda představenstva samostatně nebo dva členové představenstva společně.

Dozorčí rada:

člen dozorčí rady:

JAN NEUMAN, dat. nar. 6. října 1973
Ostružinová 1966, 252 28 Černošice
Den vzniku funkce: 16. června 2009

člen dozorčí rady:

Mgr. PETR ŠŤASTNÝ, dat. nar. 7. září 1980
Láskova 1810/4, Chodov, 148 00 Praha 4
Den vzniku funkce: 21. října 2014
Den vzniku členství: 21. října 2014

předseda dozorčí rady:

Ing. IVANA MENTLÍKOVÁ, dat. nar. 13. března 1965
Hákova 527/2, Horní Měcholupy, 109 00 Praha 10
Den vzniku funkce: 29. června 2016
Den vzniku členství: 22. června 2016

Jediný akcionář:

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-548299
JUDr. Jiří Konečný
Jugoslávská 481/12
120 00 Praha 2, Vinohrady

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Zkoušky nanečisto
Číslo spisu: O-548299
Datum podání: 30.05.2018
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu !!

V Praze dne 16.10.2018

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které má schopnost odlišit na trhu stejné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale je nutno, aby svou formou a obsahem bylo do té míry originální, že jeho osobité znaky mají schopnost individualizovat výrobky a služby, které jím mají být označeny.

Označení může být tvořeno i slovy užívanými v běžné řeči, ovšem v takovém případě je nutné posoudit, nakolik souvisí posuzované označení s výrobky či službami, pro které je přihlašováno, a zda-li přihlašované označení neobsahuje jiné prvky, které jsou schopny označení jako celku dodat potřebnou rozlišovací způsobilost.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá.

Vzhledem k charakteru přihlašovaných výrobků a služeb ve tř. (9) počítačový software týkající se vzdělávání dětí, materiály pro vzdělávací kurzy ke stažení, počítačový software,

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

interaktivní počítačový software umožňující výměnu informací, elektronické publikace ke stažení, instruktážní příručky v elektronickém formátu; (16) učebnice, tištěné příručky výukových aktivit, školicí materiály s výjimkou přístrojů, tištěné materiály ke korespondenčním kurzům; (41) vzdělávací a školicí služby, vzdělávací kurzy, školní kurzy zaměřené na přípravu ke zkouškám, kurzy pro zvyšování kvalifikace a další vzdělávání, testování znalostí (zkoušení), zkoušení, testování (v oblasti vzdělávání), odborné testování, elektronické online publikace periodik a knih, multimediální publikování, vydávání instruktážní literatury, výchova, vzdělávání, zábava a sportovní činnost, poskytování on-line výukových programů, lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele s širokou veřejností, zajímající se o možnosti vzdělávání.

Přihlašované označení je tvořeno souslovím „Zkoušky nanečisto" bez jakýchkoli dalších grafických či obrazových rozlišovacích prvků. Jde o nedistinktivní a nefantazijní označení ve zcela běžném typu písma bez jakýchkoli dalších rozlišujících prvků. Použitá slova nejsou sama o sobě nijak fantazijní a jejich spojení nemá povahu neobvyklého, zvláštního nebo nezvyklého.

Slovní spojení tak pouze vypovídá o obchodním zaměření přihlašovatele na oblast vzdělávání. V současné době je na trhu značné množství subjektů, které se zabývají právě různými druhy vzdělávání a výuky, testováním apod. Spotřebitel takto označené výrobky a služby bez dalších rozlišujících prvků nebude schopen přiřadit ke konkrétnímu poskytovateli.

V souvislosti s nárokovaným seznamem služeb ve tř. 41 - vzdělávací a školicí služby, školní kurzy zaměřené na přípravu ke zkouškám, kurzy pro zvyšování kvalifikace a další vzdělávání, testování znalostí (zkoušení) apod. se jedná o označení, které pouze spotřebiteli napovídá o obchodním zaměření přihlašovatele na oblast vzdělávání a jeho poskytování, resp. zajišťování a testování a výrobky ve tř. 9 – software pro vzdělávání apod. a ve tř. 16 – učebnice, školící materiály apod. jsou přímo související se službami tř. 41, neboť slouží k jejich realizaci, zajištění apod.

Přihlašované označení tak, vzhledem ke svému znění, postrádá rozlišovací způsobilost ve vztahu ke všem nárokovaným výrobkům a službám, neboť pouze informuje spotřebitele o charakteru přihlašovaných výrobků a služeb.

Vzhledem k tomu, že je předmětné označení přihlašováno pro výše uvedené výrobky a služby, považuje Úřad za důvodné se domnívat, že spotřebitel nebude schopen pod ním jednoznačně identifikovat obchodní zdroj uvedených výrobků a služeb, tedy rozlišit je od obdobných výrobků a služeb takto označených, pocházejících od jiných soutěžitelů na trhu. Z tohoto důvodu je označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek, jak je výše uvedeno.

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého podniku. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že výrobky a služby pochází z určitého podniku, i prohlášení obchodních a průmyslových komor nebo jiných profesních sdružení. **K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno, tj. v daném slovním znění, bez jakýchkoli dalších dodatků slovních či obrazových**, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu ke shora vymezeným výrobkům a službám. Mezi takové doklady může např. patřit informace o poskytování výrobků a služeb pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, hotové výrobky či reklamní cesty propagace daného označení apod. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky rozpozná, že výrobky a služby pochází z určitého podniku, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 16.12.2018**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

JUDr. Jiří Konečný
advokát

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6 - Bubeneč

zasláno prostřednictvím datové schránky

V Praze dne 10. prosince 2018

Ke sp.zn.: **O-548299**

Ochranná známka: **Zkoušky nanečisto**

Přihlašovatel:

Právně zastoupen: **JUDr. Jiřím Konečným**, advokátem
se sídlem Jugoslávská 12, 120 00 Praha 2, č. osv. ČAK 12404, IČ 71470930

Věc: **Doplnění přihlášky ochranné známky – vyjádření k výsledkům věcného průzkumu**

Vážení,

v reakci na sdělení nadepsaného úřadu ze dne 16. 10. 2018, ve kterém úřad v návaznosti na výsledky věcného průzkumu sdělil, že podle jeho uvážení je důvodné se domnívat, že průměrný spotřebitel nebude schopen pod tímto označením jednoznačně identifikovat zdroj uvedených služeb, tedy rozlišit je od obdobných služeb takto označených, pocházejících od jiných soutěžitelů na trhu, což může vést k pochybnostem o rozlišovací způsobilosti ochranné známky, sděluje přihlašovatel následující:

Přihlašovatel trvá na tom, že se jedná o označení, které pro průměrného spotřebitele má rozlišovací způsobilost a je průměrným spotřebitelem spojováno právě s produkty a službami přihlašovatele, a dokládá to okolnostmi a důkazy popsanými níže.

1. Přihlašovatel považuje za nutné zdůraznit, že v rámci své dosavadní činnosti již od r. 1992 soustavně a nepřetržitě a stále pod přihlašovaným označením poskytuje služby, pro které je navrhována registrace předmětné ochranné známky. Pro nabytí rozlišovací schopnosti označení, jehož absence je úřadem vytýkána, se proto přihlašovatel dovolává ustanovení § 5 zákona a uvádí, že označení užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům nebo službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost získalo.

2. Přihlašovatel zahájil poskytování příslušných poskytovaných služeb již v r. 1992. Již 29. 11. 1996 podal přihlašovatel pod č.j. 117437 přihlášku podobné ochranné známky PŘIJÍMACÍ ZKOUŠKY

NANEČISTO, kde však přihlašovatel po námitkách úřadu přihlášku nedoplnil a přihláška byla zamítnuta. Od r. 2000 je již užíváno označení jen ve zkrácené verzi „ZKOUŠKY NANEČISTO".

3. Od roku 2000 pak zajišťuje jejich inzerci i na svých internetových stránkách www.zkousky-nanecisto.cz, jejíž registraci ke dni 22. 9. 2000 dokládá přiložený snímek doplněný o snímek původního vzhledu stránek a snímky dalších vzhledů z let 2003 a 2005.

4. Při zadání spojení slov zkoušky a nanečisto do vyhledavače Google je nabídka přihlašovatele uváděna na prvním místě, hned pod inzerovanými odkazy.

5. Podle služby Google Analytics navštívilo v roce 2017 internetovou stránku zkousky-nanecisto.cz 308 756 uživatelů a z přiloženého snímku je poměrně zřejmý vzrůstající trend celkových návštěv webu. Od října roku 2009 je projekt Zkoušky nanečisto stále pod stejným názvem, aktivní i jako stránka na populární sociální síti Facebook.

6. S přihlašovaným označením je přihlašovatel často spojován a zmiňován v médiích, je-li hovořeno o produktech a službách v předmětném oboru činnosti. K tomu dokládá přihlašovatel snímky, ve kterých deníky a internetové weby s širokým dosahem zmiňují označení Zkoušky nanečisto například v:
   1) článku ze dne 24. 1. 2000 zpravodajského serveru Hospodářských novin ihned.cz
   2) článku ze dne 14. 2. 2002 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   3) článku ze dne 16. 3. 2006 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   4) článku ze dne 3. 1. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
      článku ze dne 31. 1. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   5) článku ze dne 28. 3. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   6) článku ze dne 29. 3.2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   7) článku ze dne 3. 4. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   8) článku ze dne 25. 4. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   9) článku ze dne 2. 5. 2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   10) článku ze dne 5. 11. 2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   11) rozhovoru s přihlašovatelem v tištěných novinách Mladá Fronta Dnes ze dne 7. 11. 2007,
   12) článek ze dne 28. 11. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   13) článek ze dne 6. 12. 2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   14) článku ze dne 1. 1. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   15) článku ze dne 2. 1. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   16) článku ze dne 14. 1. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   17) článku ze dne 30. 1. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   18) článku ze dne 30. 1. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   19) článku ze dne 26. 3. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   20) článku ze dne 2. 4. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   21) článku ze dne 9. 4. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   22) článku ze dne 15. 4. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   23) článku ze dne 17. 5. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   24) článku ze dne 5. 11. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   25) článku ze dne 6. 1. 2010 zpravodajského serveru iDNES.cz,
   26) článku ze dne 26. 10. 2010 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   27) článku ze dne 2. 12. 2010 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   28) článku ze dne 17. 2. 2011 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   29) článku ze dne 7. 2. 2012 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
   30) rozhovoru s přihlašovatelem na serveru rodina.cz ze dne 7. 2. 2012,
   31) článek ze dne 21. 3. 2012 zpravodajského serveru Atualne.cz,
   32) rozhovoru s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové noviny ze dne 18. 1. 2013,

33) rozhovoru s přihlašovatelem na serveru eduin.cz ze dne 23. 1. 2013,
34) článku ze dne 27. 1. 2015 zpravodajského serveru Novinky.cz,
35) rozhovoru s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové Noviny ze dne 22. 2. 2016,
36) článku ze dne 9. 2. 2017 zpravodajského serveru Lidovky.cz,
37) článku ze dne 10. 2. 2017 zpravodajského serveru iDNES.cz,
38) rozhovoru s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové Noviny ze dne 10. 2. 2017,
39) článku ze dne 1. 10. 2017 zpravodajského serveru iDNES.cz,
40) článku ze dne 28. 10. 2017 serveru Matematická Beruška,
41) rozhovoru s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové Noviny ze dne 2. 2. 2018,
42) rozhovoru s přihlašovatelem na zpravodajském serveru Lidovky.cz ze dne 2. 2. 2018.

Všechny výše zmíněné články spojují označení Zkoušky nanečisto s přihlašovatelem.

7. Přihlašovatel byl dne 15. 2. 2007 a 14. 3. 2007 rovněž hostem diskuzního pořadu Sama doma v České televizi, kde přímo odpovídal na dotazy diváků a dne 26. 1. 2016 byl přihlašovatel hostem Českého rozhlasu Regina. V obou případech byl přímo spojen s projektem označeným Zkoušky nanečisto.

8. Přihlašovatel dále přikládá kopie faktur a smluv spojených s jeho podnikáním pod přihlašovaným označením již po dlouhou dobu. Mezi ně patří i objednávka reklamní kampaně u společnosti Centrum.cz ze dne 21. 10. 2004, která probíhala v období od 1. 11. 2004 do 31. 1. 2004.

Jak vyplývá z výše uvedeného, přihlašované označení nabylo z pohledu průměrného spotřebitele rozlišovací způsobilosti a může být veřejností vnímáno čistě a výhradně jako označení služeb přihlašovatele.

Přihlašovatel se proto domnívá a navrhuje, aby předmětné označení bylo jako ochranná známka zapsáno do rejstříku ochranných známek v rozsahu podané přihlášky, ve znění pozdějších doplnění.

S úctou,

za Mgr. Petra Husara
JUDr. Jiří Konečný, advokát

Přílohy:

- *snímek webové stránky CZ.NIC ze dne 6. 11. 2018*
- *snímek webové stránky www.zkousky-nanecisto.cz zobrazující podobu webu v r. 2003*
- *snímek webové stránky www.zkousky-nanecisto.cz zobrazující podobu webu v r. 2005*
- *snímek webové stránky Google Analytics zobrazující návštěvnost webu*
- *snímek webové stránky Facebook.com a příspěvků stránky Zkoušky nanečisto z r. 2009*
- *článek ze dne 24. 1. 2000 zpravodajského serveru Hospodářských novin ihned.cz*
- *článek ze dne 14. 2. 2002 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 16. 3. 2006 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 3. 1. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 31. 1. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 28. 3. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 29. 3.2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 3. 4. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 25. 4. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 2. 5. 2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 5. 11. 2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,*

- *rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Mladá Fronta Dnes ze dne 7. 11. 2007,*
- *článek ze dne 28. 11. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 6. 12. 2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 1. 1. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 2. 1. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 14. 1. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 30. 1. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 30. 1. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 26. 3. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 2. 4. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 9. 4. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 15. 4. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 17. 5. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 5. 11. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 6. 1. 2010 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 26. 10. 2010 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 2. 12. 2010 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 17. 2. 2011 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *článek ze dne 7. 2. 2012 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,*
- *rozhovor s přihlašovatelem na serveru rodina.cz ze dne 7. 2. 2012,*
- *článek ze dne 21. 3. 2012 zpravodajského serveru Aktualne.cz,*
- *rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové noviny ze dne 18. 1. 2013,*
- *rozhovor s přihlašovatelem na serveru eduin.cz ze dne 23. 1. 2013,*
- *článek ze dne 27. 1. 2015 zpravodajského serveru Novinky.cz,*
- *rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové Noviny ze dne 22. 2. 2016,*
- *článek ze dne 9. 2. 2017 zpravodajského serveru Lidovky.cz,*
- *článek ze dne 10. 2. 2017 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové Noviny ze dne 10. 2. 2017,*
- *článek ze dne 1. 10. 2017 zpravodajského serveru iDNES.cz,*
- *článek ze dne 28. 10. 2017 serveru Matematická Beruška,*
- *rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové Noviny ze dne 2. 2. 2018,*
- *rozhovor s přihlašovatelem na zpravodajském serveru Lidovky.cz ze dne 2. 2. 2018.*
- *snímek obsahu pořadu Sama Doma České televize ze dne 15. 2. 2017*
- *snímek pořadu Sama Doma České televize ze dne 14. 3. 2017*
- *snímek přepisu rozhovoru webových stránkách Českého rozhlasu Regina ze dne 26. 1. 2016*
- *objednávka reklamní kampaně u společnosti Centrum.cz ze dne 21. 10. 2004*
- *faktura za firemní výuku anglického jazyka ze dne 8. 8. 2006*
- *darovací smlouva ze dne 24. 5. 2005*
- *dohoda o provedení práce ze dne 1. 10. 2006*

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-548299
JUDr. Jiří Konečný, advokátní kancelář
Jugoslávská 481/12
12000 Praha 2
ID DS: 8erg8ab

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Zkoušky nanečisto
Číslo spisu: O-548299
Den podání: 30.05.2018
Vyřizuje: l

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 24.9.2019

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je i nadále vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Na základě výměru byly předloženy doklady k prokázání získané rozlišovací způsobilosti označení, a to:

- 1) článek ze dne 24. 1. 2000 zpravodajského serveru Hospodářských novin ihned.cz
- 2) článek ze dne 14. 2. 2002 zpravodajského serveru iDNES.cz,
- 3) článek ze dne 16. 3. 2006 zpravodajského serveru iDNES.cz,
- 4) článek ze dne 3. 1. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
  článek ze dne 31. 1. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
- 5) článek ze dne 28. 3. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
- 6) článek ze dne 29. 3.2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,
- 7) článek ze dne 3. 4. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
- 8) článek ze dne 25. 4. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
- 9) článek ze dne 2. 5. 2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,
- 10) článek ze dne 5. 11. 2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

11) rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Mladá Fronta Dnes ze dne 7. 11. 2007,
12) článek ze dne 28. 11. 2007 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
13) článek ze dne 6. 12. 2007 zpravodajského serveru iDNES.cz,
14) článek ze dne 1. 1. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
15) článek ze dne 2. 1. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
16) článek ze dne 14. 1. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
17) článek ze dne 30. 1. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
18) článek ze dne 30. 1. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
19) článek ze dne 26. 3. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
20) článek ze dne 2. 4. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
21) článek ze dne 9. 4. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
22) článek ze dne 15. 4. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
23) článek ze dne 17. 5. 2008 zpravodajského serveru iDNES.cz,
24) článek ze dne 5. 11. 2008 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
25) článek ze dne 6. 1. 2010 zpravodajského serveru iDNES.cz,
26) článek ze dne 26. 10. 2010 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
27) článek ze dne 2. 12. 2010 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
28) článek ze dne 17. 2. 2011 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
29) článek ze dne 7. 2. 2012 tištěných novin Mladá Fronta Dnes,
30) rozhovor s přihlašovatelem na serveru rodina.cz ze dne 7. 2. 2012,
31) článek ze dne 21. 3. 2012 zpravodajského serveru Atualne.cz,
32) rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové noviny ze dne 18. 1. 2013,
33) rozhovor s přihlašovatelem na serveru eduin.cz ze dne 23. 1. 2013,
34) článek ze dne 27. 1. 2015 zpravodajského serveru Novinky.cz,
35) rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové Noviny ze dne 22. 2. 2016,
36) článek ze dne 9. 2. 2017 zpravodajského serveru Lidovky.cz,
37) článek ze dne 10. 2. 2017 zpravodajského serveru iDNES.cz,
38) rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové Noviny ze dne 10. 2. 2017,
39) článek ze dne 1. 10. 2017 zpravodajského serveru iDNES.cz,
40) článek ze dne 28. 10. 2017 serveru Matematická Beruška,
41) rozhovor s přihlašovatelem v tištěných novinách Lidové Noviny ze dne 2. 2. 2018,
42) rozhovor s přihlašovatelem na zpravodajském serveru Lidovky.cz ze dne 2. 2. 2018

Z výše předložených dokladů je zřejmé užívání slovního označení, a to ve spojení se vzdělávacími a školicími službami, pořádím kurzů, testováním apod., které lze zahrnout do nárokovaných služeb přihlašovatele ve tř. 41 „vzdělávací a školicí služby, vzdělávací kurzy, školní kurzy zaměřené na přípravu ke zkouškám, kurzy pro zvyšování kvalifikace a další vzdělávání, testování znalostí (zkoušení), zkoušení, testování (v oblasti vzdělávání), odborné testování“, a to již od roku 2000 do února 2018. Jedná se tak o užívání označení přihlašovatelem prostřednictvím článků, rozhovorů v celostátních tištěných deníkách s vysokým nákladem a dále i v jejich elektronické podobě. Dále doklady obsahují rozhovory s přihlašovatelem na různých serverech z různých časových období. Z těchto dokladů však nevyplývá odezva spotřebitelů, není zřejmé kolik spotřebitelů nabízené služby využilo (nebylo např. doloženo v jakém nákladu, množství byly spotřebitelům poskytnuty a v jakém

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

časovém období doklady jako přihlášky na kurzy, objednávky jednotlivých kurzů, vzory testů a učebních pomůcek, informace o průběhu testů, smlouvy na pronájem prostor, smlouvy a certifikáty apod).

Ve třídě 41 jsou nárokovány i další služby jako „elektronické online publikace periodik a knih, multimediální publikování, vydávání instruktážní literatury, zábava a sportovní činnost, poskytování on-line výukových programů", pro které nebyly předloženy žádné doklady. Doklady také neprokazují užívání označení pro nárokované výrobky ve tř. 9 - počítačový software týkající se vzdělávání dětí, materiály pro vzdělávací kurzy ke stažení, počítačový software, interaktivní počítačový software umožňující výměnu informací, elektronické publikace ke stažení, instruktážní příručky v elektronickém formátu, ve tř. 16 - učebnice, tištěné příručky výukových aktivit, školicí materiály s výjimkou přístrojů, tištěné materiály ke korespondenčním kurzům.

- Doklad o registraci domény www.zkousky-nanecisto.cz z 22.09.2000 není dokladem o užívání označení v obchodním styku, lze z něj však konstatovat dlouhodobé užívání domény

Přihlašovatel v podání doložil, že podle služby Google Analytics navštívilo v roce 2017 internetovou stránku zkousky-nanecisto.cz 308 756 uživatelů a z přiloženého snímku je poměrně zřejmý vzrůstající trend celkových návštěv webu. Od října roku 2009 je projekt Zkoušky nanečisto stále pod stejným názvem, aktivní i jako stránka na populární sociální síti Facebook.

- Z podání dále vyplývá, že od roku 2000 přihlašovatel zajišťuje inzerci i na svých internetových stránkách www.zkousky-nanecisto.cz, jejíž registraci ke dni 22. 9. 2000 dokládá přiložený snímek doplněný o snímek původního vzhledu stránek a snímky dalších vzhledů z let 2003 a 2005.

- Přihlašovatel uvádí, že při zadání spojení slov zkoušky a nanečisto do vyhledávače Google je nabídka přihlašovatele uváděna na prvním místě, hned pod inzerovanými odkazy. K tomu Úřad sděluje, že tato skutečnost není dokladem, ze kterého by Úřad dovodil dobu užívání, odezvu spotřebitelů apod.

- Z dokladů dále vyplývá, že přihlašovatel byl dne 15. 2. 2007 a 14. 3. 2007 hostem diskuzního pořadu Sama doma v České televizi, kde přímo odpovídal na dotazy diváků a dne 26. 1. 2016 byl přihlašovatel hostem Českého rozhlasu Regina. V obou případech byl přímo spojen s projektem označeným Zkoušky nanečisto. Tato skutečnost vypovídá o užívání označení v obchodním styku, není však zřejmá odezva spotřebitelů apod.

- Přihlašovatel dále přiložil další doklady spojené s jeho podnikáním pod přihlašovaným označením, a to:

  . Objednávka reklamní kampaně z 21.10.2004 – není zde užito označenív přihlašované slovní podobě
  . Dohoda o provedení práce z 1.10.2006 – jedná se o doklad podpůrného charakteru, není zde užito přihlašované označení ve spojení s nárokovanými výrobky či službami

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

. Faktura č. 102 z 08.08.2006 – označení není užito v přihlašovaném slovním provedení, ale v grafické úpravě

. Darovací smlouva z 24.05.2005 - není zde užito přihlašované označení ve spojení s nárokovanými výrobky či službami

. Záznam komunikace na sociální síti, lze akceptovat jako doklad podpůrného charakteru

Doklady předložené přihlašovatelem byly přezkoumány a vyhodnoceny s tím, že přihlašovatel získanou rozlišovací způsobilost přihlašovaného označení ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám neprokázal. Z dokladů pouze vyplývá, že označení je přihlašovatelem užíváno v obchodním styku dlouhodobě, je zřejmý i výrazný mediální ohlas, chybí však doklady ze kterých by Úřad dovodil, že spotřebitelé dlouhodobě a masivně nabídku služeb či výrobků využívaly, resp. využívají i v současnosti, a to tak, že Úřad může na jejich základě zodpovědně konstatovat, že označení v provedení „Zkoušky nanečisto" se tak stalo příznačným právě jen pro přihlašovatele tj. fyzickou osobu – Mgr. Petra Husara. Chybí doklady účetního charakteru dosvědčující obchodní vztahy se spotřebiteli viz výše. Předložené doklady zahrnují pouze část nárokovaných služeb ve tř. 41, zcela chybí doklady pro tř. 9 a 16 viz výše.

Materiály prokazující rozlišovací způsobilost zkoumaného označení musí obecně splňovat 3 základní podmínky:

1.) Subjekt přihlašovatele na nich musí vystupovat v pozici dodavatele/poskytovatele/ nabízených výrobků či služeb pro různé odběratele.
2.) Označení se na nich musí vyskytovat v takové podobě, v jaké je přihlašováno k ochraně, tj. v tomto případě slovní označení „Zkoušky nanečisto".
3.) Musí z nich být zřetelné nárokované výrobky a služby a zřejmé dlouhodobé a masivní užívání

Při posuzování dokladů bude Úřad brát v úvahu, že označení se může vžít pro výrobky a služby pouze v případě, že ho takto užíval výlučně přihlašovatel a v podobě, v jaké je obsaženo v přihlášce. Samotné užívání ještě nemusí znamenat, že se označení pro přihlašovatele vžilo. Užívání v obchodním styku nelze ztotožnit se získáním rozlišovací způsobilosti.

S ohledem na výše uvedené dospěl Úřad k závěru, že předložené dokumenty nelze považovat za doklady, které by prokazovaly, že významná část relevantní veřejnosti na základě označení ve znění „Zkoušky nanečisto" jednoznačně rozpozná a identifikuje obchodní zdroj takto označených výrobků a služeb a odliší je od jiných, podobně zaměřených výrobků na trh.

Úřad i nadále trvá na tom, že přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Tuto skutečnost lze prokázat hodnověrnými doklady. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály, etikety, hotové výrobky apod., z nichž je jednoznačně patrno, že uvedené označení skutečně užíval přihlašovatel.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 24.11.2019**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

JUDr. Jiří Konečný
advokát

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6 - Bubeneč

zasláno prostřednictvím datové schránky

V Praze dne 23. ledna 2020

Ke sp.zn.: **O-548299**

Ochranná známka: **Zkoušky nanečisto**

Přihlašovatel:

Právně zastoupen: **JUDr. Jiřím Konečným**, advokátem
se sídlem Jugoslávská 12, 120 00 Praha 2, č. osv. ČAK 12404, IČ 71470930

Věc: **Druhé doplnění přihlášky ochranné známky**

Vážení,

v reakci na sdělení nadepsaného úřadu ze dne 24. 9. 2019, ve kterém úřad v návaznosti na výsledky věcného průzkumu sdělil své přetrvávající výhrady k rozlišovací způsobilosti ochranné známky a vyzval k doložení dalších dokladů, sděluje přihlašovatel následující:

Přihlašovatel trvá na tom, že se jedná o označení, které pro průměrného spotřebitele má rozlišovací způsobilost a je průměrným spotřebitelem spojováno právě s produkty a službami přihlašovatele, a dokládá to okolnostmi a důkazy popsanými níže.

1. Studijní materiály a testy:

Přihlašovatel přikládá v souboru Přílohy 1 ukázky studijních materiálů, které předkládá svým klientům (studentům) v rámci kurzů a kde je užíváno přihlašované označení, a to v období let od r. 1999 do r. 2018. Materiály byly předkládány jejich uživatelům v přiloženém znění včetně označení.

2. Letáky:

Přihlašovatel přikládá v souboru Přílohy 2 ukázky propagačních letáků, kterými inzeroval své služby pod přihlašovaným označením, a to v období let od r. 2005 do r. 2017. Letáky se nearchivují, a proto byly dohledány jen náhodně některé historické výtisky.

3. Přehledy objednávek:

Pro ilustraci množství svých klientů přihlašovatel přikládá v souboru Přílohy 3 příkladmo přehledy objednávek pro služby poskytované pod přihlašovaným označením, které evidoval v daných časových obdobích:

- v roce 2012 e-mailové objednávky klientů v počtu řádově desítek týdně
- za rok 2017 přehled realizovaných objednávek kurzů v počtu 2488 klientů
- za rok 2018 přehled prodaných materiálů ke stažení v řádu stovek, přehled prodaných online testů a soutěží elektronicky v řádu stovek
- za rok 2019 přehled vytíženosti kurzů jednotlivých předmětů, pořádaných přihlašovatelem pod jeho společností Zkoušky nanečisto s.r.o. na různých školách v Praze

4. Ohlasy:

Přihlašovatel přikládá v souboru Přílohy 4 ukázky pozitivních ohlasů klientů, kterým jeho služby pod přihlašovaným označením pomohly ve studiu, a to příkladmo v období let od r. 2008 do r. 2018.

5. Přijaté faktury:

Přihlašovatel přikládá v souboru Přílohy 5 ukázky přijatých faktur svých dodavatelů v období let od r. 2009 do r. 2018, ukazující využití přihlašovaného označení pro přihlašovatele i jeho dodavateli.

6. Učebnice a materiály pro samostudium:

Přihlašovatel přikládá v souboru Přílohy 6 ukázky další užití přihlašovaného označení ve spojení s učebnicemi a studijními materiály pro studenty. Materiály byly předkládány jejich uživatelům v přiloženém znění včetně označení.

7. Vydané faktury:

Přihlašovatel přikládá v souboru Přílohy 7 ukázky vydaných faktur pro odběratele svých služeb od r. 2016 do r. 2018, ukazující využití přihlašovaného označení i na fakturách.

8. Materiály pro prezenční výuku:

Přihlašovatel přikládá v souboru Přílohy 8 ukázky výukových materiálů, využívaných pro prezenční výuku na kurzech pořádaných přihlašovatelem, využívajících přihlašovaného označení přihlašovatele, a to z období od r. 2005 do r. 2018. Materiály byly předkládány jejich uživatelům v přiloženém znění včetně označení.

Jak vyplývá z výše uvedeného, přihlašované označení nabylo z pohledu průměrného spotřebitele rozlišovací způsobilosti a může být veřejností vnímáno čistě a výhradně jako označení služeb přihlašovatele.

Zvláště pak přihlašovatel zdůrazňuje, že takto jsou doloženy i Úřadem výslovně vytknuté aspekty

- odezva spotřebitelů,
- jejich množství (pokud jde o navštěvované kurzy a čerpání dalších služeb),
- časové období čerpání služeb apod.,
- elektronické online publikace (a další služby třídy 41) a materiály ke stažení (tř. 9) i učebnice a další tištěné výukové materiály (tř. 16), i
- doklady účetního charakteru.

Přihlašovatel se proto domnívá a navrhuje, aby předmětné označení bylo jako ochranná známka zapsáno do rejstříku ochranných známek v rozsahu podané přihlášky, ve znění pozdějších doplnění.

Jednotlivé soubory Příloh 1 – 8 jsou s ohledem na velký objem dat a přehlednost zasílány Úřadu samostatnými datovými zprávami v návaznosti na toto podání.

S úctou,

za Mgr. Petra Husara
JUDr. Jiří Konečný, advokát

Přílohy:

- dle textu

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-553953
ČESKÝ ROZHLAS
Vinohradská 1409/12
12000 Praha 2
ID DS: rnaadje

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Rádio, které vás baví.
Číslo spisu: O-553953
Den podání: 20.02.2019
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 7.5.2019

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které má schopnost odlišit na trhu stejné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale je nutno, aby svou formou a obsahem bylo do té míry originální, že jeho osobité znaky mají schopnost individualizovat výrobky a služby, které jím mají být označeny.

Označení může být tvořeno i slovy užívanými v běžné řeči, ovšem v takovém případě je nutné posoudit, nakolik souvisí posuzované označení s výrobky či službami, pro které je přihlašováno, a zda-li přihlašované označení neobsahuje jiné prvky, které jsou schopny označení jako celku dodat potřebnou rozlišovací způsobilost.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Vzhledem k charakteru všech přihlašovaných výrobků a služeb ve třídách: (9) nahrané a nenahrané nosiče záznamů zvuku a

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

obrazu; (16) časopisy, periodické a neperiodické tiskoviny, propagační tiskoviny, a to katalogy, prospekty, plakáty, fotografie, knihy; (35) propagační činnost, reklama, a to prostřednictvím rozhlasového vysílání; (36) organizování dobročinných sbírek, organizování sbírek; (38) provozování rozhlasového vysílání, šíření rozhlasových pořadů a dalšího multimediálního obsahu přes internet; (41) činnost vzdělávací, zábavná a vyučovací, pořádání koncertů, agenturní činnost v oblasti umění a kultury, pořádání hudebních soutěží, organizování soutěží (vzdělávacích nebo zábavných), tvorba rozhlasových programů, rozhlasové zpravodajství, publicistika; (42) tvorba a správa webových stránek, lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele s širokou veřejností využívající všech předmětných výrobků a služeb, přičemž u této veřejnosti nebude přihlašované označení vnímáno jako neobvyklé, nýbrž spíše jako výraz mající zcela přímý vztah k výše uvedeným výrobkům a službám.

Při věcném průzkumu zápisné způsobilosti předmětu výše uvedené slovní přihlášky ochranné známky „Rádio, které vás baví" bylo zjištěno, že nemá dostatečnou způsobilost k plnění rozlišovací funkce ochranné známky, neboť jde o slogan složený z běžných slov. První slovo „Rádio" **(Rozhlas)** je „telekomunikační zařízení pro jednosměrný přenos zvuku na dálku. Hovorově se rozhlas označuje slovem **rádio** (z lat. *radius*, paprsek a *radiatio*, záření). Obvykle jako přenosové médium slouží rádiové vlny (elektromagnetické záření), jak z pozemních, tak satelitních vysílačů, ale používalo se i kovové vedení (rozhlas po drátě, místní rozhlas) a v poslední době se rozhlas šíří i pomocí internetu". Další část označení pro běžného spotřebitele významově znamená „zábavu", což je takový druh trávení času, do něhož se lidé nemusí nutit, protože je sama přitahuje, přináší radost, uspokojení nebo oddech.

Jako celek má označení význam reklamního sloganu říkajícího běžnému spotřebiteli, že „nějaké neurčité „Rádio (rozhlas) baví (slouží k zábavě) posluchačů". S ohledem na výše uvedené výrobky a služby nemá přihlašované označení dostatek rozlišovací způsobilosti pro všechny přihlašované výrobky a služby.

Jedná se tedy o nedistinktivní slovní reklamní slogan, obsahující nedistinktivní slovní prvky běžné slovní zásoby, které jsou ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám popisného charakteru, určuje tematické zaměření nabízených produktů a služeb a informuje o jejich vlastnostech a účelu. Použitá slova nejsou sama o sobě nijak **fantazijní a jejich spojení nemá povahu neobvyklého, zvláštního nebo nezvyklého.**

Přihlašované označení má tedy přímo nedistinktivní charakter ve vztahu ke službám „provozování rozhlasového vysílání, šíření rozhlasových pořadů a dalšího multimediálního obsahu přes internet" ve třídě 38, ke službám „činnost vzdělávací, zábavná a vyučovací, pořádání koncertů, agenturní činnost v oblasti umění a kultury, pořádání hudebních soutěží, organizování soutěží (vzdělávacích nebo zábavných), tvorba rozhlasových programů, rozhlasové zpravodajství, publicistika" ve třídě 41, ke službám „tvorba a správa webových stránek" ve třídě 42, ke službám „propagační činnost, reklama, a to prostřednictvím rozhlasového vysílání" ve třídě 35, ke službám „organizování dobročinných sbírek, organizování sbírek" ve třídě 36 a k souvisejícím výrobkům „nahrané a nenahrané nosiče záznamů zvuku a obrazu" ve třídě 9 a k výrobkům „časopisy, periodické a neperiodické tiskoviny, propagační tiskoviny, a to katalogy, prospekty, plakáty, fotografie, knihy" ve třídě 16. Všechny tyto výrobky a služby mohou být využívány **pod předmětným přihlášeným označením.**

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

S ohledem na tyto skutečnosti je nutno konstatovat, že výše uvedené označení bylo vzhledem k nárokovaným výrobkům a službám uvedeným výše posouzeno jako nedistinktivní, neboť **nemá žádný dostatečně nosný a fantazijní rozlišující prvek, který umožní průměrnému spotřebiteli orientaci na výrobce a poskytovatele daných produktů a služeb (na přihlašovatele, tj. Český rozhlas)**. Označení musí svou formou nebo obsahem být tak originální, že umožní individualizaci výrobků a služeb, resp. odliší výrobky a služby jedné osoby od výrobků a služeb osoby druhé, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých či jiných označení.

Přihlašované označení může být případně zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výše uvedeným výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého podniku. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že výrobky a služby pochází z určitého podniku, i prohlášení obchodních a průmyslových komor nebo jiných profesních sdružení. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, **na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu ke shora vymezeným výrobkům a službám.** Mezi takové doklady může např. patřit informace o prodeji výrobků a služeb pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, hotové výrobky či reklamní cesty propagace daného označení apod. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky rozpozná, že výrobky a služby pochází z určitého podniku, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

Pro úplnost Úřad zdůrazňuje, že je nutno dostatečně (dostatečným množstvím důkazů za dostatečné časové období) prokázat rozlišovací způsobilost přihlašovaného označení tak, jak je přihlášeno pro všechny nárokované výrobky a služby, a to pro každý jednotlivý výrobek a každou jednotlivou službu zvlášť.

K vyjádření a prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 07.07.2019**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

03.07.19

Český rozhlas

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 1057/2a
160 00 Praha 6 - Bubeneč
číslo spisu O - 553953

UPV201900018879

Úřad průmyslového vlastnictví
OSOBNĚ
Počet listů
Počet svazků

V Praze 3.7.2019

Věc: Vyjádření k výsledkům věcného průzkumu ve věci přihlašované slovní ochranné známky ve znění „Rádio, které vás baví, O–553953"

Úřad průmyslového vlastnictví (dále jen „ÚPV") ve smyslu ustanovení § 22, odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, provedl věcný průzkum přihlašované slovní ochranné známky ve znění „Rádio, které vás baví, O–553953", jejíž přihlášku podal dne 20.2.2019 přihlašovatel Český rozhlas, se sídlem Praha 2, Vinohradská 12, 120 00. ÚPV shledal přihlašované označení ve znění „Rádio, které vás baví" jako vyloučené ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

ÚPV dovozuje, že výše uvedené označení ve znění „Rádio, které vás baví" nemá dostatečnou způsobilost k plnění rozlišovací funkce ochranné známky, neboť jde o slogan složený z běžných slov. Dle ÚPV se jedná o nedistinktivní slovní reklamní slogan, obsahující nedistinktivní slovní prvky běžné slovní zásoby, které jsou ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám popisného charakteru. Použitá slova nejsou sama o sobě nijak fantazijní a jejich spojení nemá povahu neobvyklého, zvláštního či nezvyklého. Dle ÚPV přihlašované označení postrádá rozlišovací způsobilost ve vztahu k následujícím výrobkům a službám: „provozování rozhlasového vysílání, šíření rozhlasových pořadů a dalšího multimediálního obsahu přes internet" ve třídě 38, ke službám „činnost vzdělávací, zábavná a vyučovací, pořádání koncertů, agenturní činnost v oblasti umění a kultury, pořádání hudebních soutěží, organizování soutěží (vzdělávacích nebo zábavných), tvorba rozhlasových programů, rozhlasové zpravodajství, publicistika" ve třídě 41, ke službám „tvorba a správa webových stránek" ve třídě 42, ke službám „propagační činnost, reklama, a to prostřednictvím rozhlasového vysílání" ve třídě 35, ke službám „organizování dobročinných sbírek, organizování sbírek" ve třídě 36 a k souvisejícím výrobkům „nahrané a nenahrané nosiče záznamů zvuku a obrazu" ve třídě 9 a k výrobkům „časopisy, periodické a neperiodické tiskoviny, propagační tiskoviny, a to katalogy, prospekty, plakáty, fotografie, knihy" ve třídě 16.

Přihlašovatel se neztotožňuje s hodnocením ÚPV přihlašovaného označení. Přihlašovatel je toho názoru, že přihlašované označení není vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek. Na základě výzvy ÚPV přihlašovatel prokazuje, že přihlašované označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu ke všem výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost, neboť významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznává, že dotčené výrobky a služby pocházejí od přihlašovatele.

Vinohradská 12, 120 99 Praha 2 | tel.: 221 551 111 | fax: 224 222 223 | www.rozhlas.cz
IČ: 45245053 | DIČ: CZ45245053 | zřízen zákonem č. 484/1991 Sb., o Českém rozhlasu

03.07.19

Přihlašovatel užívá označení „Rádio, které vás baví" velmi rozsáhlým a intenzivním způsobem od února roku 2019 v komunikaci stanice Český rozhlas Dvojka prostřednictvím všech mediálních i marketingových kanálů. Označení „Rádio, které vás baví" užívá přihlašovatel jako slogan ve vysílání stanice Český rozhlas Dvojka, v tiskových inzercích, online formátech, na sociálních sítích, v TV, na YouTube, na eventech pořádaných stanicí ČRo Dvojka nebo v rámci mediálních partnerství, na reklamních předmětech, propagačních tiskovinách, atd.

Následně uvádíme výčet způsobu užití přihlašovaného označení „Rádio, které vás baví" s uvedením počátku tohoto způsobu užití, s popisem příslušného užití a s uvedením odkazu na důkazy tohoto užití, jež jsou uloženy na USB nosiči, který tvoří přílohu č. 1 tohoto vyjádření.

01 - ON AIR

- **použití:** od 02/2019 (od 4.2.2019)
- **popis:** slogan „Rádio, které vás baví" je součástí jinglů/zvukového obalu stanice a ve vysílání se objevuje několikrát denně, slouží jako základní identifikace a slogan stanice
- časy vysílání: jingl se sloganem se ve vysílání objevuje denně ve většině případů v polovině hodiny po reklamním bloku - viz. export playlistu ze 4.6.2019 v příloze (vyznačeny časy 9:37:22, 10:34:52, 11:30:27) a po zprávách v celou hodinu - viz. denní hodinový záznam vysílání ze dne 12.4.2019, čas záznamu 11:00-12:00 v mp3 v příloze (jingl se sloganem po zprávách v čase 11:04:55 a v polovině hodiny po reklamním bloku 11:32:15)
- **link na důkazy na USB**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\01_ON AIR

- Dle výsledků Radioprojektu 2019, který byl realizován společnostmi STEM/MARK a MEDIAN, v období 01. 10. 2018 - 31. 3. 2019 je odhadována denní poslechovost stanice Český rozhlas 326 000 posluchačů, tj. takovýto počet posluchačů – veřejnosti opakovaně několikrát denně slyšel slogan „Rádio, které vás baví" ve spojení s Českým rozhlasem – přihlašovatelem předmětné ochranné známky. Tato informace je dostupná na internetové stránce http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/RP_2018_4_1Q_zprava.pdf Výsledky Radioprojektu 2019, v období 01. 10. 2018 - 31. 3. 2019, které jsou dostupné na výše uvedené internetové stránce, dokládáme v tištěné podobě jako přílohu č. 2 tohoto vyjádření.

02 - TISKOVÁ INZERCE

- **použití:** od 04/2019
- **popis**: slogan „Rádio, které vás baví" je používán v tiskové inzerci stanice v printových médiích ve formě grafiky/titulku
- **mediaplán:** rozpis jednotlivých titulů s termíny vydání k dispozici v přiloženém mediaplánu
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\02_TISKOVA INZERCE

03 - OOH

- **použití:** 05-06/2019
- **popis:** slogan „Rádio, které vás baví" je součástí grafických vizuálů použitých ve venkovní reklamě, konkrétně na CLV (05/2019 - Praha, Brno, Plzeň, Olomouc, Liberec), ve vozech metra v Praze

03.07.19

- **mediaplán:** viz. mediaplán v příloze
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\03_OOH

04 - TV

- **použití:** od 05/2019
- **popis:** slogan „Rádio, které vás baví" je používán jak ve formě zvukové (voice over), tak ve formě titulků v obraze, slogan součástí spotové kampaně 3x 20s na stanicích České televize (05-06/2019) a jako TV sponzoring 10 sec. na stanicích TV Prima (18.5.-15.6.2019), sponzoring na stanicích TV Prima vidělo 3 662 000 diváků (ve věkové skupině 15+) - viz. post buy přiložený v příloze
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\04_TV

05 - ONLINE

- **použití:** od 04/2019
- **popis:** slogan „Rádio, které vás baví" je součástí grafiky kampaňových online bannerů a brandingů, bannery byly nasazeny v rámci kampaně 04-06/2019 v různých online médiích (Seznam.cz, Seznamzpravy.cz, Novinky.cz, Super.cz, iDNES.cz, Lidovky.cz, Expres.cz) a reklamních online systémech (Sklik.cz, AdWords.cz) - viz. přiložený mediaplán
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\05_ONLINE

06 - YOUTUBE

- **použití:** od 05/2019
- **popis:** slogan „Rádio, které vás baví" se objevuje v kampaňových videospotech 30s, 3x20s a 10s a ve spotech promujících speciální eventy stanice (např. Vražedné léto) a to jak ve formě zvukové (ve voice overu), tak ve formě grafiky nebo titulků, videospoty jsou dostupné na YUTUBE profilu ČRo Dvojka a zároveň jsou používány v reklamních kampaních na YOUTUBE, k 28.6.2019 dosáhl 30 sec. image videospot 646 332 zhlédnutí
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\06_YOUTUBE

07 - FACEBOOK

- **použití:** od 02/2019
- **popis:** slogan „Rádio, které vás baví" je používán v grafice (cover photo), v FB postech (video posty ve voice overu), FB audiogramy (ve voice overu), v grafice FB photo postů, atd., FB kampaň v období 04-05/2019 s použitím sloganu dosáhla počtu 194 822 oslovených uživatelů
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\07_FACEBOOK

08 - WEB

- **použití:** od 04/2019
- **popis:** slogan „Rádio, které vás baví" je součástí brandingu webu dvojka.rozhlas.cz a interních bannerových kampaní
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\08_WEB

09 - EVENTY

- **použití:** od 03/2019

03.07.19

- **popis:** použití sloganu „Rádio, které vás baví" na eventech, slogan je používán na vlastních eventech stanice Český rozhlas Dvojka nebo při mediálních partnerstvích na místě, v propagačních tiskovinách k eventům, v online a na sociálních sítích
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\09_EVENTY

10 - PROPAGAČNÍ TISKOVINY

- **použití:** od 03/2019
- **popis:** slogan „Rádio, které vás baví" je používán na různých propagačních tiskovinách stanice (např. leták Programové novinky, podpisové karty, záložky do knih, apod.)
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\10_PROPAGACNI TISKOVINY

11 - REKLAMNÍ PŘEDMĚTY

- **použití:** od 02/2019
- **popis:** slogan „Rádio, které vás baví" je součástí potisku většiny reklamních předmětů stanice
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\11_REKLAMNI PREDMETY

12 - BRANDING VYSÍLACÍHO STUDIA

- **použití:** od 09/2019
- **popis:** plánovaná instalace, použití sloganu „Rádio, které vás baví" v brandingu nově zrekonstruovaného vysílacího studia stanice
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\12_BRANDING VYSILACIHO STUDIA

13 - GRAFIKA

- **použití:** od 03/2019
- **popis:** použití sloganu „Rádio, které vás baví" v klíčových vizuálech image kampaně a kampaně na pořady, ukázky formátů pro print, OOH a online
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\13_GRAFIKA

14 - FAKTRURY

- **použití:** od 03/2019
- **popis:** vybrané faktury dokládající platby za mediální prostory/plochy, ve kterých byla prezentována tisková grafika, online bannery nebo TV spoty se sloganem „Rádio, které vás baví"
- **link na důkazy na USB:**
  D:\CRo_Dvojka_ochranna_znamka_registrace_podklady_2019\14_FAKTURY

03.07.19

Označení „Rádio, které vás baví" zhlédly či slyšely opakovaně statisíce osob. Tuto skutečnost dokládají přiložené důkazy k tomuto vyjádření, např. příloha č. 2 Výsledky Radioprojektu 2019 v období 01. 10. 2018 - 31. 3. 2019, kde je uvedena poslechovost stanice Dvojka také v období, kdy byl opakovaně každý den ve vysílání užíván slogan „Rádio, které vás baví". Dále tuto skutečnost dokládají důkazy uvedené v příloze č. 1, především v sekci 04 TV (např. důkaz, že sponzoring Českého rozhlasu, kde byl použit slogan „Rádio, které vás baví", zhlédlo 3 662 000 diváků), dále v sekci 14 FAKTURY (např. výpisy Google, kde je u DVOJKY - video image kampaně za období 1.4.2019-30.4.2019 uveden počet kliků 691806). Označení „Rádio, které vás baví" bylo užíváno, jak je podrobněji uvedeno výše, v nejrůznějších médiích a při nejrůznějších příležitostech a na nejrůznějších místech, vždy ve spojení s přihlašovatelem - Českým rozhlasem. Toto označení bylo užíváno na celém území České republiky, a to především ve vysílání celoplošné rozhlasové stanice Český rozhlas Dvojka, prostřednictvím internetu, prostřednictvím reklamních předmětů, které byly poskytnuty posluchačům Českého rozhlasu na nejrůznějších místech České republiky, na billboardech umístěných na území České republiky, v pražském metru, v němž jsou informace poskytovány nejen obyvatelům Prahy, ale i cestujícím z jiných částí České republiky. Český rozhlas toto označení jako hlavní slogan stanice Český rozhlas Dvojka velmi rozsáhle užívá a plánuje jej užívat i nadále.

Označení „Rádio, které vás baví" jeho velmi rozsáhlým užitím, a to jak z hlediska množstevního, tak i časového a územního rozsahu, nepochybně získalo rozlišovací způsobilost, neboť významná část relevantní veřejnosti díky tomuto označení rozpoznává, že výrobky a služby, pro něž je ochranná známka přihlašovaná, pocházejí z Českého rozhlasu.

Předložené důkazní materiály prokazují, že přihlašované označení je jednoznačně v očích laické i odborné veřejnosti spojováno jen s výrobky a službami poskytovanými přihlašovatelem a že má dostatečnou rozlišovací způsobilost odlišit výrobky a služby přihlašovatele od shodných výrobků a služeb poskytovaných jinými osobami a že přihlašované označení získalo dlouhodobým užíváním v obchodním styku rozlišovací způsobilost pro přihlašované výrobky a služby.

Na základě výše uvedeného prokázání, že přihlašované označení není vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek, přihlašovatel žádá, aby ÚPV pokračoval v řízení o zápisu ochranné známky ve znění „Rádio, které vás baví", číslo spisu O–553953, ve smyslu zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisu.

S pozdravem

Český rozhlas

právník
na základě plné moci uložené u ÚPV

Přílohy:

1. USB nosič obsahují důkazy, na něž je odkazováno v tomto vyjádření, s výjimkou důkazu připojeného jako příloha č. 2
2. Výsledky Radioprojektu 2019 v období 01. 10. 2018 - 31. 3. 2019 – výtisk

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-554723
Janis Sidovský
č.p. 136
26718 Karlštejn
ID DS: stun48n

Váš dopis značky:
Ochranná známka: 4 Tenoři
Číslo spisu: O-554723
Den podání: 22.03.2019
Vyřizuje: I

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 21.5.2019

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve zněné pozdějších předpisů.

Ochranná známka je označení, které je způsobilé odlišit shodné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale svou formou i obsahem bylo do té míry originální, že jeho svérázné znaky mají schopnost individualizovat výrobky nebo služby, které jím mají být označeny.

Označení může být tvořeno i slovy užívanými v běžné řeči, avšak v takovém případě je nutné posoudit, zda neobsahuje i další prvky, které jsou schopny dodat označení jako celku potřebnou rozlišovací způsobilost.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitele daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Průměrným spotřebitel je spotřebitel přiměřeně dobře informovaný, všímavý a obezřetný, přičemž je nutno také vzít v úvahu, že úroveň pozornosti se mění podle kategorie dotčených výrobků a/nebo služeb.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Vzhledem k charakteru nárokovaných výrobků a služeb: *(35) reklamní, marketingové a propagační služby; (38) video, audio a televizní streaming; (41) zábava, audio zábava, hudební zábava, předprodej vstupenek [zábava], zábava formou koncertů, zábava prostřednictvím telefonu, hudební skupiny (zábava), služby prodeje vstupenek (zábava), televizní a rozhlasová zábava, služby fanklubů (zábava), zábava poskytovaná prostřednictvím internetu, zábava prostřednictvím divadelních produkcí, zábava formou putovních představení, živá hudba, hudební vydavatelství,* lze ztotožnit průměrného spotřebitele s širokou spotřebitelskou veřejností, laickou i odbornou, která s o výše uvedené služby zajímá z hlediska zákazníka a jeho potřeb, či se těmito službami zabývá profesně.

V daném případě je označení tvořeno spojením „4 Tenoři". Jedná se o označení slovní, obsahující standardní typ písma latinské abecedy bez jakýchkoli dalších rozlišujících originálních prvků, které by mu dodaly potřebnou a požadovanou distinktivitu na trhu mezi více subjekty. *„Tenor" = vysoký mužský hlas.* Přihlašované označení je tvořeno běžně frekventovanými slovy a jako takové není způsobilé na trhu vymezit služby přihlašovatele od shodných služeb jiných subjektů. Označení „4 Tenoři" je jednoduché sdělení v podstatě informující o tom, čeho se nárokované služby týkají – tj. propagace a vystoupení čtyř zpěváků disponujících výše uvedeným typem hlasu. Takové označení nebude spotřebitelem vnímáno jako fantazijní, překvapující, neočekávané a určitým způsobem originální. Naopak je průměrný spotřebitel bude vnímat jako pouhé běžné sdělení o typu zábavy (a služeb potřebných pro propagaci a provozování této zábavy) a nebude si je spojovat pouze s jedním obchodním zdrojem. Toto označení vykazuje minimální dávku kreativity, která by činila označení originálním a neobvyklým. V označení se nevyskytuje žádný známkový prvek, který by označení dodával potřebnou rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka musí být způsobilá stát se pro spotřebitele indikátorem původu označeného zboží nebo služeb. Takto koncipované označení, tj. slovní spojení, nedisponující potřebnou originalitou a jedinečností, určitou mírou neobvyklosti a sestávající z obecných slov či prvků, jednoznačně informujících o charakteru výrobků a/nebo služeb, takovým indikátorem není, protože neumožňuje průměrnému spotřebiteli alespoň základní orientaci na trhu výrobků a/nebo služeb, které jsou poskytovány odlišnými subjekty a tyto výrobky a/nebo služby vzájemně identifikovat a individualizovat.

Přihlašované označení může být zapsáno pro nárokované služby, jestliže přihlašovatel prokáže, že toto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu ke službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené služby pocházejí z určitého zdroje. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že služby pochází z určitého zdroje. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno (tj. slovní), a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu k přihlašovaným službám. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří např. informace o poskytování služeb pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, dodací

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály apod. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky rozpozná, že služby pochází od určitého subjektu, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 21.07.2019**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

[redacted]
oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Seznam dokumentů
Pracovní zobrazení

In - e-mail
In - PHOTO-2019-06-20-09-32-20.jpg - příloha
In - 50428475_2320909011287808_7800534592431063040_o.jpg - příloha
In - facebook-4tenori.jpg - příloha

Datum: 20.06.2019 14:38
Číslo jednací: D19066044

Dobrý den, zasílám dokumentaci k příhlášené ochranné známce 4 Tenoři.

Ochranná známka: 4 Tenoři
Číslo spisu: O-554723
Den podání: 22.03.2019
Vyřizuje:

4 Tenoři jsou vokální seskupení a přihlášením ochranné známky chceme se chceme ochránit před případným parazitováním na této značce (kdokoliv by vystupoval pod tímto názvem nebo by vyráběl reklamní předměty 4 Tenoři, odkazoval by se k nám).

Nahrávky máme evidované pod názvem 4 Tenoři u Mezinárodní federace fonografického průmyslu IFPI.

Přikládám novinové články, web, Facebook, plakát, link na předprodej. 4 Tenoři jsou rozpoznatelní muzikáloví umělci, pod tímto názvem se prezentují na veřejných vystoupeních i v médiích.

YouTube videoklip

YouTube - vystoupení na Prague Proms pro Českou televizi

YouTube - vystoupení pro TV Prima (Kapka naděje)

oficiální web

Facebook

článek musical.cz

reportáž Seznam zprávy

článek aplusin.cz

koncert hrad Karlštejn

předprodej Olomouc na listopad 2019

Profil Spotify

V příloze plakát na páteční koncert Heleny Vondráčkové s hosty, kterými jsou 4 Tenoři, FB baner na karlštejnský koncert a dnešní článek z deníku Blesk

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-554723
Janis Sidovský
č.p. 136
26718 Karlštejn
ID DS: stun48n

Váš dopis značky:
Ochranná známka: 4 Tenoři
Číslo spisu: O-554723
Den podání: 22.03.2019
Vyřizuje: I

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 16.8.2019

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašované označení je **i nadále** vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Výměrem ze dne 21.5.2019 byl přihlašovateli sdělen výsledek věcného průzkumu s tím, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašovatel byl vyzván k předložení dokladů prokazujících nabytí rozlišovací způsobilosti označení.

Ve lhůtě stanovené pro vyřízení výměru přihlašovatel předložil odpověď na výměr e-mailovým podáním. K tomuto podání uvádíme následující: *Podání lze učinit písemně, nebo v elektronické podobě podepsané elektronicky podle zvláštních předpisů (uznávaným elektronickým podpisem). Lze je též učinit pomocí technických prostředků; takové podání, obsahující návrh ve věci, je třeba písemně doplnit nejpozději do 5 dnů.* **Nebylo-li podání ve lhůtě 5 dnů doplněno, hledí se na ně tak, jako by vůbec nebylo podáno.**

Vzhledem k tomu, že přihlašovatel do 5 dnů podání nedoplnil, bere Úřad na toto vyjádření jako nepodané.

Úřad se tedy odvolává na výměr ze dne 21.5.2019 a to, že přihlašované označení může být zapsáno pro všechny nárokované výrobky a služby, jestliže přihlašovatelé prokážou, že toto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

16. 10. 19

D19106316

V Karlštejně dne 10.10.2019

Číslo spisu: O-554723

Úřad průmyslového vlastnictví
POŠTOU
Počet listů 1 1
Počet svazků



Dobrý den,

Zasílám Vám dokumentaci k užívání označení 4 Tenoři. Toto označení je používáno pro umělecká vystoupení, televizní natáčení a vydávání hudebních nosičů od října 2017.

S pozdravem a poděkováním


4 Tenoři
To je ta chvíle

V) 19122867

11.12.19

MEČL LEGAL

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6 – Bubeneč

Úřad průmyslového vlastnictví
OSOBNĚ
Počet listů 1 + 17 PLÁN
Počet svazků

UPV201900030813

Číslo spisu: O-554723
Ochranná známka: 4 Tenoři
Den podání: 22. 3. 2019
K rukám: I

V Praze dne 9. prosince 2019

Dobrý den,

obracíme se na Vás jménem klienta, který je roveň producentem uskupení **4 Tenoři**, ., ve věci zápisu ochranné známky ve znění „**4 Tenoři**". Plná moc tvoří přílohu č. 1 tohoto podání.

Dne 22. 3. 2019 klient/producent podal k Úřadu průmyslového vlastnictví (dále jen „ÚPV") přihlášku ochranné známky **4 Tenoři**, jejímž je klient/producent vlastníkem, a to pro třídy 35, 38 a 41. Dne 21. 5. 2019 byl vydán „Výsledek věcného přezkumu", přičemž dle názoru ÚPV je přihlašovaná známka tvořena běžně frekventovanými slovy a jako taková není způsobilá na trhu vymezit služby přihlašovatele od shodných služeb jiných subjektů a zároveň se jedná o jednoduché sdělení v podstatě informující o tom, čeho se nárokované služby týkají – tj. propagace a vystoupení čtyř zpěváků disponujících daným typem hlasu. Dle názoru ÚPV toto označení vykazuje minimální dávku kreativity, která by činila označení originálním a neobvyklým, označení nemá potřebnou rozlišovací způsobilost. Takové znění ochranné známky, jeho koncepce, nedisponující potřebnou originalitou a jedinečností, určitou míru neobvyklosti a sestává se z obecných prvků či slov, jednoznačně informujících o charakteru výrobků a/nebo služeb, takovým indikátorem není, protože neumožňuje průměrnému spotřebiteli alespoň základní orientaci na trhu výrobků a/nebo služeb, které jsou poskytovány odlišnými subjekty a tyto výrobky a/nebo služby vzájemně identifikovat a individualizovat.

Na základě shora uvedeného „Výsledku věcného přezkumu" doplnil klient/producent další materiály, ze kterých, dle jeho názoru plyne identifikace a individualizace jím přihlašované známky, a to katalog koncertů, články z médií a také plakát z turné uskupení **4 Tenoři**.

Následně ÚPV vydal dne 16. 8. 2019 další „Výsledek věcného průzkumu", ve kterém mj. podotkl, že ve vyjádření klienta/producenta byly použity odkazy na YouTube, Facebook, oficiální web apod. bez bližšího komentáře a bez tiskových výstupů, či záznamů na elektronickém nosiči.

S ohledem na výše uvedené a s ohledem na skutečnost, že klient/producent má zájem na zápis

Mečl Legal advokátní kancelář
Salvátorská 931/8 | 110 00 Praha 1 – Staré Město

+420 774 404 967 | mecl@mecllegal.cz | www.mecllegal.cz

Toto sdělení je důvěrné a může se na něj vztahovat profesní či jiná povinnost mlčenlivosti.
Informujte nás prosím neprodleně, pokud jste jej obdržel nedopatřením.
Nepořizujte jeho kopii a nezpřístupňujte ho třetím stranám.

ochranné známky v jím navrhovaném znění **4 Tenoři**, přičemž má za to, že v současné době je tato známka dostatečně způsobilá rozlišení průměrným spotřebitelem, kdy významná část relevantní veřejnosti díky této známce může rozpoznat, že dotčené služby pochází z určitého zdroje. Klientem/producentem navrhovaná ochranná známka má již značný podíl na trhu, ze strany klienta/producenta je investováno do její reklamy, využívání ochranné známky probíhá po již významnou dobu a její intenzita každým dnem narůstá.

Uskupení **4 Tenoři** v současné době absolvuje turné, které je pořádáno právě pod tímto názvem **4 Tenoři**, přičemž z veřejně dostupných zdrojů (zejména z předprodejových serverů) je prokazatelné, že mnoho vystoupení je již nyní vyprodaných.

Označení uskupení **4 Tenoři** je velmi aktivně využíváno v prostředí internetu, na sociálních sítích je možné ji nalézt ve velké četnosti, kdy profily na Facebooku, Instagramu, Spotify, YouTube jsou hojně navštěvovány a ve velké míře je taktéž využíván tzv. hashtag **#4tenori** čo označení **@4tenori/@4tenori_official**, kterým uživatelé těchto sociálních sítí označují vystoupení, setkání, akce a jiné příležitosti spojené právě s uskupením **4 Tenoři**.

K podpoře toho stanoviska uvádíme následující.

Webové stránky

- https://www.4tenori.cz/ - viz příloha č. 2
- uskupení **4 Tenoři** má založené vlastní webové stránky, na kterých dochází k prezentaci uskupení **4 Tenoři**, představení jednotlivých členů, plánovaných akcí, včetně sekce věnované koncertům, VIP akcím a vystoupením. Samozřejmě je zde možné nalézt sekci „Hudba a video", kde návštěvník stránek nalezne videoklipy a videa z působení činnosti uskupení **4 Tenoři** a také odkazy na další zdroje, kde se nachází tvorba uskupení **4 Tenoři**, konkrétně pak k dnešnímu dni iTunes, Spotify, YouTube či na Google Play Music, kde je možné si píseň také zakoupit.
- důležitou součástí webových stránek je taktéž sekce „Kontakt", v rámci které je možné oslovit klienta/producenta, J s požadavkem na zajištění vystoupení uskupení **4 Tenoři**. Zároveň je zde zveřejněna nabídka produkce uskupení **4 Tenoři** a taktéž technické požadavky n vystoupení.
- z uvedeného je patrné, že uskupení **4 Tenoři** je již známým subjektem v uměleckém poli, s ohledem na dosavadní zkušenosti má definované podmínky spolupráce a má taktéž připravenou nabídku pod svým názvem.

Facebookový profil

- Facebook je rozsáhlý společenský webový systém sloužící hlavně k tvorbě sociálních sítí, komunikaci mezi uživateli, sdílení multimediálních dat, udržování vztahů a zábavě. Se svými více 2 miliardami aktivních uživatelů je jednou z největších společenských sítí na světě

Mečl Legal advokátní kancelář
Salvatorská 931/8 | 110 00 Praha 1 – Staré Město

+420 774 404 967 | mecl@meclegal.cz | www.meclegal.cz

Toto sdělení je důvěrné a může se na něj vztahovat profesní či jiná povinnost mlčenlivosti.
Informujte nás prosím neprodleně, pokud jste jej obdrželi nedopatřením.
Nepořizujte jeho kopii a nezpřístupňujte ho třetím stranám.

- uskupení **4 Tenoři** mají v rámci Facebooku taktéž zřízenou svou stánku, svůj profil, na kterém velmi aktivně využívají možnosti sdílení svých aktivit se svými fanoušky, a to plně veřejně, včetně využívání tzv. hashtagů apod. Na svém profilu tak sdílí veškeré absolvované koncerty, vydání nových singlů či videoklipů, hovoří zde o plánovaných aktivitách, zveřejňují fotografie a videozáznamy z vystoupení, ze setkání s fanoušky i ze své další činnosti
- v rámci sociální sítě Facebook je také často využíváno označení **@4tenori** či **@4tenori_official**
- objektivně ověřitelný dosah jednotlivých příspěvků zveřejněných na facebookovém profilu je např. za období 2.-5. 12. **22 515 uživatelů**
- odkaz na facebookový profil https://www.facebook.com/pg/4Tenori/about/?ref=page_internal – viz **příloha č. 3**

Instagramový profil

- Instagram je sociální síť ve formě volně dostupné aplikace pro různé mobilní i počítačové operační systémy. Svým uživatelům umožňuje sdílení fotografií, videí a chatování s přáteli, fanoušky
- v současné době je také hojně využívaným nástrojem tzv. hashtag, což je slovo nebo fráze označená znakem „#". Význam slova označeného tímto symbolem je dnes chápán jako forma klíčového slova
- profil na Instagramu: **4tenori_official** - viz příloha č. 4
- v rámci sociální sítě Instagram je také často využíváno označení **@4tenori** či **@4tenori_official**
- přikládáme ukázku využívání hashtagu **#4tenori** – viz příloha č. 5

YouTube

- YouTube je největší internetový server pro sdílení videosouborů, přičemž **4 Tenoři** jsou partnerem YouTube. Ke vzniku partnerství jsou nezbytné podmínky více než 1 000 odběratelů a více než 100.000 shlédnutí. K dnešnímu dni má např. videoklip „Mně sílu dáš" téměř 300.000 zhlédnutí
- Přikládáme odkaz na profil na YouTube https://www.youtube.com/4tenori - viz příloha č. 6
- odkaz na jednotlivá videa:
  - 4 Tenoři – muzikálové gala https://www.youtube.com/watch?v=qjNJRIKl6ps
  - Mně sílu dáš (official video) 4 TENOŘI - https://www.youtube.com/watch?v=eQHH58kjmHA
  - Mně sílu dáš (audio s textem) https://www.youtube.com/watch?v=Fxk-Gp7YitE
  - 4 Tenoři na Karlštejně (official video) https://www.youtube.com/watch?v=sT5T8PH8DCw
  - Už z hor zní zvon – oficiální videoklip https://www.youtube.com/watch?v=d0a5pPJIOJc
  - 4 Tenoři upoutávka https://www.youtube.com/watch?v=QeI_3YrxZa8
- všechna videa přikládáme také na příslušném flashdisku

Mečl Legal advokátní kancelář
Salvátorská 931/8 | 110 00 Praha 1 - Staré Město

+420 774 404 967 | mecl@meclegal.cz | www.meclegal.cz

Toto sdělení je důvěrné a může se na něj vztahovat profesní či jiná povinnost mlčenlivosti.
Informujte nás prosím neprodleně, pokud jste jej obdrželi nedopatřením.
Nepořizujte jeho kopii a nezpřístupňujte ho třetím stranám.

Spotify

- jedná se o přední světovou hudební službu původem ze Švédska, která nabízí streamování či podcasting hudby od vybraných vydavatelství jako jsou Sony, EMI, Warner Music Group, Universal a další, přičemž od roku 2016 je lokalizována také do českého prostředí
- uživatelé zde naleznou profily různých interpretů, přičemž také **4 Tenoři** zde mají svůj profil, a to konkrétně https://open.spotify.com/artist/5Uvu6HmSTiG0nVXQnqYttE – viz **příloha** č. 7

Apple Music – I Tunes

- Apple Music je hudební streamovací služba americké společnosti Apple
- uživatelé zde naleznou profily různých interpretů, přičemž také **4 Tenoři** zde mají svůj profil, a to konkrétně https://music.apple.com/cz/artist/4-teno%C5%99i/1441794811?l=cs – viz příloha č. 8

Google Play Music

- jedná se o službu, která je navázána na službu Google Play, která je zaměřena na distribuci aplikací pro chytré telefony, přičemž právě Google Play Music, umožňuje zakoupit konkrétní píseň či album elektronickým způsobem
- odkaz na kanál 4 Tenoři https://play.google.com/music/preview/Bnbjxbv2jljaqrlawfnorqfyv5u?t=Uz_Z_Hor_Zni_Z_von_-_4_TENORI&u=0 – viz příloha č. 9

Wikipedia

- je mnohojazyčná online encyklopedie vytvořená a udržovaná jako projekt otevřené spolupráce se svobodným (otevřeným) obsahem, na jejíž tvorbě spolupracují dobrovolní přispěvatelé z celého světa. K obsahu wikipedie mají přístup miliony uživatelů napříč celým světem, přičemž odkaz na stránku **4 Tenorů** v rámci wikipedie je volně dostupný a osobě vyhledávající tento pojem se nabízí mezi předními při vyhledávání na internetu
- **přikládáme odkaz na stránku 4 Tenoři**, která pojednává o tomto uskupení, Je zde shrnuta základní informace o historii uskupení, o jeho vzniku a singlech zároveň také o koncertním turné Dále je zde možné naleznout odkazy na profily jednotlivých členů ale zejména profily na sociálních sítích – Facebook, Instagram, Spotify, dotazy na videoklipy na YouTube, detailní rozpis turné (včetně termínů, míst, informací o vyprodanosti spod.), je zde možné shlédnout repertoár **4 Tenorů**, také jsou zde uvedená speciální vystoupení, které uskupení absolvovalo.
- v neposlední řad je zde možné nalézt odkazy na reference a odkazy na události a akce, které jsou s tímto uskupením spojené
- konkrétní odkaz https://cs.wikipedia.org/wiki/4_Teno%C5%99i -viz příloha č. 10

Tiskové zprávy a ostatní dokumentace

Mečl Legal advokátní kancelář
Salvátorská 931/8 | 110 00 Praha 1 – Staré Město

+420 774 404 967 | mecl@meclegal.cz | www.meclegal.cz

Toto sdělení je důvěrné a může se na něj vztahovat profesní či jiná povinnost mlčenlivosti.
Informujte nás prosím neprodleně, pokud jste jej obdrželi nedopatřením.
Nepořizujte jeho kopii a nezpřístupňujte ho třetím stranám.

- Dokumentace k Press trip **4 Tenorů** natáčení v Tunisku – videoklip „Mně sílu dáš", který mj. obsahuje taktéž přehled mediálních výstupů, odkazy mediální výstupy a taktéž obrazovou dokumentaci – viz příloha č. 11
- Vizuál k Turné **4 Tenorů** – viz příloha č. 12
- Nabídka vystoupení ze strany uskupení **4 Tenoři** – viz příloha č. 13
- Nahrávka uskupení **4 Tenoři** Mně sílu dáš obdržela v listopadu 2019 v online magazínu Headliner titul nahrávka měsíce (v příloze) – viz příloha č. 14
- Zpráva z facebookového profilu Top Star magazínu o reportáži o „fenoménu **4 Tenoři**" ze dne 16. 10. 2019, přičemž Top Star je společenský pořad vysílaný na celostátní televizní stanici Prima – viz příloha č. 15
- Tisková zpráva SUPRAPHON, ve které vydavatelství informuje o vydání 24 vánočních hitů na jednom albu, v rámci které je uskupení **4 Tenoři** uvedeni jako první mezi ostatními umělci a jejíž součástí je také promo video (uložené na flashdisku) – viz příloha č. 16
- Smlouva o poskytnutí kompilační licence se společností SUPRAPHON a.s. na základě které je skladba uskupení **4 Tenoři** zahrnuta na kompilaci Vánočních hitů vydávaných právě nakladatelstvím SUPRAPHON a.s. – viz příloha č. 17
- Smlouva o vytvoření uměleckého výkonu a poskytnutí oprávnění umělecký výkon užít ze dne 26. 6. 2019, ze které je patrné, že se jedná o vystoupení uskupení **4 Tenoři** – viz příloha č. 18
- Faktura ze dne 21. 8. 2019 vztahující se ke Smlouvě o vytvoření uměleckého výkonu a poskytnutí oprávnění umělecký výkon užít, na základě které uskupení **4 Tenoři** vystupovalo – viz příloha č. 19
- Ujednání se společností Intergram o nahrávce singlu „Mně sílu dáš (You Raise Me Up)", v rámci které jsou členové uskupení **4 Tenoři** uvedeni jako umělci podílející se na nahrávce – viz příloha č. 20

Novinové články

- z níže uvedeného názorného přehledu je patrné, že název uskupení **4 Tenoři** je hojně využíván v médiích, přičemž není pochyb, o jaké uskupení se v rámci jednotlivých článků jedná
- všechny články přikládáme taktéž v tištěné verzi
- https://www.expres.cz/celebrity/4-tenori-karel-gott-uz-z-hor-zni-zvon.A181211_155555_dx-celebrity_ren – viz příloha č. 21
- https://www.musical.cz/zpravy/vojtko-vitek-kriz-bragagnolo-alias-4-tenori-chystaji-serii-koncertu/ – viz příloha č. 22
- https://tv.blesk.cz/video/5408521/vitek-vojtko-bragagnolo-a-kriz-jsou-4-tenori-tohle-je-jejich-prvni-hit.html – viz příloha č. 23
- https://www.seznamzpravy.cz/clanek/4-tenori-nataceli-videoklip-na-karlstejne-rozhodne-to-nebyla-nuda-a-vysledek-bude-stat-za-to-61738 – viz příloha č. 24
- http://www.aplausin.cz/4-tenori-na-dnesnim-koncerte-heleny-vondrackove-poprve-predstavi-fesacke-obleky-mrknete-jak-jim-seli/ – viz příloha č. 25

Meči Legal advokátní kancelář
Salvátorská 931/8 | 110 00 Praha 1 - Staré Město

+420 774 404 967 | mec@mecilegal.cz | www.mecilegal.cz

Toto sdělení je důvěrné a může se na něj vztahovat profesní či jiná povinnost mlčenlivosti.
Informujte nás prosím neprodleně, pokud jste jej obdržel nedopatřením.
Nepořizujte jeho kopii a nezpřístupňujte ho třetím stranám.

- http://www.classicpraha.cz/radio/porady/hudba-v-mileniu/4-tenori-na-classic-praha/ – viz přiloha č. 26
- https://www.vecerni-praha.cz/vokalni-seskupeni-4-tenori-chysta-obleky-pro-novou-sezonu/ – viz přiloha č. 27
- http://www.magazinehta.cz/clanek/8619-4-tenori-maji-nove-skvele-obleky-od-firmy-bernhardt/ – viz přiloha č. 28
- http://www.aplausin.cz/buresova-4-tenori-krizova-pilarova-zima-a-dalsi-koncert-zlata-sedesata-oslavi-kultovni-filmy-a-muzikaly/ – viz přiloha č. 29
- https://www.idnes.cz/kultura/hudba/zlata-sedesata-koncert-obecni-dum-muzikaly-hudebni-divadlo.A190612_110951_hudba_vha – viz přiloha č. 30
- https://www.vipbulvar.cz/hity-sedesatek-pripomneli-holisova-soralova-noid-4-tenori-a-dalsi-hvezdou-koncertu-byl-josef-zima/ – viz přiloha č. 31
- https://www.expres.cz/celebrity/josef-zima-koncert-obecni-dum-zlata-sedesata.A191115_141259_dx-celebrity_vlt – viz přiloha č. 32

Předprodeje – možnost zakoupení vstupenek

- tyto webové servery (názorný výběr) prodávají vstupenky na jednotlivá vystoupení uskupení **4 Tenoři**, která jsou pořádána jednotlivě či v sérii v rámci pořádaného Turné
- https://www.hrad-karlstejn.cz/cs/akce/41788-4-tenori-a-hoste – viz přiloha č. 33
- http://www.kc-zlin.cz/719a-4-tenori – viz přiloha č. 34
- https://www.informuji.cz/akce/pce/177423-4-tenori-muzikalove-gala/ – viz přiloha č. 35
- http://www.kultura.zasova.cz/event/364876/4-tenori-muzikalove-gala – viz přiloha č. 36
- https://www.dko.cz/index.php?menu=881 – viz přiloha č. 37
- http://centrumprovsechny.cz/2789-4-tenori-charitativni-koncert – viz přiloha č. 38
- http://www.metropol-cb.cz/program/veskere-akce/4-tenori/1151/ – viz přiloha č. 39
- https://www.hankuv-dum.cz/novorocni-koncert-4-tenori – viz přiloha č. 40

S ohledem na vše shora uvedené a s ohledem na již založené dokumenty, konkrétně katalog koncertu, články z medií a plakát z turné, má klient, Janis Sidovský **jednoznačně za to, že jím podaná přihláška pro zápis ochranné známky „4 Tenoři" je způsobilá vyhovět požadavkům zápisu**.

Svá tvrzení opírá zejména o délku existence označení individualizovaného uskupení **4 Tenoři**, a to od října 2017, kdy uskupení vzniklo. Zároveň má klient za to, že dostatečně prokázal nabytí rozlišovací způsobilosti označení, jelikož se jedná již **o dlouhodobé a intenzivní užívání**. Dlouhodobost a intenzita je odvoditelná ze shora uvedených informací, kdy je název uskupení **4 Tenoři užíváno napříč všemi komunikačními kanály** internetu, včetně sociálních sítí jako je Facebook, Instagram, umělecká díla pod názvem uskupení **4 Tenoři lze nalézt na hudebních serverech** jako je YouTube, Spotify, Google Play Music či Apple Music (iTunes). Informace o umělcích vystupujících pod názvem uskupení **4 Tenoři** lze nalézt také na **informačních serverech** jako Wikipedia, velké **množství vydávaných článků** s označením uskupení 4 Tenoři, **tisková zpráva**

Mečl Legal advokátní kancelář
Salvatorská 931/8 | 110 00 Praha 1 – Staré Město

+420 774 404 967 | mecl@mecllegal.cz | www.mecllegal.cz

Toto sdělení je důvěrné a může se na něj vztahovat profesní či jiná povinnost mlčenlivosti.
Informujte nás prosím neprodleně, pokud jste jej obdrželi nedopatřením.
Nesdělujte jeho kopii a nezpřístupňujte ho třetím stranám.

MEČLEGAL

vydavatelství SUPRAPHON, připravované **turné** spolu s **tiskovými výstupy** a prodeji prostřednictvím předprodejů, kde jsou viditelná vyprodaná vystoupení. Skutečnost, že uskupení **4 Tenoři** vešlo v širokou známost.

Klient/producent taktéž dovozuje z vysoké sledovanosti videoklipů na příslušných portálech (např. YouTube), poslechu na hudebních službách, návštěvnosti na profilu Facebooku a také Instagramu, že velké množství lidí využívá k označení taktéž hashtag **#4tenori, @4tenori či @4tenori_official**. V neposlední řadě také klient poukazuje na **uzavřené smlouvy** s vydavatelstvím SUPRAPHON či ukázku smlouvy uzaviranou za účelem konání vystoupení a provedenou fakturaci.

Veškeré výše uvedené skutečnosti vedou k závěru, že název uskupení **4 Tenoři** je na hudební scéně individualizován a jednoznačně etablován. Jedná se o název profesionálního, na trhu a hudební scéně známého, hudebního uskupení, které pod názvem **4 Tenoři** působí již dlouhodobě a nejedná se tak o nahodilou sestavu 4 pěvců ani o jednorázový či krátkodobý projekt.

Z důvodů všech zde uvedených tak Janis Sidovský prostřednictvím svého právního zástupce navrhuje, aby bylo jeho podání ze dne 22. 3. 2019 vyhověno a ochranná známka 4 Tenoři byla zapsána do databáze ochranných známek spravované Úřadem průmyslového vlastnictví.

j

na základě plné moci .

MEČLEGAL Mečl Legal
advokátní kancelář
IČO 01976711
DIČ CZ7209285215
Salvátorská 931/8
110 00 Praha 1 - Staré Město

Mečl Legal advokátní kancelář
Salvátorská 931/8 | 110 00 Praha 1 - Staré Město

+420 774 404 967 | mecl@meclegal.cz | www.meclegal.cz

Toto sdělení je důvěrné a může se na něj vztahovat profesní či jiná povinnost mlčenlivosti.
Informujte nás prosím neprodleně, pokud jste jej obdržel/a nedopatřením.
Nepořizujte jeho kopii a nezpřístupňujte ho třetím stranám.

MEČLEGAL

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6 – Bubeneč

Číslo spisu: O-554723
Ochranná známka: 4 Tenoři
Den podání: 22. 3. 2019
K rukám:

V Praze dne 29. ledna 2020

Doplnění k podání ze dne 9. 12. 2019

Dobrý den,

obracíme se na Vás jménem klienta, který je roveň producentem uskupení **4 Tenoři**, : ve věci zápisu ochranné známky ve znění „**4 Tenoři**", přičemž tímto doplňujeme podání ze dne 9. 12. 2019.

Jak již ve svém podání ze dne 9. 12. 2019 uvedl a také s ohledem na obsah v něm doložený, má klient/producent, Janis Sidovský, **jednoznačně za to, že jím podaná přihláška pro zápis ochranné známky „4 Tenoři" je způsobilá vyhovět požadavkům zápisu**.

Pro ucelený přehled a doplňující doložení dlouhodobého využívání označení **4 Tenoři**, klient/manažer tímto přikládá smlouvy o spolupráci ze dne 17. 10. 2018 s jednotlivými členy uskupení **4 Tenoři**, a to konkrétně s Pavlem Vítkem, Marianem Vojtkem, Janem Křížem a Michalem Bragagnolem. Z uvedeného je tak patrná **dlouhodobost** využívání označení **4 Tenoři**.

Příloha: *Smlouva o spolupráci ze dne 17. 10. 2018 – Pavel Vítek*
Smlouva o spolupráci ze dne 17. 10. 2018 – Marián Vojtko
Smlouva o spolupráci ze dne 17. 10. 2018 – Jan Kříž
Smlouva o spolupráci ze dne 17. 10. 2018 – Michal Bragagnolo

Zároveň zde přikládáme doplnění k Facebookovému profilu **4 Tenoři**, a to doložením nárustu unikátních návštěv profilu za dobu jeho existence, která ke konci roku 2019 tvořila přes 30 000 osob.

Příloha: *Návštěvnost Facebookového profilu **4 Tenoři***

Mečl Legal advokátní kancelář
Salvátorská 931/8 | 110 00 Praha 1 – Staré Město

+420 774 404 967 | mecl@meclegal.cz | www.meclegal.cz

Toto sdělení je důvěrné a může se na něj vztahovat profesní či jiná povinnost mlčenlivosti.
Informujte nás prosím neprodleně, pokud jste jej obdrželi nedopatřením.
Nepořizujte jeho kopii a nezpřístupňujte ho třetím stranám.

MEČLEGAL

Veškeré výše uvedené skutečnosti vedou k závěru, že název uskupení **4 Tenoři** je na hudební scéně individualizován a jednoznačně etablován. Jedná se o název profesionálního, na trhu a hudební scéně známého, hudebního uskupení, které pod názvem **4 Tenoři** působí již dlouhodobě a nejedná se tak o nahodilou sestavu 4 pěvců ani o jednorázový či krátkodobý projekt.

Z důvodů všech zde uvedených tak Janis Sidovský prostřednictvím svého právního zástupce navrhuje, aby bylo jeho podání ze dne 22. 3. 2019 vyhověno a ochranná známka 4 Tenoři byla zapsána do databáze ochranných známek spravované Úřadem průmyslového vlastnictví.

na základě plné moci

MEČLEGAL
Mečl Legal
advokátní kancelář
JUDr. Stanislav Mečl
IČ: 12345678
DIČ: CZ12345678
Kozí 916/5
110 00 Praha 1 – Staré Město

Mečl Legal advokátní kancelář
Salvátorská 931/8 | 110 00 Praha 1 – Staré Město

+420 774 404 967 | mecl@mecllegal.cz | www.mecllegal.cz

Toto sdělení je důvěrné a může se na něj vztahovat profesní či jiná povinnost mlčenlivosti.
Informujte nás prosím neprodleně, pokud jste jej obdrželi nedopatřením.
Nepořizujte jeho kopii a nezpřístupňujte ho třetím stranám.

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-561319
JUDr. Olga Erhartová, advokát
Šafaříkova 201/17
12000 Praha 2
ID DS: 6vbhqs9

Váš dopis značky:
Ochranná známka: bezrealitky
Číslo spisu: O-561319
Den podání: 24.01.2020
Vyřizuje: I

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 6.4.2020

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek dle ustanovení § 4 písm. b) výše citovaného zákona.

Podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Při průzkumu výše uvedené přihlášky slovní ochranné známky „bezrealitky" bylo zjištěno, že přihlašované označení postrádá pro přihlášené služby rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které má schopnost odlišit na trhu shodné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale je nutno, aby svou formou a obsahem bylo do té míry originální, že jeho osobité znaky mají schopnost individualizovat výrobky a služby, které jím mají být označeny.

Při věcném průzkumu zápisné způsobilosti přihlášky ochranné známky bylo zjištěno, že přihlašované označení nemá schopnost rozlišit přihlašované výrobky a služby téhož druhu, pocházející od různých poskytovatelů výrobků a služeb.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá, nebo

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá.

Vzhledem k charakteru přihlašovaných služeb – „(35) inzertní služby, činnost ekonomických a organizačních poradců, reklamní činnost a marketing, komerční informace a rady pro spotřebitele, propagační činnost, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní administrativa, kancelářské práce, průzkum trhu, šíření propagačních informací, zejména systemizace informací do počítačových databází, zpracovávání specializovaných podnikových evidencí, reklama on-line v počítačové síti; (36) zařizování a zprostředkování obchodů v oblasti nemovitostí, poskytování informací o nemovitostech, realitní činnost, pronájem a podnájem bytů a nemovitostí, služby a poradenství v oblasti nemovitostí, pojištění, služby finanční, služby peněžní; (38) komunikace a přenos dat prostřednictvím veřejné nebo neveřejné telekomunikační sítě, včetně Internetu, pomocí telefonů, mobilních telefonů, telefaxů, satelitů, počítačů či terminálů nebo jakýmikoliv jinými prostředky, včetně přenosu elektronické pošty a přenosu dat v reálném čase (přenosu zvuku, obrazu, textu nebo jiných dat či informací) a poskytování a zprostředkovávání telekomunikačních služeb s tím spojených, včetně poskytování přístupu a připojení k těmto telekomunikačním sítím, včetně Internetu, provozování veřejné nebo neveřejné telekomunikační sítě, šíření a zpřístupňování elektronických tiskovin, časopisů, periodik, knih a jiných dat prostřednictvím veřejné nebo neveřejné telekomunikační sítě, včetně Internetu, informační služby na Internetu, včetně provozování elektronických nástěnek, diskusních skupin a fór a poskytování přístupu k on-line informačním službám a databázím," lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele s širokou veřejností.

Přihlašované slovní označení „bezrealitky" vzniklo spojením předložky „bez" a podstatného jména „realitka" (obecný výraz používaný pro realitní kancelář, tedy firmu, poskytující služby jako zařizování a zprostředkování obchodů v oblasti nemovitostí, poskytování informací a poradenství o nemovitostech a podobně). Vynecháním mezery mezi dvěma obecnými slovy, postrádajícími rozlišovací způsobilost, však nevznikne distinktivní výraz, toto spojení rovněž rozlišovací způsobilost nemá. Při použití přihlášeného označení pro přihlášené služby spotřebitel pochopí, že je přihlašovatel nabízí bez využití služeb realitní kanceláře. Přesto přihlášené slovní označení prakticky přímo popisuje konkrétní druh přihlášených služeb ve třídě 36. Přihlašované služby ve třídách 35 a 38 vykazují přímou souvislost se službami ve třídě 36, přihlášené označení popisuje jejich tématické zaměření. Slovní označení neobsahuje dostatečnou míru neobvyklosti či originality, která by přihlašované služby vymezila vůči stejným službám jiných podnikatelských subjektů. Přihlášené služby se všechny obecně týkají obchodu s realitami, proto přihlášené označení nepodává žádnou informaci, vedoucí k přihlašovateli jako k osobě, která přihlášené služby poskytuje. Průměrný spotřebitel bez dalších informací nemůže rozlišit, kdo poskytuje pod přihlášeným označením uvedené služby, přihlašované označení pro tyto služby postrádá rozlišovací způsobilost. Takové označení neumožní spotřebitelům rozlišit a individualizovat shodné služby, poskytované různými podnikateli a nemůže tak plnit základní, tj. rozlišovací funkci ochranné známky, podle výše uvedeného zákona.

Z tohoto důvodu je označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek, jak je výše uvedeno. Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu ke službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Tuto skutečnost lze prokázat hodnověrnými doklady. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří objednávky, faktury,

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

dodací listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály, etikety, hotové výrobky apod., z nichž je jednoznačně patrno, že uvedené označení skutečně užíval přihlašovatel.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 06.06.2020**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6 - Bubeneč

V Praze dne 5. 5. června 2020

Ke spisu č. O-561319

Doložení rozlišovací způsobilosti označení „bezrealitky"

Společnost Bezrealitky s.r.o., se sídlem Bělehradská 299/132, Vinohrady, 120 00 Praha 2, IČO: 27917223, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 126369 (dále jen „**přihlašovatel**") tímto v reakci na výsledek věcného přezkumu ze dne 6.4.2020, v souladu s ustanovením § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, dokládá skutečnost, že přihlašované označení „bezrealitky" nabylo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku, ve vztahu k výrobkům a službám, pro které je požadován jeho zápis, rozlišovací způsobilost.

Přihlášení je požadováno pro následující výrobky a služby:

(35) inzertní služby, činnost ekonomických a organizačních poradců, reklamní činnost a marketing, komerční informace a rady pro spotřebitele, propagační činnost, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní administrativa, kancelářské práce, průzkum trhu, šíření propagačních informací, zejména systemizace informací do počítačových databází, zpracovávání specializovaných podnikových evidencí, reklama on-line v počítačové síti; (36) zařizování a zprostředkování obchodů v oblasti nemovitostí, poskytování informací o nemovitostech, realitní činnost, pronájem a podnájem bytů a nemovitostí, služby a poradenství v oblasti nemovitostí, pojištění, služby finanční, služby peněžní; (38) komunikace a přenos dat prostřednictvím veřejné nebo neveřejné telekomunikační sítě, včetně Internetu, pomocí telefonů, mobilních telefonů, telefaxů, satelitů, počítačů či terminálů nebo jakýmikoliv jinými prostředky, včetně přenosu elektronické pošty a přenosu dat v reálném čase (přenosu zvuku, obrazu, textu nebo jiných dat či informací) a poskytování a zprostředkovávání telekomunikačních služeb s tím spojených, včetně poskytování přístupu a připojení k těmto telekomunikačním sítím, včetně Internetu, provozování veřejné nebo neveřejné telekomunikační sítě, šíření a zpřístupňování elektronických tiskovin, časopisů, periodik, knih a jiných dat prostřednictvím veřejné nebo neveřejné telekomunikační sítě, včetně Internetu, informační služby na Internetu, včetně provozování elektronických nástěnek, diskusních skupin a fór a poskytování přístupu k on-line informačním službám a databázím.

Označení „bezrealitky" je v České republice přihlašovatelem dlouhodobě a masivně užíváno jako název a zároveň součást doménového jména realitního inzertního webu www.bezrealitky.cz. Přihlašovatel toto označení užívá nepřetržitě již od svého vzniku v roce 2007. Od roku 2019 je označení „bezrealitky" také součástí obchodní firmy přihlašovatele.

Důkaz: - *Příloha č. 1 - Úplný výpis z obchodního rejstříku přihlašovatele*
- *Příloha č. 2 - Výpis z registru doménových jmen .cz*

Bezrealitky není jen jednoduchý inzertní web, poskytuje komplexní služby potřebné k prodeji nebo pronájmu nemovitostí svépomocí, jako je např. nafocení nemovitosti profesionálním fotografem, příprava kupní smlouvy nebo zajištění certifikátu energetické náročnosti budovy. Zároveň funguje jako komunikační platforma, která pomocí integrovaného systému zpráv pro registrované uživatele spojuje

majitele nemovitostí se zájemci o koupi nebo pronájem. Registrovaných uživatelů bezrealitky.cz je v současné době výrazně přes půl milionu.

Označení „bezrealitky" je přihlašovatelem dlouhodobě konstantně propagováno. Přihlašovatel značku „bezrealitky" propaguje nejen na internetu prostřednictvím banerové reklamy a kampaní na sociálních sítích, ale investoval značné prostředky také do venkovních plakátových reklamních kampaní a do rozhlasové reklamy. Částka investovaná do propagace značky od roku 2016 přesahuje .

Důkaz: - Přílohy č. 3 - 4 - Ukázky reklamních kampaní na Facebooku
- *Příloha č. 5 - Ukázka rozhlasového reklamního spotu*
- *Příloha č. 6 - Přehled investic do reklamy v letech 2016 - 2020*

Z přiložených důkazů je zřejmé, že přihlašovatel do propagace označení „bezrealitky" masivně a dlouhodobě investuje. Tyto investice se projevily v setrvale rostoucí návštěvnosti webu www.bezrealitky.cz. Z nástroje Google Analytics že v období od 1.1.2010 do 31.5.2020 web bezrealitky.cz navštívilo 39 812 206 uživatelů, přičemž v průměru každá návštěva trvala téměř 6 minut a každý uživatel podle tohoto analytického nástroje bezrealitky.cz navštívil v průměru 3,43 krát a při každé relaci si otevřel 5 stránek. Celých 89,63 % přístupů bylo z území České republiky. Je třeba poznamenat, že jeden uživatel se nerovná jedna fyzická osoba, ale spíše jedno unikátní zařízení připojené k internetu. Přesto je z těchto dat jasně patrné, že web, který ve svém názvu nese přihlašované označení „bezrealitky" navštívil v posledních 10 letech téměř každý uživatel internetu v České republice, pravidelně se na něj vrací a průměrná denní návštěvnost setrvale roste.

Důkaz: - Příloha č. 7 - Přehled dlouhodobé návštěvnosti bezrealitky.cz

Známost značky mezi širokou veřejností dokládají i vysoké počty vyhledávání přihlašovaného označení ve vyhledáačích google.com a seznam.cz, které dokládají přiložené výpisy z nástrojů Goofle Add Words, resp. Seznam sKlik.

Důkaz: - Přílohy č. 8 a 9 - Přehled vyhledávání přihlašovaného označení na seznam.cz a google.com

Označení „bezrealitky" je často zmiňováno i v médiích s celostátním dosahem. CEO Bezrealitky s.r.o. pan [redacted] je uznávaným odborníkem na realitní trh a je často oslovován novináři, aby se vyjádřil k aktuální situaci. To napomáhá ještě většímu povědomí o „bezrealitky" mezi širokou veřejností.

Důkaz: Příloha č. 10 - Příklady užití označení „bezrealitky" v médiích

Od druhého čtvrtletí roku 2018 vydává přihlašovatel kvartálně publikaci MONITOR přímého prodeje a pronájmu nemovitostí, která široké veřejnosti napomáhá zorientovat se na realitním trhu díky přehledu aktuálních průměrných cen nemovitostí v jednotlivých regionech České republiky. Z dat přihlašovatele mimo jiné vyplývá, že téměř jedna desetina všech rezidenčních nemovitostí, které v prvním čtvrtletí letošního roku změnily majitele, byla prodána svépomocí s využitím bezrealitky.

Důkaz: : Příloha č. 11 MONITOR přímého prodeje a pronájmu nemovitostí Q1 2020

Kromě webových stránek je označení „bezrealitky" užíváno také jako název mobilní aplikace pro Android a iOS. Jak je patrné z přiloženého výpisu z Google Analytics, jen verze pro Android má již více než 160 000 uživatelů.

Důkaz: : Příloha č. 12 Vývoj počtu uživatelů aplikace bezrealitky – Google Analytics

Z výše uvedeného vyplývá, že přihlašované označení je na území České republiky dlouhodobě a intenzivně používáno, propagováno a zavedeno. Ze statistik návštěvnosti je zřejmé, že se mezi relevantní veřejností najde jen velmi málo těch, kteří webové stránky, které mají v názvu přihlašované označení „bezrealitky", nenavštívili. Návštěvnost webu je skutečně působivá i s přihlédnutím k tomu, že koupě nebo pronájem nemovitosti není běžnou každodenní činností.

Přihlašovatel uvedené označení pro přihlašované třídy výrobků a služeb používá na českém trhu jako jediný. Relevantní veřejnost, i díky investicím do reklamy a značnému mediálnímu pokrytí, označení „bezrealitky" jednoznačně spojuje s jeho přihlašovatelem a nepokládá je za obecně užívané označení. V důsledku zmiňovaného užívání vnímají spotřebitelé služby, označené pouze ochrannou známkou, jejíž zápis je požadován, jako pocházející z podniku přihlašovatele, jehož služby jsou označením jednoznačně identifikovány a odlišeny od ostatních soutěžitelů. Přihlašovatel má proto za prokázané, že označení „bezrealitky" získalo dlouhodobým užíváním v obchodním styku ve vztahu k přihlašovaným výrobkům a službám rozlišovací způsobilost a žádá jeho zápis do rejstříku ochranných známek.

v plné moci

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-564321
Mgr. IVAN RÁMEŠ, advokát
Skácelova 2792/34
61200 Brno
ID DS: 7hcquf5

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Lipovská mozaika
Číslo spisu: O-564321
Den podání: 03.06.2020
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 25.9.2020

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Při průzkumu výše uvedené přihlášky slovní ochranné známky „Lipovská mozaika" bylo zjištěno, že přihlašované označení postrádá pro přihlášené výrobky a služby rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které má schopnost odlišit na trhu shodné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale je nutno, aby svou formou a obsahem bylo do té míry originální, že jeho osobité znaky mají schopnost individualizovat výrobky a služby, které jím mají být označeny.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Vzhledem k charakteru přihlašovaných výrobků a služeb – „(19) kámen, kamenické výrobky, kamenné dlaždice, kamenné obklady, kamenné dlažby, kamenné parapety, kamenné kuchyňské desky, obkladové kuchyňské panely, nástěnné desky, kamenné pomníky, kamenné ornamenty, kamenné desky, opracovaný přírodní kámen, stavební přírodní kámen, kamenina pro stavebnictví, kameninové dlažební kostky a obklady, umělecká díla z kamene; (37) těžba kamene, čištění kamenických prací; (40) drcení kamene, kamenořezba, zpracování přírodního kamene, zakázková výroba z kamenných výrobků do interiérů a exteriérů, zakázková montáž výrobků pro třetí osoby“ lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele s širokou veřejností.

Při věcném průzkumu zápisné způsobilosti přihlášky ochranné známky bylo zjištěno, že přihlašované označení nemá schopnost rozlišit přihlašované výrobky a služby téhož druhu, pocházející od různých poskytovatelů výrobků a služeb.

Jde o nedistinktivní a nefantazijní, obecné označení popisného charakteru, které je vyjádřeno ve zcela standardním typu písma latinské abecedy, bez jakýchkoliv dalších rozlišujících či jinak originálních prvků, které by mu dodaly potřebnou a nutnou distinktivitu. Složený název přihlašovaného označení „Lipovská mozaika“ je tvořen výlučně obecnými výrazy, běžně užívanými v českém jazyce.

Z hlediska významu slovního spojení přihlašovaného označení jde o označení, které přímo popisuje přihlášené výrobky. Přídavné jméno „Lipovská“ jako zeměpisný údaj, definující původ nebo místo určení výrobků, je zásadně nedistinktivní, neboť jej mohou používat všichni podnikatelé, poskytující tyto výrobky stejného původu nebo stejného určení. Podstatné jméno „mozaika“ přímo označuje druh přihlášených výrobků ve třídě 19 nebo výsledek přihlášených služeb ve třídách 37 a 40.

Přihlášené slovní označení neobsahuje dostatečnou míru neobvyklosti či originality, která by přihlašované výrobky a služby vymezila vůči stejným výrobkům a službám jiných podnikatelských subjektů. Přihlášené označení nepodává žádnou informaci, vedoucí k přihlašovateli jako k osobě, která přihlášené výrobky a služby uvádí na trh. Přihlašované označení pro tyto výrobky a služby postrádá rozlišovací způsobilost, takové označení neumožní spotřebitelům rozlišit a individualizovat shodné výrobky a služby, poskytované různými podnikateli a nemůže tak plnit základní, tj. rozlišovací funkci ochranné známky, podle výše uvedeného zákona. Průměrný spotřebitel není schopen bez použití dalších rozlišovacích údajů rozeznat, kdo jej používá pro své výrobky a služby, neboť toto označení jako takové bude relevantním spotřebitelem bezprostředně vnímáno jako informativní sdělení o druhu a předpokládaném původu nebo místě určení poskytovaných výrobků a služeb.

Z tohoto důvodu je označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek, jak je výše uvedeno. Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Tuto skutečnost lze prokázat hodnověrnými doklady. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály, etikety, hotové výrobky apod., z nichž je jednoznačně patrno, že uvedené označení skutečně užíval přihlašovatel.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 25.11.2020**.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Ing. [redacted]
oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, www.upv.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

25.05.21

HAVEL & PARTNERS
ÚSPĚCH SPOJUJE

D2105 1311

PRAHA | BRNO | OSTRAVA | BRATISLAVA

Florentinum, recepce A
Na Florenci 2116/15, 110 00 Praha 1, Česká republika
Tel.: +420 255 000 111

Titanium Business Complex
Nové sady 996/25, 602 00 Brno, Česká republika
Tel.: +420 545 423 420

Poděbradova 2738/16, 702 00 Ostrava, Česká republika
Tel.: +420 596 110 300

Centrum Zuckermandel
Žižkova 7803/9, 811 02 Bratislava, Slovenská republika
Tel.: +421 232 113 900

Úřad průmyslového vlastnictví
OSOBNĚ
Počet listů 5
Počet svazků 1

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
K rukám:
Antonína Čermáka 2a
Praha 6 – Bubeneč
160 68

UPV202100006672

doručeno osobně

V Praze dne 25. května 2021

Číslo spisu: **O-564321**

Přihlašované označení: **„Lipovská mozaika“**

Přihlašovatel: **Slezské kamenolomy a.s.**, se sídlem Hlavní 4, 790 84 Mikulovice

Zastoupen: **Mgr. Ivanem Rámešem**, advokátem, advokátní kanceláře HAVEL & PARTNERS s.r.o., se sídlem Na Florenci 2116/15, 110 00 Praha 1, zapsaným do seznamu advokátů vedeného ČAK pod evidenčním č. 14792

Vyjádření k výsledku věcného průzkumu

Přílohy:

- *dle seznamu příloh*
- *CD nosič s elektronicky nahranými přílohami*

Havel, Holásek & Partners s.r.o., advokátní kancelář, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 114599, IČO: 26454807. Seznam spolupracujících advokátů je k dispozici na webových stránkách www.havelholasek.cz

HAVEL & PARTNERS s.r.o.,
advokátní kancelář

I.

Úvod

Přihlašovatel podal dne 3. června 2020 přihlášku slovní ochranné známky ve znění „Lipovská mozaika" („**Přihláška**") pro tyto výrobky služby:

(19) kámen, kamenické výrobky, kamenné dlaždice, kamenné obklady, kamenné dlažby, kamenné parapety, kamenné kuchyňské desky, obkladové kuchyňské panely, nástěnné desky, kamenné pomníky, kamenné ornamenty, kamenné desky, opracovaný přírodní kámen, stavební přírodní kámen, kamenina pro stavebnictví, kameninové dlažební kostky a obklady, umělecká díla z kamene; (37) těžba kamene, čištění kamenických prací; (40) drcení kamene, kamenořezba, zpracování přírodního kamene, zakázková výroba z kamenných výrobků do interiérů a exteriérů, zakázková montáž výrobků pro třetí osoby.

Přihlašovatel obdržel prostřednictvím svého zástupce výměr Úřadu průmyslového vlastnictví („**Úřad**"), ve kterém mu bylo sděleno, že Přihláška je vyloučena ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách ve znění pozdějších předpisů („**Zákon**"), neboť nemá rozlišovací způsobilost.

Dle sdělení Úřadu je Přihláška tvořena obecnými slovy, běžně užívanými v českém jazyce. Jedná se o zeměpisný údaj definující původ nebo místo určení výrobků mohou je užívat všichni podnikatelé poskytující tyto výrobky stejného určení.

Přihláška může být zapsána, jestliže Přihlašovatel prokáže, že Přihláška získala před zápisem ochranné známky rozlišovací způsobilost užíváním v obchodním styku ve smyslu ustanovení § 5 Zákona. Pro účely posouzení lze vzít v úvahu zejména podíl známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření, velikost investic do reklamy a dobu užívání.

Přihlašovatel podává Úřadu ve stanované lhůtě toto

v y j á d ř e n í:

II.

Rozlišovací způsobilost

S výsledkem průzkumu nesouhlasíme. Domníváme se, že rozlišovací způsobilost je nutno posuzovat vždy jednotlivě případ od případu podle konkrétních okolností. Je sice pravdou, že Přihláška je tvořena slovními prvky Lipovská mozaika bez dalších prvků, nicméně **Úřad v tomto konkrétním případě nesprávně vyhodnotil okolnosti tohoto případu.**

Přihlašovatel je společností s již 150-ti letou tradicí a je jediným těžitelem mramoru v lomu Horní Lipová tedy jediným možným uživatelem slovního spojení Lipovská mozaika, která se skládá z mramoru vytěženého v tomto lomu. Původně lom vlastnila společnost Slezský kámen a.s., kterou v roce 2014 po prohlášení konkurzu koupil Přihlašovatel.

V souvislosti se svou činností Přihlašovatel užívá označení Lipovská mozaika jako jediný subjekt.

Přihláška není v České republice běžně užívána jinými subjekty. Přihlašovatel těží v lomu lipovský mramor, ze kterého poté **vytváří unikátní dlažbu pod názvem „Lipovská mozaika**.

Domníváme se, že Přihláška má pro Přihlašovatele dostatečnou rozlišovací způsobilost, díky dlouhodobé existenci spojení Přihlašovatele s lomem v Horní Lipové.

Důkazy:

- *Příloha č. 1 – výpis z webové stránky kamen.cz*
- *Příloha č. 2 – výpis z wikipedie*
- *Příloha č. 3 – články z tisku o koupi společnosti Slezský kámen a.s.*
- *Příloha č. 4 – výpis ze stránek lázně Lipová*

III.

Získání rozlišovací způsobilosti

I přesto, že se Přihlašovatel domnívá, že Přihláška má ve spojení s ním inherentní rozlišovací způsobilost, současně s tímto vyjádřením přikládáme důkazy o užívání Přihlášky v souvislosti s výrobky a službami v seznamu takovým způsobem, že Přihláška navíc získala rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 5 Zákona.

Z dokladů vyplývá, že služby a výrobky (kámen, jeho těžba a zpracování) jsou označovány Lipovská mozaika.

Doklady je nutno posuzovat jak jednotlivě, tak ve vzájemné souvislosti. Po posouzení všech předložených **dokladů, konkrétních okolností tohoto případu a charakteru a historii Přihlašovatele** je třeba dojít k závěru, že Přihláška získala rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 5 Zákona. Zainteresovaná veřejnost jednoznačně rozpozná, že výrobky a služby označené Přihláškou pochází od Přihlašovatele.

Důkazy:

- *Příloha č. 5 – objednávky, faktury a nabídky*

25.05.21

IV.

Shrnutí

Vzhledem k výše uvedenému, zejména pak k posouzení dokladů v jejich vzájemné souvislosti, a s přihlédnutím ke všem relevantním okolnostem daného případu, je zřejmé, že **Přihláška nejen disponuje dostatečnou inherentní rozlišovací způsobilostí, ale že se pro Přihlašovatele stala ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám příznačná.**

S ohledem na skutečnosti uvedené v tomto vyjádření a na přiložené důkazy žádáme, aby Úřad pokračoval v zápisném řízení a přihlášku ochranné známky **č. O-564321** pro všechny výrobky a služby **zveřejnil.**

na základě plné moci

Seznam příloh:

- *Příloha č. 1 – výpis z webové stránky kamen.cz*
- *Příloha č. 2 – výpis z wikipedie*
- *Příloha č. 3 – články z tisku o koupi společnosti Slezský kámen a.s.*
- *Příloha č. 4 – výpis ze stránek lázně Lipová*
- *Příloha č. 5 – objednávky, faktury nabídky*

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-564321
Mgr. IVAN RÁMEŠ, advokát
Skácelova 2792/34
61200 Brno
ID DS: 7hcquf5

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Lipovská mozaika
Číslo spisu: O-564321
Den podání: 03.06.2020
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 27.9.2021

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Výměrem ze dne 25.09.2020 jsme Vám sdělili výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky s tím, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Při průzkumu výše uvedené přihlášky slovní ochranné známky „Lipovská mozaika" bylo zjištěno, že přihlašované označení postrádá pro přihlášené výrobky a služby rozlišovací způsobilost.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Vzhledem k charakteru přihlašovaných výrobků a služeb lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele s širokou veřejností.

Při věcném průzkumu zápisné způsobilosti přihlášky ochranné známky bylo zjištěno, že přihlašované označení nemá schopnost rozlišit přihlašované výrobky a služby téhož druhu, pocházející od různých poskytovatelů výrobků a služeb.

Složený název přihlašovaného označení „Lipovská mozaika" je tvořen výlučně obecnými výrazy, běžně užívanými v českém jazyce. Z hlediska významu slovního spojení přihlašovaného označení jde o označení, které přímo popisuje přihlášené výrobky. Přídavné jméno „Lipovská" jako zeměpisný údaj, definující původ nebo místo určení výrobků, je

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

zásadně nedistinktivní, neboť jej mohou používat všichni podnikatelé, poskytující tyto výrobky stejného původu nebo stejného určení. Podstatné jméno „mozaika" přímo označuje druh přihlášených výrobků ve třídě 19 nebo výsledek přihlášených služeb ve třídách 37 a 40.

Přihlášené slovní označení neobsahuje dostatečnou míru neobvyklosti či originality, která by přihlašované výrobky a služby vymezila vůči stejným výrobkům a službám jiných podnikatelských subjektů. Průměrný spotřebitel není schopen bez použití dalších rozlišovacích údajů rozeznat, kdo jej používá pro své výrobky a služby, neboť toto označení jako takové bude relevantním spotřebitelem bezprostředně vnímáno jako informativní sdělení o druhu a předpokládaném původu nebo místě určení poskytovaných výrobků a služeb.

Z tohoto důvodu je označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek, jak je výše uvedeno. Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

K prokázání těchto skutečností byla přihlašovateli poskytnuta lhůta do 25.11.2020, která byla na opakovanou žádost přihlašovatele prodlužována až do 25.05.2021.

Podáním ze dne 25.05.2021 bylo do spisu doručeno vyjádření přihlašovatele spolu s doklady o užívání přihlášeného označení.

Ve vyjádření vyslovil přihlašovatel názor, že Úřad v tomto konkrétním případě nesprávně vyhodnotil okolnosti tohoto případu. Sice souhlasí s tím, že Přihláška (zřejmě je míněno přihlašované označení) je tvořena slovními prvky Lipovská mozaika bez dalších prvků, nicméně tvrdí, že Přihláška není v České republice běžně užívána jinými subjekty. Přihlašovatel těží v lomech lipovský a supíkovický mramor, ze kterých se poté vytváří unikátní dlažba pod názvem „Lipovská mozaika". Tento název není možné užívat pro mozaiku tvořenou jiným mramorem. Domnívá se, že Přihláška má pro přihlašovatele dostatečnou rozlišovací způsobilost díky dlouhodobé existenci spojení přihlašovatele s tímto označením.

Přihlašovatel je společností s dlouholetou tradicí a je jediným těžitelem mramoru v lomu Horní Lipové a v Supíkovicích, tedy jediným možným uživatelem slovního spojení Lipovská mozaika, která se skládá pouze z mramoru vytěženého v lomu v Horní Lipové. Původně lomy vlastnila společnost Slezský kámen a.s., kterou v roce 2014 po prohlášení konkurzu koupil Přihlašovatel.

Přihlašovatel se domnívá, že Přihláška má ve spojení s ním inherentní rozlišovací způsobilost, současně však přikládá důkazy o užívání Přihlášky v souvislosti s výrobky a službami v seznamu takovým způsobem, že Přihláška navíc získala rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 5 Zákona a domnívá se, že je třeba dojít k závěru, že Přihláška získala rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 5 Zákona.

Jako důkazy pro svá tvrzení a jako doklady o získání rozlišovací způsobilosti předkládá několik příloh.

K předloženým názorům zaujal Úřad následující stanovisko:

Ve výměru ze dne 25.09.2020 byly řádně sděleny a popsány důvody, pro které bylo přihlášené označení shledáno nedistinktivním.

Úřad k této věci dále konstatuje, že z důvodů právní jistoty musí být průzkum každé přihlášky k zápisu striktní a úplný, aby se předešlo tomu, že ochranné známky budou zapsány neoprávněně. Takový průzkum musí být proveden v každém konkrétním případě. Zápis

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

označení jako ochranné známky totiž závisí na specifických kritériích, použitelných v rámci skutkových okolností projednávaného případu, sloužících k ověření, zda dotčené označení nespadá pod některý důvod pro zamítnutí (viz v tomto smyslu, rozsudek ze dne 12. 2. 2004, Henkel, C-218/01, bod 62). Úřad musí každou ochrannou známku posoudit individuálně, vždy ve vztahu ke konkrétnímu označení a konkrétnímu seznamu výrobků a služeb, jak bylo učiněno.

Do spisu bylo doručeno několik dokladů, k nimž se Úřad vyjádří vždy po skupinách, do kterých byly rozčleněny přihlašovatelem:

- Příloha č. 1 — výpis z webové stránky kamen.cz – článek o historii přihlašovatele

- Příloha č. 2 — výpis z wikipedie – výsledek vyhledávání výrazu Lipovská mozaika

- Příloha č. 3 — články z tisku o koupi společnosti Slezský kámen a.s. – článek z Blesku a z portálu Deník.cz

- Příloha č. 4 — výpis ze stránek lázně Lipová

- Příloha č. 5 — objednávky, faktury a nabídky

Na úvod hodnocení dokladů je nutno konstatovat, že označení může získat rozlišovací způsobilost pouze dlouhodobým a intenzivním užíváním na výrobcích nebo pro poskytované služby pouze přihlašovatelem. Předložené doklady musí, kromě časového období, dostatečně určit i územní rozsah užívání přihlášeného označení na výrobcích a službách přihlašovatele. Z výše uvedeného vyplývá, že nabytí rozlišovací způsobilosti tedy lze prokazovat pouze konkrétními doklady s jasně deklarovanými pravidly.

Úřad posoudil předložené doklady jednotlivě i ve vzájemných souvislostech. Výsledek posouzení dokladů je následující:

Doklady v přílohách 1, 2, 3 a 4 neprokazují získání rozlišovací způsobilosti.

K prokázání získané rozlišovací způsobilosti nestačí výstup z webových stránek, výsledek vyhledávání nebo texty z tisku. Je v nich sice zmíněn přihlašovatel (příloha 1, 3, 4) nebo přihlašované označení (příloha 2), avšak vazba mezi nimi nikoliv. Tyto informace nemohou získání rozlišovací způsobilost prokázat, neboť z nich není zřejmý rozsah použití přihlášeného označení na přihlašovaných výrobcích a službách přihlašovatele, rovněž z nich není zřejmá odezva veřejnosti či intenzita známosti výrobků a služeb poskytovaných pod přihlášeným označením.

Příloha č. 5 obsahuje celkem 4 soubory dokladů, všechny doklady jsou z prvního pololetí 2021 pro různé odběratele z ČR i ze zahraničí (Prešov, SR).

V souboru „faktury" je předloženo celkem 12 faktur, vystavených přihlašovatelem, celkem na 4 se vyskytuje přihlášené označení.

V souboru „faktury2" jsou předloženy celkem 3 faktury, vystavené přihlašovatelem, na všech se vyskytuje přihlášené označení.

V souboru „nabídky" je předloženo celkem 18 dokladů o nabídkách, vystavených přihlašovatelem, celkem na 10 se vyskytuje přihlášené označení. Z nabídek však nelze usuzovat na skutečnou realizaci (množství skutečně objednaných výrobků a služeb).

V souboru „objednávky" je předloženo celkem 5 dokladů o nabídkách, vystavených přihlašovatelem, celkem na 2 se vyskytuje přihlášené označení.

Ani doklady v příloze 5 nelze akceptovat jako prokazující získanou rozlišovací způsobilost. Všechny pocházejí z pouze krátkého časového úseku – z prvního pololetí r. 2021. Sice je z nich zřejmé, že přihlašovatel používá pro přihlášené výrobky a služby přihlášené

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

slovní označení a jejich odběrateli jsou subjekty z celé ČR, avšak časový rozsah dokladů je příliš krátký na to, aby bylo možné na jejich základě přiznat získání rozlišovací způsobilosti.

U nedistinktivních označení, která jsou ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám převážně popisná, může Úřad uznat získanou rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, za předpokladu, že přihlašovatel toto označení dlouhodobě používal ve styku se spotřebitelskou veřejností a že toto označení svědčí pouze jemu, tj. pokud se spotřebitel setká s tímto označením, spojí si jej pouze s jeho osobou a jeho výrobky. A tak i označení s nedostatečnou rozlišovací způsobilostí může dlouhodobým, masivním a intensivním užíváním ve styku se spotřebiteli na trhu rozlišovací způsobilost získat pro výrobky nebo služby konkrétní fyzické či právnické osoby.

Jedná se o doklady o rozsahu a uspokojení spotřebitelských požadavků (objednávky, dodací listy, inzerce v tisku, nabízení zboží na výstavách), z nichž je zřejmé, že výrobky a služby, označené přihlašovaným označením, uváděl na trh pouze přihlašovatel. Doklady pro průkaz získané rozlišovací způsobilosti nelze předem předepisovat, je v zájmu přihlašovatele, aby Úřad o těchto skutečnostech přesvědčil. V těchto dokladech se však musí vyskytovat informace o tom, že se jedná o výrobky a služby, označené přihlašovaným označením, poskytované přihlašovatelem.

Jak vyplývá z výše uvedeného a s ohledem na jednotnost zápisného řízení o přihláškách ochranných známek, trvá Úřad na požadavku prokázání získané rozlišovací způsobilosti.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 27.11.2021**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

I
oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

9220488832

27.05.22

HAVEL & PARTNERS
ÚSPĚCH SPOJUJE

PRAHA | BRNO | BRATISLAVA
PLZEŇ | OLOMOUC | OSTRAVA

Florentinum, recepce A
Na Florenci 2116/15, 110 00 Praha 1, Česká republika
Tel.: +420 255 000 111

Titanium Business Complex
Nové sady 996/25, 602 00 Brno, Česká republika
Tel.: +420 545 423 420

Centrum Zuckermandel
Žižkova 7803/9, 811 02 Bratislava, Slovenská republika
Tel.: +421 232 113 900

Úřad průmyslového vlastnictví
OSOBNĚ
Počet listů 6
Počet svazků 01

UPV202200005396

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ

Antonína Čermáka 2a

Praha 6 – Bubeneč

160 68

doručeno osobně

V Praze dne 27. 5. 2022

Číslo spisu: **O-564321**

Přihlašované označení: **„Lipovská mozaika"**

Přihlašovatel: **Slezské kamenolomy a.s.**, se sídlem Hlavní 4, 790 84 Mikulovice

Zastoupen: **Mgr. Ivanem Rámešem**, advokátem, advokátní kanceláře HAVEL & PARTNERS s.r.o., se sídlem Na Florenci 2116/15, 110 00 Praha 1, zapsaným do seznamu advokátů vedeného ČAK pod evidenčním č. 14792,

Vyjádření k výsledku věcného průzkumu

Přílohy:

- *dle seznamu příloh*
- *CD nosič s elektronicky nahranými přílohami*

HAVEL & PARTNERS s.r.o.
advokátní kancelář

I.

Úvod

Přihlašovatel podal dne 3. června 2020 přihlášku slovní ochranné známky ve znění „Lipovská mozaika" pro tyto výrobky a služby:

(19) kámen, kamenické výrobky, kamenné dlaždice, kamenné obklady, kamenné dlažby, kamenné parapety, kamenné kuchyňské desky, obkladové kuchyňské panely, nástěnné desky, kamenné pomníky, kamenné ornamenty, kamenné desky, opracovaný přírodní kámen, stavební přírodní kámen, kamenina pro stavebnictví, kameninové dlažební kostky a obklady, umělecká díla z kamene; (37) těžba kamene, čištění kamenických prací; (40) drcení kamene, kamenořezba, zpracování přírodního kamene, zakázková výroba z kamenných výrobků do interiérů a exteriérů, zakázková montáž výrobků pro třetí osoby („**Přihláška**").

Přihlašovatel obdržel dne 25. 9. 2020 prostřednictvím svého zástupce výměr Úřadu průmyslového vlastnictví („**Úřad**"), ve kterém mu bylo sděleno, že Přihláška je vyloučena ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách ve znění pozdějších předpisů („**Zákon**"), neboť nemá rozlišovací způsobilost.

Na základě výměru Úřadu podal Přihlašovatel vyjádření k výsledku věcného průzkumu dne 25. 5. 2021, ve kterém uvedl svůj nesouhlas s výsledky průzkumu a předložil Úřadu důkazy k prokázání inherentní rozlišovací způsobilosti Přihlášky. Taktéž předložil důkazy k prokázání získání rozlišovací způsobilosti ve smyslu ustanovení § 5 Zákona.

Dne 27. 9. 2021 obdržel Přihlašovatel prostřednictvím svého zástupce výsledek dalšího věcného průzkumu Úřadu, ve kterém Úřad konstatuje, že předložené důkazy nejsou dostatečné pro prokázání získané rozlišovací způsobilosti. Úřad dále uvádí, že ve výměru ze dne 25. 9. 2020 byly řádně sděleny a popsány důvody shledání Přihlášky nedistinktivní a nadále trvá na požadavku prokázání získané rozlišovací způsobilosti.

Přihlašovatel se závěry Úřadu uvedenými ve výsledku věcného průzkumu **nesouhlasí** a podává Úřadu v prodloužené lhůtě toto

v y j á d ř e n í:

II.

Rozlišovací způsobilost

Jak jsme již uvedli v předchozím vyjádření, Úřad nesprávně vyhodnotil konkrétní podmínky této Přihlášky. Přihlašovatel je jediným možným uživatelem spojení Lipovská mozaika, která se skládá pouze z mramoru vytěženého v lomu Horní Lipová, který patří Přihlašovateli. Toto jsme již tvrdili a prokazovali v předchozím podání.

III.

Získání rozlišovací způsobilosti

I přesto, že se domníváme, že Přihláška má ve spojení s jeho službami a výrobky rozlišovací způsobilost, pro jistotu předkládáme další důkazy ve smyslu ustanovení § 5 Zákona o **užívání přihlášky ve spojení s Přihlašovatelem**.

Jedná se o následující důkazy, které rozlišovací způsobilost prokazují:

(a) Přihlašovatel je společností s již 150letou tradicí a je jediným těžitelem lipovského mramoru v lomu Horní Lipová. Původně lom vlastnila společnost Slezský kámen a.s., kterou v roce 2014 po prohlášení konkurzu koupil Přihlašovatel (Příloha č. 1, 2 a 3). Přihlašovatel v souvislosti se svou činností užívá označení Lipovská mozaika jako jediný subjekt. Přihláška není v České republice běžně užívána jinými subjekty, neboť Přihlašovatel těží v lomu Horní Lipová lipovský mramor, ze kterého se poté vytváří unikátní dlažba pod názvem „Lipovská mozaika". Přihlašovatel je tedy jediným možným uživatelem slovního spojení Lipovská mozaika. Tento název není možné užívat pro mozaiku tvořenou jiným mramorem (Příloha č. 4, 5, 6 a 7). Nikdo jiný na trhu neužívá označení Lipovská mozaika kromě Přihlašovatele.

(b) Přihlašovatel je značným producentem a prodejcem lipovského mramoru, který se užívá k vytvoření Lipovské mozaiky, jak vyplývá z faktur z let 2021 a 2022. V roce 2021 byla dne 31. 3. 2021 vystavena faktura na 299 m² Lipovské mozaiky v ceně Kč, dne 21. 5. 2021 byla vystavena faktura na 272 m² Lipovské mozaiky v ceně Kč, dne 19. 11. 2021 byla vystavena faktura na 288 m² Lipovské mozaiky v ceně Kč. V roce 2022 byla dne 5. 1. 2022 vystavena faktura na 310 m² Lipovské mozaiky v ceně Kč. Celkem se tedy jednalo o 1 185 m² Lipovské mozaiky. Na všech vystavených fakturách je v souvislosti se službami užívána Přihláška ve slovní podobě. Vzhledem ke specifičnosti produktu, kterým je lipovský mramor a z něj tvořená Lipovská mozaika, je předložené množství faktur dostatečné. Nejedná se o výrobek denní spotřeby a nízké ceny, který by byl běžně a na denní bázi nabízen průměrnému spotřebiteli (Příloha č. 8).

(c) Při posuzování faktur a dalších dokladů je třeba vzít v úvahu, že průměrným spotřebitelem v tomto konkrétním případě není běžná veřejnost, a nejedná se o služby a výrobky, které by spotřebitel kupoval běžně a často, jako například potraviny, oblečení nebo drogérie. Jedná se spíše o profesionály z oblasti stavebnictví a také veřejnoprávní korporace. Ač je za nás předložené množství faktur dostatečné, z technických důvodů, které mají svůj původ v těžbě v lomu, je Přihlašovatel schopen dodat více faktur později.

(d) O Přihlašovateli existuje webová stránka na internetové platformě Wikipedie Otevřená encyklopedie s názvem Lipovská mozaika, která zmiňuje základní znaky a vzory Lipovské mozaiky a taktéž mluví o lipovském mramoru (Příloha č. 5). O Přihlašovateli taktéž existuje stránky na internetové platformě Wikiwand s názvem Lipovská mozaika, která taktéž uvádí základní informace, znaky a vzory Lipovské mozaiky a zároveň zmiňuje lipovský mramor (Příloha č. 6)

(e) Přihlašovatel je aktivní na svých sociálních sítích, konkrétně sítích Facebook a LinkedIn, na kterých pravidelně přidává příspěvky zabývající se mozaikami, vzory z mramoru, těžbou mramoru ve svých lomech a mramorem samotným (Příloha č. 9 a 10).

(f) Dne 16. 12. 2021 vyšel na webové stránce deník.cz článek na téma *„Pražská mozaika není jen ta „pražská", chodíme po ní v celé zemi"*, který byl zveřejněn hned v několika krajských denících. Jednalo se o Jindřichohradecký deník, Hradecký deník, Chomutovský deník, Vyškovský deník, Pardubický deník, Jihlavský deník, Orlický deník, Kladenský deník, Slovácký deník a Hodonínský deník (Příloha č. 11). V článcích je výslovně uvedeno, že lipovský mramor, který tvoří Lipovskou mozaiku se těží v lomu Horní Lipová a je těžen Přihlašovatelem.

(g) Dne 24. 11. 2014 vyšel na webových stránkách Praha Neznámá Průvodce po pražských čtvrtích článek s názvem *„Mozaiky na chodnících – znáte jejich názvy?"*. Článek popisuje jednotlivé různé vzorce, které jsou v mozaikách vytvářeny. Článek výslovně uvádí, že všechny uvedené jednotlivé vzorce jsou skládání ze supíkovického a lipovského mramoru (Příloha č. 7).

(h) O využití lipovského mramoru z lomu v Horní Lipové pojednávají například webová stránka na internetové platformě Wikiwand s názvem Ministerstvo dopravy České republiky, kde je popsáno využití lipovského mramoru k architektonickým účelům (Příloha č. 12), na webové stránce oficiálního webu obce Lipová-lázně je uveden Přihlašovatel s odkazem na jeho těžbu lipovského mramoru v dolu Horní Lipová (Příloha č. 3), na webových stránkách BETONserver je Přihlašovatel zmíněn v souvislosti s lipovským mramorem a jeho užitím ve stavebnictví (Příloha č. 2), na webových stránkách MSTC trade company je zmíněn lipovský mramor a také jeho místo těžby v Horní Lipové (Příloha č. 13) a na webové stránce stavebnictvi3000.cz je zveřejněn článek ze dne 20. 2. 2021 s názvem *„Přírodní kámen jako exteriérový stavební prvek"*, který zmiňuje lipovský mramor a jeho užití v mozaikách (Příloha č. 14)

Rozlišovací způsobilost označení, včetně rozlišovací způsobilosti získané užíváním, musí být posuzována v souvislosti s přihlašovanými výrobky nebo službami, především potom s ohledem na předpokládané vnímání označení relevantní veřejností, kterou tvoří průměrní spotřebitelé výrobků nebo služeb, pro něž je požadován zápis. Ti jsou zároveň považováni za běžně informované, přiměřeně pozorné a obezřetné. Relevantní veřejnost tvoří aktuální i případní budoucí příjemci přihlašovaných výrobků nebo služeb, protože je zapotřebí, aby právě ve vztahu k nim bylo přihlašované označení schopné plnit funkci ochranné známky, kterou je identifikace obchodního původu označeného výrobku nebo služby (srov. např. T-378/07 CNH Global v. OHIM (a grise pour un tracteur), body 33, 38 a 41). Při posuzování dokladů je třeba vzít v úvahu, že průměrným spotřebitelem v tomto konkrétním případě není běžná veřejnost, a nejedná se o služby a výrobky, které by spotřebitel kupoval běžně a často.

Důkazní materiály musí nutně prokazovat souvislost mezi přihlašovaným označením a nárokovanými výrobky nebo službami. Zároveň z nich musí být patrná skutečnost, že alespoň významná část spotřebitelské veřejnosti výrobky nebo služby na základě přihlašovaného označení ochranné známky identifikuje jako výrobky nebo služby pocházející z jedinečného obchodního zdroje (srov. např. C-108/97 a C-109/97 Windsurfing Chiemsee, bod 52; T-211/06 Euro-Information v. OHIM (CYBERCREDIT), bod 51). Důkazy předložené Přihlašovatelem tyto podmínky splňují, protože obsahují Přihlášku v souvislosti s Přihlašovatelem.

Doklady je nutno posuzovat jak jednotlivě, tak ve vzájemné souvislosti. Po posouzení všech předložených **dokladů (jak s přechozím vyjádřením, tak s tímto vyjádřením) a konkrétních okolností tohoto případu, charakteru výrobků a služeb a historii Přihlašovatele** je třeba dojít k závěru, že Přihláška, získala rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 5 Zákona. Zainteresovaná veřejnost rozpozná, že výrobky a služby označené Přihláškou pochází od Přihlašovatele.

Důkazy:

- *Příloha č. 1 – HN.cz Od Komárna do Kraslic*
- *Příloha č. 2 - Slezské kamenolomy a.s. - BETON SERVER*
- *Příloha č. 3 - Slezské kamenolomy, a. s. - Lipová-lázně*
- *Příloha č. 4 – Wikipedie, stránka pražská mozaika*

- *Příloha č. 5 - Lipovská mozaika – Wikipedie*
- *Příloha č. 6 – Lipovská mozaika – Wikiwand*
- *Příloha č. 7 – Praha neznámá, mozaiky na chodnících*
- *Příloha č. 8 – Faktury lipovská mozaika, 2021, 2022*
- *Příloha č. 9 – Příspěvky na Facebook související s lipovským mramorem*
- *Příloha č. 10 – Příspěvky na LinkedIn související s lipovským mramorem*
- *Příloha č. 11 – Denik.cz, pražská mozaika není jen ta pražská, články a fotogalerie*
- *Příloha č. 12 - Ministerstvo dopravy České republiky – Wikiwand*
- *Příloha č. 13 - Základní seznámení s horninami - žula, mramor, travertin MSTC s.r.o.*
- *Příloha č. 14 - Přírodní kámen jako exteriérový stavební prvek Stavebnictvi3000.cz*

III.

Shrnutí

Vzhledem k výše uvedenému, zejména pak k posouzení dokladů v jejich vzájemné souvislosti a s přihlédnutím ke všem relevantním okolnostem daného případu, je zřejmé, že **Přihláška se pro Přihlašovatele stala ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám příznačná**.

S ohledem na skutečnosti uvedené v tomto vyjádření a na přiložené důkazy žádáme, aby Úřad pokračoval v zápisném řízení a přihlášku ochranné známky **č. O-564321** pro všechny výrobky a služby **zveřejnil**.

na základě plné moci

Seznam příloh:

- *Příloha č. 1 – HN.cz Od Komárna do Kraslic*
- *Příloha č. 2 - Slezské kamenolomy a.s. - BETON SERVER*
- *Příloha č. 3 - Slezské kamenolomy, a. s. - Lipová-lázně*
- *Příloha č. 4 – Wikipedie, stránka pražská mozaika*
- *Příloha č. 5 - Lipovská mozaika – Wikipedie*
- *Příloha č. 6 – Lipovská mozaika – Wikiwand*
- *Příloha č. 7 – Praha neznámá, mozaiky na chodnících*
- *Příloha č. 8 – Faktury lipovská mozaika, 2021, 2022*
- *Příloha č. 9 – Příspěvky na Facebook související s lipovským mramorem*
- *Příloha č. 10 – Příspěvky na LinkedIn související s lipovským mramorem*
- *Příloha č. 11 – Denik.cz, pražská mozaika není jen ta pražská, články a fotogalerie*
- *Příloha č. 12 - Ministerstvo dopravy České republiky – Wikiwand*
- *Příloha č. 13 - Základní seznámení s horninami - žula, mramor, travertin MSTC s.r.o.*
- *Příloha č. 14 - Přírodní kámen jako exteriérový stavební prvek Stavebnictvi3000.cz*

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-564321
Mgr. IVAN RÁMEŠ, advokát
Na Florenci 2116/15
11000 Praha 1
ID DS: 7hcquf5

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Lipovská mozaika
Číslo spisu: O-564321
Den podání: 03.06.2020
Č. j.: O-564321/D20054123/2020/ÚPV
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 12.5.2023

Rozhodnutí

Úřad průmyslového vlastnictví (dále jen Úřad) podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, **zamítá** přihlášku ochranné známky č. sp. O-564321 ve znění „Lipovská mozaika", podanou přihlašovatelem Slezské kamenolomy a.s., Mikulovice, neboť přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek na základě ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Odůvodnění:

Výměrem Úřadu ze dne 25.09.2020 byl přihlašovateli sdělen výsledek věcného průzkumu s tím, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ve výměru bylo uvedeno, že každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. **Vzhledem k charakteru všech přihlašovaných výrobků a služeb ve třídách: (19) kámen, kamenické výrobky, kamenné dlaždice, kamenné obklady, kamenné dlažby, kamenné parapety, kamenné kuchyňské desky, obkladové kuchyňské panely, nástěnné desky, kamenné pomníky, kamenné ornamenty, kamenné desky, opracovaný přírodní kámen, stavební přírodní kámen, kamenina pro**

stavebnictví, kameninové dlažební kostky a obklady, umělecká díla z kamene; (37) těžba kamene, čištění kamenických prací; (40) drcení kamene, kamenořezba, zpracování přírodního kamene, zakázková výroba z kamenných výrobků do interiérů a exteriérů, zakázková montáž výrobků pro třetí osoby, lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele s širokou veřejností, u které nebude přihlašované označení vnímáno jako neobvyklé, nýbrž spíše jako výraz mající zcela nedistinktivní vztah k výše uvedeným výrobkům a službám.

Při věcném průzkumu výše uvedené přihlášky slovní ochranné známky „Lipovská mozaika", jehož výsledek byl sdělen přihlašovateli výměrem ze dne ze dne 25.09.2020, bylo zjištěno, že přihlašované označení postrádá pro přihlášené výrobky a služby rozlišovací způsobilost.

Složený název přihlašovaného označení „Lipovská mozaika" je tvořen výlučně obecnými výrazy, běžně užívanými v českém jazyce. Z hlediska významu slovního spojení přihlašovaného označení jde o označení, které přímo popisuje přihlášené výrobky a služby. Přídavné jméno „Lipovská" jako zeměpisný údaj, definující původ nebo místo určení výrobků a služeb, je zásadně nedistinktivní, neboť jej mohou používat všichni podnikatelé, poskytující tyto výrobky a služby stejného původu nebo stejného určení. Podstatné jméno „mozaika" přímo označuje druh přihlášených výrobků ve třídě 19 nebo výsledek přihlášených služeb ve třídách 37 a 40.

Přihlášené slovní označení neobsahuje dostatečnou míru neobvyklosti či originality, která by přihlašované výrobky a služby vymezila vůči stejným výrobkům a službám jiných podnikatelských subjektů. Průměrný spotřebitel není schopen bez použití dalších rozlišovacích údajů rozeznat, kdo jej používá pro své výrobky a služby, neboť toto označení jako takové bude relevantním spotřebitelem bezprostředně vnímáno jako informativní sdělení o druhu a předpokládaném původu nebo místě určení poskytovaných výrobků a služeb.

Z tohoto důvodu je označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek, jak je výše uvedeno. Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

K vyjádření a prokázání těchto skutečností byla přihlašovateli poskytnuta lhůta do 25.11.2020, která byla na opakovanou žádost přihlašovatele prodlužována až do 25.05.2021.

Podáním ze dne 25.05.2021 bylo do spisu doručeno vyjádření přihlašovatele spolu s doklady o užívání přihlášeného označení.

Ve vyjádření vyslovil přihlašovatel názor, že Úřad v tomto konkrétním případě nesprávně vyhodnotil okolnosti tohoto případu. Sice souhlasí s tím, že přihláška (zřejmě je míněno přihlašované označení) je tvořena slovními prvky „Lipovská mozaika" bez dalších prvků, nicméně tvrdí, že přihláška není v České republice běžně užívána jinými subjekty. Přihlašovatel těží v lomech lipovský a supíkovický mramor, ze kterých se poté vytváří unikátní dlažba pod názvem „Lipovská mozaika". Tento název není možné užívat pro mozaiku tvořenou jiným mramorem. Domnívá se, že přihláška má pro přihlašovatele dostatečnou rozlišovací způsobilost díky dlouhodobé existenci spojení přihlašovatele s tímto označením.

Přihlašovatel je společností s dlouholetou tradicí a je jediným těžitelem mramoru v lomu Horní Lipové a v Supíkovicích, tedy jediným možným uživatelem slovního spojení „Lipovská

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

mozaika", která se skládá pouze z mramoru vytěženého v lomu v Horní Lipové. Původně lomy vlastnila společnost Slezský kámen a.s., kterou v roce 2014 po prohlášení konkurzu koupil přihlašovatel.

Přihlašovatel se domnívá, že přihláška má ve spojení s ním inherentní rozlišovací způsobilost, současně však přikládá důkazy o užívání přihlášky v souvislosti s výrobky a službami v seznamu takovým způsobem, že přihláška navíc získala rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 5 Zákona a domnívá se, že je třeba dojít k závěru, že přihláška získala rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 5 zákona.

Jako důkazy pro svá tvrzení a jako doklady o získání rozlišovací způsobilosti předkládá několik příloh.

K předloženým názorům zaujal Úřad ve věcném výměru ze dne 27.09.2021 následující stanovisko:

Ve výměru ze dne 25.09.2020 byly řádně sděleny a popsány důvody, pro které bylo přihlášené označení shledáno nedistinktivním.

Úřad k této věci dále konstatoval, že z důvodů právní jistoty musí být průzkum každé přihlášky k zápisu striktní a úplný, aby se předešlo tomu, že ochranné známky budou zapsány neoprávněně. Takový průzkum musí být proveden v každém konkrétním případě. Zápis označení jako ochranné známky totiž závisí na specifických kritériích, použitelných v rámci skutkových okolností projednávaného případu, sloužících k ověření, zda dotčené označení nespadá pod některý důvod pro zamítnutí (viz v tomto smyslu, rozsudek ze dne 12.02.2004, Henkel, C-218/01, bod 62). Úřad musí každou ochrannou známku posoudit individuálně, vždy ve vztahu ke konkrétnímu označení a konkrétnímu seznamu výrobků a služeb, jak bylo učiněno.

Do spisu bylo doručeno několik dokladů, k nimž se Úřad vyjádřil vždy po skupinách, do kterých byly rozčleněny přihlašovatelem:

- Příloha č. 1 — výpis z webové stránky kamen.cz – článek o historii přihlašovatele

- Příloha č. 2 — výpis z wikipedie – výsledek vyhledávání výrazu Lipovská mozaika

- Příloha č. 3 — články z tisku o koupi společnosti Slezský kámen a.s. – článek z Blesku a z portálu Deník.cz

- Příloha č. 4 — výpis ze stránek lázně Lipová

- Příloha č. 5 — objednávky, faktury a nabídky

Na úvod hodnocení dokladů bylo konstatováno, že označení může získat rozlišovací způsobilost pouze dlouhodobým a intenzivním užíváním na výrobcích nebo pro poskytované služby pouze přihlašovatelem. Předložené doklady musí, kromě časového období, dostatečně určit i územní rozsah užívání přihlášeného označení na výrobcích a službách přihlašovatele.

Úřad posoudil předložené doklady jednotlivě i ve vzájemných souvislostech. Výsledek posouzení dokladů je následující:

Doklady v přílohách 1, 2, 3 a 4 neprokazují získání rozlišovací způsobilosti.

K prokázání získané rozlišovací způsobilosti nestačí výstup z webových stránek, výsledek vyhledávání nebo texty z tisku. Je v nich sice zmíněn přihlašovatel (příloha 1, 3, 4) nebo přihlašované označení (příloha 2), avšak vazba mezi nimi nikoliv. Tyto informace nemohou získání rozlišovací způsobilost prokázat, neboť z nich není zřejmý rozsah použití přihlášeného označení na přihlašovaných výrobcích a službách přihlašovatele, rovněž z nich není zřejmá

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

odezva veřejnosti či intenzita známosti výrobků a služeb poskytovaných pod přihlášeným označením.

Příloha č. 5 obsahuje celkem 4 soubory dokladů, všechny doklady jsou z prvního pololetí 2021 pro různé odběratele z ČR i ze zahraničí (Prešov, SR).

V souboru „faktury" je předloženo celkem 12 faktur, vystavených přihlašovatelem, celkem na 4 se vyskytuje přihlášené označení.

V souboru „faktury2" jsou předloženy celkem 3 faktury, vystavené přihlašovatelem, na všech se vyskytuje přihlášené označení.

V souboru „nabídky" je předloženo celkem 18 dokladů o nabídkách, vystavených přihlašovatelem, celkem na 10 se vyskytuje přihlášené označení. Z nabídek však nelze usuzovat na skutečnou realizaci (množství skutečně objednaných výrobků a služeb).

V souboru „objednávky" je předloženo celkem 5 dokladů o nabídkách, vystavených přihlašovatelem, celkem na 2 se vyskytuje přihlášené označení.

Ani doklady v příloze 5 nelze akceptovat jako prokazující získanou rozlišovací způsobilost. Všechny pocházejí z pouze krátkého časového úseku – z prvního pololetí r. 2021. Sice je z nich zřejmé, že přihlašovatel používá pro přihlášené výrobky a služby přihlášené slovní označení a jejich odběrateli jsou subjekty z celé ČR, avšak časový rozsah dokladů je příliš krátký na to, aby bylo možné na jejich základě přiznat získání rozlišovací způsobilosti.

U nedistinktivních označení, která jsou ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám převážně popisná, může Úřad uznat získanou rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, za předpokladu, že přihlašovatel toto označení dlouhodobě používal ve styku se spotřebitelskou veřejností a že toto označení svědčí pouze jemu, tj. pokud se spotřebitel setká s tímto označením, spojí si jej pouze s jeho osobou a jeho výrobky a službami. A tak i označení s nedostatečnou rozlišovací způsobilostí může dlouhodobým, masivním a intenzivním užíváním ve styku se spotřebiteli na trhu rozlišovací způsobilost získat pro výrobky nebo služby konkrétní fyzické či právnické osoby.

Jedná se o doklady o rozsahu a uspokojení spotřebitelských požadavků (objednávky, dodací listy, inzerce v tisku, nabízení zboží na výstavách), z nichž je zřejmé, že výrobky a služby, označené přihlašovaným označením, uváděl na trh pouze přihlašovatel. Doklady pro průkaz získané rozlišovací způsobilosti nelze předem předepisovat, je v zájmu přihlašovatele, aby Úřad o těchto skutečnostech přesvědčil. V těchto dokladech se však musí vyskytovat informace o tom, že se jedná o výrobky a služby, označené přihlašovaným označením, poskytované přihlašovatelem.

Jak vyplývá z výše uvedeného, Úřad setrval na požadavku prokázání získané rozlišovací způsobilosti. K vyjádření a prokázání těchto skutečností byla přihlašovateli poskytnuta lhůta do 27.11.2021.

Na žádosti přihlašovatele byla lhůta k vyjádření a prokázání těchto skutečností celkem třikrát prodloužena o dva měsíce, naposledy do 27.05.2022.

Dne 27.05.2022 se přihlašovatel obsáhle vyjádřil k výměru Úřadu ze dne 27.09.2021, přičemž ve svém vyjádření opět popisuje již v předchozím vyjádření zmíněné skutečnosti týkající se těžby v koupeném lomu Horní Lipová jeho firmou (tvrdí, že je jediným možným uživatelem spojení Lipovská mozaika, která se skládá pouze z mramoru vytěženého v lomu Horní Lipová, který patří přihlašovateli), dále uvádí, že je značným producentem lipovského mramoru, ze kterého se vytváří „Lipovská mozaika", jak vyplývá z faktur z let 2021 a 2022, celkem se jednalo o 1185 m2. **Při posuzování faktur je podle vyjádření přihlašovatele**

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

třeba vzít v úvahu, že spotřebitelem není běžná veřejnost, ale profesionálové. Také se přihlašovatel odkazuje na webové stránky, sociální sítě Facebook a Linkedln, na kterých dává příspěvky o mozaikách, těžbě mramoru atd. Dále se odvolává na článek ze dne 24.11.2021 s názvem „mozaiky na chodnících – znáte jejich názvy, dále pak na články z příloh č. 11, 12, 13 a 14 (celkem 14 příloh).

Na základě předložených důkazních materiálů přihlašovatel požaduje zápis přihlašovaného označení do rejstříku.

Zaslané důkazní materiály obsahují:

1) Článek - od Komárna do Kraslic, podnikatel Staněk vybudoval miliardovou skupinu a nyní zachraňuje i značku Amati.
2) Slezské kamenolomy a.s. – náhled webové stránky.
3) Lipová-lázně – náhled oficiálního webu obce.
4) Wikipedie – heslo „Pražská mozaika".
5) Wikipedie – heslo „Lipovská mozaika".
6) Wikiwand – článek o Lipovské mozaice.
7) Článek Praha neznámá, mozaiky na chodnících.
8) Faktury z let 2021 a 2022.
9) Příspěvky na Facebook Slezské kamenolomy a.s.
10) Příspěvky na LinkedIn - Slezské kamenolomy.
11) Deník cz – pražská mozaika není jen ta pražská, články a fotogalerie.
12) heslo z Wikiwand o Ministerstvo dopravy České republiky.
13) článek - Základní seznámení s horninami - žula, mramor, travertin MSTC s.r.o.
14) článek, Stavebnictví3000.cz - přírodní kámen jako exteriérový stavební prvek.

Rozhodnutí se opírá o následující důvody.

Podle § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., v platném znění, není-li přihlašované označení způsobilé zápisu podle § 4, Úřad přihlášku zamítne. Není-li přihlašované označení způsobilé zápisu jen pro část výrobků či služeb, Úřad přihlášku zamítne v tomto rozsahu.

Podle § 4 písm. b) citovaného zákona se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Podle § 5 téhož zákona může být označení uvedené v § 4 písm. b) až d) zapsáno do rejstříku, pokud přihlašovatel prokáže, že takové označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům nebo službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost.

Úřad přezkoumal vyjádření přihlašovatele i veškeré předložené doklady, které jsou součástí spisu, ve vzájemných souvislostech a došel k následujícím závěrům:

Označení „Lipovská mozaika" bylo přihlášeno pro následující seznam výrobků a služeb: (19) kámen, kamenické výrobky, kamenné dlaždice, kamenné obklady, kamenné dlažby, kamenné parapety, kamenné kuchyňské desky, obkladové kuchyňské panely, nástěnné desky, kamenné pomníky, kamenné ornamenty, kamenné desky, opracovaný přírodní kámen, stavební přírodní kámen, kamenina pro stavebnictví, kameninové dlažební kostky a obklady, umělecká díla z kamene; (37) těžba kamene, čištění kamenických prací; (40) drcení kamene,

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

kamenořezba, zpracování přírodního kamene, zakázková výroba z kamenných výrobků do interiérů a exteriérů, zakázková montáž výrobků pro třetí osoby.

Jak již bylo uvedeno výše, složený název přihlašovaného označení „Lipovská mozaika" je tvořen výlučně obecnými výrazy, běžně užívanými v českém jazyce. Z hlediska významu slovního spojení přihlašovaného označení jde o označení, které přímo popisuje přihlášené výrobky a služby. Přídavné jméno „Lipovská" jako zeměpisný údaj, definující původ nebo místo určení výrobků a služeb, je zásadně nedistinktivní, neboť jej mohou používat všichni podnikatelé, poskytující tyto výrobky a služby stejného původu nebo stejného určení. Podstatné jméno „mozaika" přímo označuje druh přihlášených výrobků ve třídě 19 nebo výsledek přihlášených služeb ve třídách 37 a 40.

V této souvislosti Úřad podotýká k tvrzení přihlašovatele, že „je jediným možným uživatelem spojení Lipovská mozaika, která se skládá pouze z mramoru vytěženého v lomu Horní Lipová, který patří přihlašovateli" (z čehož přihlašovatel zřejmě dovozuje, že označení má rozlišovací způsobilost per se), že tato skutečnost nemá na otázku inherentní rozlišovací způsobilosti žádný vliv.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které je posuzované označení přihlášeno, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb.

Úřad ve sdělení o výsledku věcného průzkumu definoval průměrného spotřebitele jako běžnou veřejnost. **Podle vyjádření přihlašovatele třeba vzít v úvahu, že spotřebitelem není běžná veřejnost, ale profesionálové.** V reakci na to Úřad uvádí, že to lze v podstatě připustit u služeb „těžba kamene" ve třídě 37 a „drcení kamene" ve třídě 40, avšak pro ostatní služby uvedené ve třídách 37 a 40 a pro výrobky ve třídě 19 platí vymezení průměrného spotřebitele jako široké veřejnosti, neboť tyto výrobky a služby nejsou určeny převážně jen profesionálům, ale i koncovým spotřebitelům, kteří dané materiály použijí např. na vlastním pozemku. Např. službu spočívající ve zpracování přírodního kamene zcela běžně vyhledá i běžný spotřebitel, který na zakázku zpracovaný přírodní kámen využije např. jako stavební materiál, dekorativní prvek nebo náhrobek. V této souvislosti Úřad podotýká, že není rozhodné, kdo jsou konkrétní odběratelé výrobků a služeb přihlašovatele, tedy skutečnost, že přihlašovatel dodává převážně profesionálům, nemá přímý vliv na vymezení průměrného spotřebitele, neboť ten se určuje ve vztahu k seznamu výrobků a služeb, pro který bylo označení přihlášeno. Úřad ovšem bere v úvahu, že se nejedná o běžné spotřební zboží a s ním spojené služby, ale o výrobky a služby, jejichž cena je řádově vyšší, a přímo úměrná tomu bude tedy pozornost průměrných spotřebitelů.

Důkazní materiály předložené v podání ze dne 27.05.2022 Úřad zhodnotil následujícím způsobem.

Ad 1) Článek publikovaný 29.11.2021 na serveru hn.cz, pojednává o podnikateli Romanu Staňkovi, kterému se podařilo získat společnost Slezský kámen působící na Jesenicku. Do společnosti musel během prvních čtyř let nainvestovat 150 milionů korun na nákup nové techniky, dnes (v době vydání článku) společnost vlastní jedenáct kamenolomů, z toho sedm je v provozu. Pracuje v ní 130 zaměstnanců a zisk před zdaněním a odpisy má přes třicet milionů ročně. V článku není zmíněno přihlašované označení. Není tedy ani zřejmé, jaká část

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

zisku je generována v souvislosti s výrobky či službami poskytovanými pod přihlašovaným označením.

Ad 2) Předložený náhled obsahu webové stránky obsahuje informace o společnosti Slezské kamenolomy a.s., zmiňuje mj. Supíkovický a Lipovský mramor jakožto sortiment, který je touto společností nabízen. Přihlašované označení zde není zmíněno.

Ad 3) Předložený náhled obsahu oficiálního webu obce Lipová-Lázně z 24.5.2022 obsahuje informaci o společnosti Slezské kamenolomy, a. s., přičemž se uvádí, že v lomu na Mramorovém vrchu v Horní Lipové se těží Lipovský mramor tmavý. Střídání tmavších a světlejších poloh tvoří v řezu zajímavou kresbu a činí z něj velmi oblíbený dekorační kámen. Není zde zmínka o přihlašovaném označení

Ad 4) Informace z internetové encyklopedie Wikipedie (nedatováno, pouze uvedeno, že stránka byla naposledy editována 1.4.2022) uvedené pod heslem „Pražská mozaika" pojednává o pražské mozaice a mramoru supíkovickém a lipovském, a to bez vztahu k přihlašovateli. Přihlašované označení je zde zmíněno pouze v té souvislosti, že Lipovská mozaika obsahuje pouze lipovský mramor, tedy černý kámen, který se nazývá podle Lomu Horní Lipová, ve kterém se těží.

Ad 5) Informace z internetové encyklopedie Wikipedie z 24.5.2022 uvedené pod heslem **„Lipovská mozaika"** uvádí, že je to dlažba, která obsahuje pouze tmavý lipovský mramor, který se nazývá podle Lomu Horní Lipová, kde se těží. Na rozdíl od pražské mozaiky, kde se střídají dva až tři kameny včetně lipovského mramoru, je tato mozaika opravdu tvořena jediným mramorem. Dále je zde uvedeno, že **lom Horní Lipová má ve svém portfoliu společnost Slezské kamenolomy, která lipovský mramor těží a dále zpracovává**.

Ad 6) Informace z internetové encyklopedie Wikiwand z 24.5.2022 uvedené pod heslem **„Lipovská mozaika"** uvádí, že tato mozaika obsahuje lipovský mramor, který pochází z Lomu Horní Lipová. Je zde zmíněno, že Lipovská mozaika se používá na chodnících, silnicích a náměstích po celé zemi a že **Lom Horní Lipová má ve svém portfoliu společnost Slezské kamenolomy, která lipovský mramor těží a dále zpracovává.**

Ad 7) Článek Praha neznámá (zřejmě publikovaný roku 2014) – jsou zde vyobrazeny mozaiky na pražských ulicích a chodnících, bez přímého vztahu k přihlašovateli. Článek zmiňuje historii mozaikové dlažby v Praze a uvádí, že v současné době se v pražské mozaice používá mj. tmavý mramor z Lomu Horní Lipová (lipovský). Přihlašované označení zde není uvedeno.

Ad 8) Celkem 4 faktury doplněné dodacími listy – všechny tyto faktury jsou vydané přihlašovatelem, odběratelem je vždy společnost DAP, a.s., Praha - z toho 3 faktury vydané v roce 2021, 1 faktura vydaná v lednu roku 2022. Fakturován je (mj.) výrobek označený jako **lipovská mozaika 6x6x4** (celkem v hodnotě cca 1 600 tis. Kč).

Ad 9) Příspěvky na Facebook Slezské kamenolomy a.s. (z roku 2021) – obsahují zmínku o článku z Hospodářských novin o tom, jak Roman Staněk zachránil Slezské kamenolomy, dále zmínku o lipovském mramoru, neobsahují přihlašované označení.

Ad 10) Příspěvky na LinkedIn - Slezské kamenolomy a.s. (z roku 2022) – uvádí 88 sledujících – obsahují zmínku o lipovské mozaice, přihlašované označení zde však není uvedeno v podobě, jak je přihlašováno („Kamenné kostky do Pražské mozaiky. A nejen do

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Prahy. Mozaika nebo chcete-li chodníková dlažby je dnes po celé naší zemi. Známé jsou také jednodruhové mozaiky: lipovská a supíkovická."..."Tzv. kočičí hlavy aneb krychle mramoru do dlažby, po které chodíte v Praze, Kopřivnici, Olomouci nebo taky v Ostravě. Jsou součástí pražské, supíkovické a lipovské mozaiky.")

Ad 11) Deník.cz – pražská mozaika není jen ta pražská, články a fotogalerie - článek z 16.12.2021 se zmiňuje o lipovském mramoru z Lomu Horní Lipová a Pražské mozaice, že není jen ta „pražská", chodíme po ní v celé zemi. Na pražskou mozaiku se dnes používá lipovský a supíkovický mramor. Článek obsahuje zmínku, že lomy, v nichž se lipovský a supíkovický mramor těží, patří společnosti Slezské kamenolomy (tedy přihlašovateli).

Ad 12) heslo z Wikiwand - Ministerstvo dopravy České republiky – obsahuje obecné informace o ministerstvu, mj. zmínku o použití lipovského mramoru v části dlažeb v okolí ministerstva, bez přímé spojitosti s přihlašovatelem.

Ad 13) článek - Základní seznámení s horninami - žula, mramor, travertin MSTC s.r.o. – zmíněn je mj. lipovský mramor, který má tmavou a světlou barvu a vyskytuje se v oblasti Horní Lipové. Přihlašovatel ani přihlašované označení zde zmíněno není.

Ad 14) článek ze Stavebnictví3000.cz z 20.2.2021 - Přírodní kámen jako exteriérový stavební prvek. Článek obsahuje obecné informace na dané téma, mj. i zmínku o mramoru těženém u obce Lipová-lázně, avšak bez spojení s přihlašovatelem a přihlašovaným označením.

Pro přehlednost zde Úřad uvádí důkazní materiály, které obdržel dne 25.05.2021 a zhodnotil je již výše (viz str. 3-4 tohoto rozhodnutí)

- Výpis z webové stránky kamen.cz – článek o historii přihlašovatele
- Výpis z Wikipedie – výsledek vyhledávání výrazu Lipovská mozaika
- Články z tisku o koupi společnosti Slezský kámen a.s. – článek z Blesku a z portálu Deník.cz
- Výpis ze stránek lázně Lipová
- Objednávky, faktury a nabídky - tento soubor obsahuje celkem 4 soubory dokladů, všechny doklady jsou z prvního pololetí 2021 pro různé odběratele z ČR i ze zahraničí (Prešov, SR). V souboru „faktury" je předloženo celkem 12 faktur, vystavených přihlašovatelem, celkem na 4 se vyskytuje přihlášené označení. V souboru „faktury2" jsou předloženy celkem 3 faktury, vystavené přihlašovatelem, na všech se vyskytuje přihlášené označení. V souboru „nabídky" je předloženo celkem 18 dokladů o nabídkách, vystavených přihlašovatelem, celkem na 10 se vyskytuje přihlášené označení. Z nabídek však nelze usuzovat na skutečnou realizaci (množství skutečně objednaných výrobků a služeb. V souboru „objednávky" je předloženo celkem 5 dokladů o nabídkách, vystavených přihlašovatelem, celkem na 2 se vyskytuje přihlášené označení.

Po pečlivém zhodnocení všech předložených důkazních materiálů (doručených Úřadu dne 25.05.2021 a 27.05.2022) v jejich vzájemné souvislosti Úřad konstatuje, že **důkazní materiály se převážně vztahují k velmi krátkému období (rok 2021 a část roku 2022)** a neprokazují souvislost přihlašovaného označení se všemi konkrétními nárokovanými výrobky a službami. Z dokladů je zřejmé, že **přihlašovatel pod označením „lipovská mozaika" dodává na trh pouze kamenné dlažby.** Přihlašovatel nepředložil důkazy, které by mohly

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

svědčit např. o mimořádně intenzivní reklamní kampani, díky které by přihlašované označení v souvislosti s výrobky a službami přihlašovatele mohlo vstoupit do povědomí spotřebitelské veřejnosti za takto krátké období.

Předložené důkazní materiály dále neprokazují dostatečný podíl přihlašovaného označení na trhu a dostatečnou intenzitu jeho užívání. Není zřejmý podíl zainteresované veřejnosti, která na základě předmětného označení rozpozná, že nárokované výrobky a služby pochází z určitého podniku, tedy z podniku přihlašovatele. Objem prodejů výrobku „lipovská mozaika", který je patrný z předložených faktur a dodacích listů, není natolik vysoký, aby bylo možno bez dalšího dovodit, že se toto označení vrylo do podvědomí podstatné části spotřebitelské veřejnosti v souvislosti s výrobky (či službami) přihlašovatele a to, přestože Úřad bere v úvahu, že se nejedná o běžné spotřební zboží, ale o výrobek, jehož cena je řádově vyšší. Počet sledujících na sociální síti LinkedIn, který lze seznat z dokladu č. 10 (tj. 88), nesvědčí o tom, že by profil přihlašovatele sledovala významná část spotřebitelské veřejnosti (z předloženého výtisku ze sociální sítě Facebook – doklad č. 9 - nelze počet sledujících seznat). Převážná část předložených novinových článků a dalších textových materiálů přihlašované označení vůbec nezmiňuje. Pokud v některém z uvedených materiálů zmíněno je, neobjevuje se zde v pozici ochranné známky, ale jako běžné označení druhu výrobku pocházejícího z určité oblasti, tedy mozaiky z (mramoru) z Lomu Horní Lipová. Dále je také nutno uvést, že je sice zřejmé, že přihlašovatel vlastní Lom Horní Lipová a produkuje materiál, tj. lipovský mramor, ze kterého se pak skládá vzor „Lipovské mozaiky", ale tu nepokládá a nesestavuje na vybraných místech přihlašovatel, ale odlišné podnikatelské subjekty, mezi nimiž je např. podle předložených faktur, hlavním odběratelem firma DAP. a.s. To, že přihlašovatel vlastní (koupil po zkrachovalé společnosti) Lom Horní Lipová, v němž těží mramor, který zpracovává do tvaru kostek (pouze polotovar), ještě neznamená, že si může dělat výhradní nárok na „Lipovskou mozaiku", která je známá a byla realizovaná (skládaná) mnoho let před převzetím Lomu Horní Lipová přihlašovatelem. Tvrzení přihlašovatele, že je „jediným možným uživatelem spojení Lipovská mozaika, která se skládá pouze z mramoru vytěženého v lomu Horní Lipová, který patří přihlašovateli" pouze ilustruje fakt, že přihlašovatel zaměňuje vlastnické právo k lomu Horní Lipová, resp. právo těžby z tohoto lomu, s právem k výlučnému užívání přihlašovaného označení.

Z výše uvedených důvodů je označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek.

S přihlédnutím k výše uvedeným skutečnostem a ke skutečnostem uvedeným ve výměrech Úřadu ze dne ze dne 25.09.2020 a 27.09.2021, Úřad konstatuje, že přihlašovatel neprokázal získání rozlišovací způsobilosti přihlášeného označení pro nárokované výrobky a služby. Přihlašované označení nesplňuje podmínky zápisu do rejstříku ochranných známek, a proto bylo nutno rozhodnout, jak je výše uvedeno.

Poučení:

Podle ustanovení § 42 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, lze proti tomuto rozhodnutí podat u Úřadu ve lhůtě jednoho měsíce ode dne jeho doručení rozklad. O rozkladu rozhoduje předseda Úřadu. Včas podaný rozklad má odkladný účinek. Lhůtu k podání rozkladu nelze prodloužit a její zmeškání nelze prominout. Podle zákona č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, se za přijetí rozkladu platí správní poplatek ve výši 1 000 Kč, který je splatný ve lhůtě pro podání rozkladu. Není-li poplatek zaplacen ve lhůtě splatnosti, považuje se rozklad za nepodaný.

90023 - Rozhodnutí o zamítnutí přihlášky OZ

Věcné odůvodnění rozkladu musí být Úřadu předloženo ve lhůtě jednoho měsíce ode dne podání rozkladu. Lhůtu k podání odůvodnění rozkladu nelze prodloužit a její zmeškání nelze prominout.

vedoucí oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-564321
Mgr. IVAN RÁMEŠ, advokát
Na Florenci 2116/15
11000 Praha 1
ID DS: 7hcquf5

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Lipovská mozaika
Číslo spisu: O-564321
Den podání: 03.06.2020
Č. j.: O-564321/D20054123/2020/ÚPV
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 22.05.2024

Rozhodnutí

Úřad průmyslového vlastnictví (dále jen Úřad) dle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, **zamítá** přihlášku ochranné známky č. sp. O-564321 ve znění „Lipovská mozaika", podanou přihlašovatelem Slezské kamenolomy a.s., Mikulovice, pro následující výrobky a služby: *(19) kámen, kamenické výrobky, kamenné dlaždice, kamenné obklady, kamenné parapety, kamenné kuchyňské desky, obkladové kuchyňské panely, nástěnné desky, kamenné pomníky, kamenné ornamenty, kamenné desky, opracovaný přírodní kámen, stavební přírodní kámen, kamenina pro stavebnictví, kameninové obklady, umělecká díla z kamene; (37) těžba kamene, čištění kamenických prací; (40) drcení kamene, kamenořezba, zpracování přírodního kamene, zakázková výroba z kamenných výrobků do interiérů a exteriérů, zakázková montáž výrobků pro třetí osoby*, neboť přihlašované označení je pro tyto výrobky a služby vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek na základě ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Řízení o přihlášce ochranné známky bude pokračovat pro následující seznam výrobků a služeb: *(19) kamenné dlažby, kameninové dlažební kostky.*

Odůvodnění:

Dne 03.06.2020 byla podána přihláška slovní ochranné známky ve znění „Lipovská mozaika" pro seznam výrobků a služeb, který byl následně upřesněn do této podoby: *(19) kámen, kamenické výrobky, kamenné dlaždice, kamenné obklady, kamenné dlažby, kamenné parapety,*

kamenné kuchyňské desky, obkladové kuchyňské panely, nástěnné desky, kamenné pomníky, kamenné ornamenty, kamenné desky, opracovaný přírodní kámen, stavební přírodní kámen, kamenina pro stavebnictví, kameninové dlažební kostky a obklady, umělecká díla z kamene; (37) těžba kamene, čištění kamenických prací; (40) drcení kamene, kamenořezba, zpracování přírodního kamene, zakázková výroba z kamenných výrobků do interiérů a exteriérů, zakázková montáž výrobků pro třetí osoby.

Přihlašovateli bylo opakovaně sděleno, že označení je vyloučeno ze zápisu dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, neboť ve vztahu k výrobkům a službám, pro které bylo přihlášeno, postrádá inherentní rozlišovací způsobilost. Přihlašovatel byl opakovaně vyzván k předložení důkazů ve smyslu ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., podle kterého může být označení uvedené v § 4 písm. b) až d) zapsáno do rejstříku, pokud přihlašovatel prokáže, že takové označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům nebo službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost.

Rozhodnutím ze dne 12.05.2023 byla přihláška ochranné známky „Lipovská mozaika" zamítnuta dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb. V rozhodnutí bylo konstatováno, že složený název přihlašovaného označení „Lipovská mozaika" je tvořen výlučně obecnými výrazy, běžně užívanými v českém jazyce. Z hlediska významu slovního spojení přihlašovaného označení jde o označení, které přímo popisuje přihlášené výrobky a služby. Přídavné jméno „Lipovská" jako zeměpisný údaj, definující původ nebo místo určení výrobků a služeb, je zásadně nedistinktivní, neboť jej mohou používat všichni podnikatelé, poskytující tyto výrobky a služby stejného původu nebo stejného určení. Podstatné jméno „mozaika" přímo označuje druh přihlášených výrobků ve třídě 19 nebo výsledek přihlášených služeb ve třídách 37 a 40. Úřad se vyjádřil k jednotlivým tvrzením přihlašovatele, posoudil všechny předložené důkazy a konstatoval, že přihlašovatel neprokázal získání rozlišovací způsobilosti přihlášeného označení pro nárokované výrobky a služby.

Proti rozhodnutí podal přihlašovatel, dne 19.06.2023, rozklad, který byl věcně odůvodněn dne 18.07.2023. Součástí odůvodnění rozkladu byly další doklady pro prokázání nabytí rozlišovací způsobilosti označení.

Dne 23.11.2023 bylo vydáno rozhodnutí o rozkladu, kterým bylo napadené rozhodnutí zrušeno a věc vrácena orgánu prvého stupně k novému projednání. V odůvodnění rozhodnutí o rozkladu se odvolací orgán ztotožnil se závěrem orgánu prvého stupně stran nedostatku inherentní distinktivity přihlašovaného označení s výhradou částečné korekce týkající se přímé popisnosti výrazu „mozaika" ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám. Dále bylo konstatováno, že z napadeného rozhodnutí je zřejmé, že se orgán prvého stupně všemi důkazy předloženými do řízení před tímto orgánem důkladně zabýval a své závěry o neprokázání získané rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení řádně a srozumitelně zdůvodnil. Avšak vzhledem k tomu, že přihlašovatel do řízení před odvolacím orgánem s odůvodněním rozkladu předložil soubor dalších důkazů v podobě značného množství faktur a dodacích listů jím vydaných od roku 2021 po současnost, kterými měl v úmyslu prokázat získaní rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení ve smyslu § 5 zákona č. 441/2003

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Sb., dospěl odvolací orgán k závěru, že věc je nutno vrátit orgánu prvého stupně k novému projednání a posouzení všech předložených dokladů jednotlivě i ve vzájemných souvislostech.

Níže orgán prvého stupně cituje část odůvodnění rozhodnutí o rozkladu, v němž je vyjádřen právní názor odvolacího orgánu, jímž je orgán prvého stupně vázán:

Odvolací orgán považuje za nutné zdůraznit, že vedle obecného požadavku na přezkum zákonnosti napadeného rozhodnutí ve smyslu § 89 odst. 2 zákona č. 500/2004 Sb. je tento přezkum veden s akcentem na obsah uplatněných rozkladových námitek.

Přihlašovatel v rozkladu tvrdí, že napadené rozhodnutí považuje za věcně nesprávné a vydané v rozporu se zákonem č. 441/2003 Sb. Z obsahu rozkladu je ovšem patrné, že jeho stěžejní výtky a související argumentace se týkají jen jeho věcné nesprávnosti. Přihlašovatel je přesvědčen o dostatečné inherentní rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení. Domnívá se, že označení disponuje i tzv. získanou rozlišovací způsobilostí nabytou užíváním v obchodním styku. Své tvrzení o nezákonnosti napadeného rozhodnutí nijak nezdůvodňuje ani nedokládá. Odvolací orgán přezkoumal zákonnost napadeného rozhodnutí a řízení, které jeho vydání předcházelo, z úřední povinnosti (viz § 89 odst. 2 věta první zákona č. 500/2004 Sb.), přičemž nesoulad s příslušnými právními předpisy neshledal. V další části tohoto rozhodnutí se tudíž bude zabývat pouze tvrzenou věcnou nesprávností napadeného rozhodnutí v kontextu uplatněných rozkladových námitek.

Přihlašovatel v rozkladu vyjádřil nesouhlas se závěrem orgánu prvého stupně o nedostatku inherentní distinktivity přihlašovaného označení, s vymezením průměrného spotřebitele a neprokázáním získané rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení.

Odvolací orgán přezkoumá správnost napadeného rozhodnutí, pokud jde o posouzení inherentní rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení podle § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb. provedené orgánem prvého stupně, v kontextu uplatněných rozkladových námitek.

Přihlašovatel konkrétně brojí proti tvrzení orgánu prvého stupně, že přihlašované označení přímo popisuje nárokované výrobky a služby. Z označení není podle přihlašovatele jednoznačné, o jaké obecné výrobky a služby se jedná a jaké mají vlastnosti. Výraz „mozaika" je dle Slovníku cizích slov, dostupného na internetu, „útvar sestavený z malých částí". Spojením slovních prvků „Lipovská mozaika" v přihlašovaném označení tedy rozhodně nedochází k přímému popisu nárokovaných výrobků a služeb, neboť slovo „mozaika" se v jejich seznamu nenachází. Spotřebitel musí vyvinout určité duševní úsilí, aby si poselství z tohoto označení racionálně vyhodnotil.
Přihlašované označení dle něj disponuje dostatečnou inherentní rozlišovací způsobilostí v souvislosti se všemi nárokovanými výrobky a službami. Spotřebitel z přihlašovaného označení nenabude dojmu, že se jedná o popis produktů, ale naopak si je jednoznačně spojí s přihlašovatelem a bez problémů určí jejich zdroj.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Orgán prvého stupně setrval na svém zjištění z průzkumového řízení. Uvedl, že přihlašované označení je tvořeno výlučně obecnými, běžně užívanými výrazy českého jazyka. Z hlediska významu jde o označení, které přímo popisuje přihlašované výrobky a služby. Přídavné jméno „Lipovská" jako zeměpisný údaj, definující původ nebo místo určení výrobků a služeb, je zásadně nedistinktivní, neboť jej mohou užívat všichni podnikatelé poskytující tyto produkty stejného původu či určení. Podstatné jméno „mozaika" přímo označuje druh výrobků přihlašovaných ve třídě 19 nebo výsledek služeb přihlašovaných ve třídách 37 a 40 mezinárodního třídění výrobků a služeb. Průměrný spotřebitel nebude schopen bez použití dalších rozlišovacích údajů rozeznat, který subjekt přihlašované označení užívá pro své výrobky a služby, neboť jej bude bezprostředně vnímat jako informativní sdělení o druhu a předpokládaném původu nebo místě určení poskytovaných produktů.
K tvrzení přihlašovatele o tom, že je jediným možným uživatelem slovního spojení „Lipovská mozaika", protože tato se skládá výlučně z mramoru vytěženého v lomu Horní Lipová vlastněného přihlašovatelem, orgán prvého stupně uvedl, že tato skutečnost nemá na otázku inherentní rozlišovací způsobilosti žádný vliv a pouze ilustruje fakt, že přihlašovatel zaměňuje vlastnictví tohoto lomu, resp. právo těžby z něj, s oprávněním výlučně užívat přihlašované označení.
Orgán prvého stupně s ohledem na výše uvedené uzavřel, že označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku podle § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb. vzhledem k absenci jeho inherentní rozlišovací způsobilosti.

Odvolací orgán se ztotožňuje se závěrem orgánu prvého stupně stran nedostatku inherentní distinktivity přihlašovaného označení, s výhradou částečné korekce týkající se jím konstatované přímé popisnosti výrazu „mozaika" ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám.
Podle odvolacího orgánu lze toto slovo chápat jako obraz či útvar složený z malých částí. Tento výraz tedy není možné bez dalšího považovat ve vztahu k nárokovaným produktům za přímo popisný. Přihlašované označení je však pro účely zhodnocení jeho rozlišovací způsobilosti nutné posuzovat především jako celek. Z tohoto pohledu je podle odvolacího orgánu vazba mezi přihlašovaným označením a nárokovanými výrobky a službami natolik přímá a jednoznačná (viz níže), že spotřebitel si po setkání s ním utvoří bezprostřední představu o tom, jak bude konkrétní výrobek dodaný přihlašovatelem vypadat, resp. jaký bude předmět spotřebitelem poptané služby, a sice, že půjde o produkt specifického vzhledu se vztahem k obci mající ve svém názvu slovo „Lipová", mozaikovitě uspořádaný z tmavého kamene (mramoru), resp. o činnost s ním spojenou.
Podle odvolacího orgánu lze nedostatek inherentní distinktivity přihlašovaného označení konstatovat ve vztahu ke všem výrobkům přihlašovaným ve třídě 19 mezinárodního třídění výrobků a služeb, protože se jedná o výrobky se shodným či podobným určením. Všechny tyto výrobky najdou využití především v oblasti stavebnictví, přičemž nemusí být uplatněny výlučně jako stavební materiál, ale podle okolností mohou plnit i funkci dekorační, uměleckou, nebo naopak ryze praktickou. Pokud by byly prodávány pod přihlašovaným označením, průměrný spotřebitel si s ohledem na jeho význam bezprostředně vytvoří představu o tom, jakého vzhledu a povahy takové výrobky budou, tedy že se bude jednat o produkty specifického vzezření se vztahem k obci mající v názvu slovo „Lipová",

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

mozaikovitě uspořádané z kamene (mramoru) tmavé barvy. Označení tak může vnímat jako informativní údaj o druhu či vlastnostech výrobku poukazujících například na jeho původ, tradiční místo výskytu či podobu, nikoli však jako unikátní ochrannou známku příslušející přihlašovateli.

Podobný závěr lze dovodit ve vztahu ke všem službám přihlašovaným ve třídách 37 a 40 mezinárodního třídění výrobků a služeb. Jejich předmětem jsou činnosti zahrnující těžbu či různé způsoby zpracování kamene, od jeho drcení a řezby až po zakázkovou výrobu a montáž kamenných výrobků do interiérů i exteriérů. Tyto služby budou poptávat jak profesionálové v oboru, například stavební společnosti, tak i koncoví spotřebitelé mající zájem kupříkladu o zhotovení a instalaci zajímavého kamenného prvku. Pokud by tyto služby byly poskytovány pod přihlašovaným označením, pak vzhledem k jeho obsahu si spotřebitel předmětné činnosti spojí s mozaikovitě uspořádaným tmavým kamenem (mramorem). V některých případech (zejména pokud jde o služby zakázkové výroby či montáže) bude očekávat dodání produktu výše popsaného vzhledu, vztahujícího se k obci mající v názvu slovo „Lipová", s tmavým dekorem. Mezi těmito službami a přihlašovaným označením tedy existuje dostatečně přímé a jasné spojení, které spotřebitelská veřejnost s ohledem na význam označení bude způsobilá rozpoznat.

Vzhledem k tomu, že slovní spojení „lipovská mozaika" lze považovat za označení určitého typu dlažby tvořené kamenem (mramorem) tmavé barvy, je podle odvolacího orgánu zřejmé, že průměrný spotřebitel si po setkání s tímto označením vybaví právě tuto dlažbu nebo její vzhled, kterou si spojí s obcí mající ve svém názvu slovo „Lipová" jako místem jejího častého výskytu či původu, resp. vybaví si kamenické výrobky tvořené mozaikovitě uspořádaným tmavým kamenem (mramorem) nebo činnost s nimi spojenou. Nebude jej vnímat jako ochrannou známku příslušející přihlašovateli, tedy jako označení identifikující konkrétní obchodní zdroj produktu jím poskytovaného, a to bez ohledu na skutečnost, že přihlašovatel je v současné době údajně jediným subjektem, který specifický druh mramoru, z něhož se tzv. lipovská mozaika skládá, v příslušném lomu těží. Tato okolnost je pro účely posuzování inherentní rozlišovací způsobilosti nerozhodná, jak správně uvedl orgán prvého stupně.

Přihlašované označení jako celek tak ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám skutečně postrádá inherentní distinktivitu. Závěr orgánu prvého stupně o jeho vyloučení ze zápisu do rejstříku na základě § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb. odvolací orgán považuje za správně zjištěný a logicky odůvodněný (s výhradou části týkající se přímé popisnosti výrazu „mozaika" ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám, jež však neměla vliv na celkovou správnost a zákonnost napadeného rozhodnutí).

Příslušnou rozkladovou námitku proto posoudil jako nedůvodnou.

Odvolací orgán přezkoumá správnost napadeného rozhodnutí, pokud jde o vymezení průměrného spotřebitele provedené orgánem prvého stupně, v kontextu uplatněných rozkladových námitek.

Přihlašovatel na stranách 3 a 4 odůvodnění rozkladu uvádí, že orgán prvého stupně nevzal při posuzování dokladů předložených za účelem prokázání získané rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení v úvahu, že průměrným spotřebitelem je v tomto případě odborná

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

veřejnost. Přihlašované výrobky a služby se nakupují jednou za desítky let, přičemž vzhledem k jejich ceně trvá rozhodnutí o koupi delší dobu. Nelze opomenout ani fakt, že relevantní veřejnost, jíž jsou v tomto případě převážně podnikatelé, bude v souvislosti s produkty na daném segmentu trhu vykazovat vyšší míru pozornosti a informovanosti. Podle přihlašovatele je zřejmé, že pokud se na něj tito spotřebitelé obrací s poptávkou po jeho produktech, jsou si vědomi toho, jaké výrobky a služby jim budou poskytnuty.

Orgán prvého stupně v prvním výměru průměrného spotřebitele s ohledem na charakter přihlašovaných výrobků a služeb ztotožnil s širokou veřejností. Na straně 6 napadeného rozhodnutí upřesnil, že čistě odbornou veřejnost (tj. profesionály) lze jako spotřebitele připustit v podstatě toliko u služeb „těžba kamene" ve třídě 37 a „drcení kamene" ve třídě 40 mezinárodního třídění výrobků a služeb. Pro všechny ostatní přihlašované produkty však podle orgánu prvého stupně platí vymezení průměrného spotřebitele jako široké veřejnosti, neboť tyto výrobky a služby nejsou určeny jen profesionálům, ale i koncovým spotřebitelům. Například službu spočívající ve zpracování přírodního kamene zcela běžně vyhledá i spotřebitel neprofesionál, který takový kámen zpracovaný na zakázku využije kupříkladu jako stavební materiál, dekorativní prvek či náhrobek. Průměrný spotřebitel se definuje ve vztahu k seznamu přihlašovaných výrobků a služeb, nikoli v souvislosti s konkrétními zákazníky přihlašovatele. Skutečnost, že většina jeho odběratelů jsou profesionálové, tedy nemá na vymezení průměrného spotřebitele přímý vliv. Orgán prvého stupně vzal při definování relevantní spotřebitelské veřejnosti v úvahu skutečnost, že se v případě nárokovaných výrobků a služeb nejedná o běžné spotřební zboží. Zohlednil rovněž jejich řádově vyšší ceny, přičemž konstatoval, že pozornost průměrných spotřebitelů bude těmto okolnostem přímo úměrná.

Odvolací orgán se s vymezením průměrného spotřebitele provedeným orgánem prvého stupně ztotožňuje. Lze jistě souhlasit s tím, že ze seznamu přihlašovaných výrobků a služeb bude jen naprostá jejich menšina poptávána výlučně profesionály z oboru. Orgán prvého stupně jako příklady takových produktů uvádí služby „těžba kamene" a „drcení kamene". Podle odvolacího orgánu by bylo možné k nim v krajním případě přidat ještě výrobky jako „stavební přírodní kámen" či „kamenina pro stavebnictví", nicméně i v těchto případech si lze představit, že jejich spotřebitelem budou kromě odborné veřejnosti také běžní zákazníci nepodnikatelé využívající tyto produkty např. pro svépomocnou realizaci drobných stavebních prací nebo pro dekorační účely. Jedná se o zboží vyšší pořizovací ceny, jež nebude spotřebitelem poptáváno na každodenní bázi, nýbrž při ojedinělých či zvláštních příležitostech.
Nutno dodat, že orgán prvého stupně v napadeném rozhodnutí správně uvedl, že nelze brát ohled na skutečné obchodní partnery přihlašovatele a je nezbytné vycházet pouze ze znění nárokovaných položek tak, jak jsou přihlašovány. To, zda lze za průměrného spotřebitele označit podnikatele či jen běžného koncového zákazníka, v tomto případě dle odvolacího orgánu neovlivní závěr v tom smyslu, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ve smyslu § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., neboť za nedistinktivní lze toto označení považovat z hlediska obou okruhů těchto spotřebitelů. To je dáno především

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

významem slovního spojení „lipovská mozaika“ ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám (viz výše) a absencí jakéhokoliv prvku distinktivní povahy.
Přihlašované výrobky a služby budou s ohledem na jejich znění poptávány profesionály v oboru i běžnými koncovými zákazníky vykazujícími míru pozornosti a informovanosti přiměřenou charakteru a cenám těchto produktů. Vymezení průměrného spotřebitele v napadeném rozhodnutí odvolací orgán pokládá za správné.

Příslušnou rozkladovou námitku proto posoudil jako nedůvodnou.

Odvolací orgán přezkoumá správnost napadeného rozhodnutí, pokud jde o posouzení získané rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení podle § 5 zákona č. 441/2003 Sb. provedené orgánem prvého stupně, v kontextu uplatněných rozkladových námitek.

Přihlašovatel předložil do řízení před orgánem prvého stupně následující doklady:

1. Výpisy z webové stránky kamen.cz datované 24. 5. 2021;
2. výpis z internetové stránky wikipedie týkající se výrazu „Lipovská mozaika“ datovaný 24. 5. 2021;
3. články z internetových portálů Blesk.cz a denik.cz o koupi společnosti Slezský kámen a. s.;
4. výpis z webových stránek obce Lipová-lázně;
5. soubor dokladů označených jako faktury, objednávky a nabídky;
6. článek z internetového portálu HN.cz „Od Komárna do Kraslic“ datovaný 29. 11. 2021;
7. výtisk z webové stránky BETONserver týkající se přihlašovatele;
8. výpis z webových stránek obce Lipová-lázně datovaný 24. 5. 2022;
9. výpis z internetové stránky wikipedie týkající se výrazu „Pražská mozaika“;
10. výpis z internetové stránky wikipedie týkající se výrazu „Lipovská mozaika“ datovaný 24. 5. 2022;
11. výpis z internetové stránky wikiwand týkající se výrazu „Lipovská mozaika“ datovaný 24. 5. 2022;
12. výtisk z webových stránek Praha neznámá s článkem „Mozaiky na chodnících – znáte jejich názvy?“;
13. soubor důkazů – faktur, dodacích listů a dalších dokladů vystavených přihlašovatelem v roce 2021 a v prvním čtvrtletí roku 2022;
14. příspěvky na sociální síť Facebook;
15. příspěvky na sociální síť LinkedIn;
16. články na téma „Pražská mozaika není jen ta pražská, chodíme po ní v celé zemi“, zveřejněné 16. 12. 2021 na internetovém portálu denik.cz a v jeho krajských odnožích;
17. výpis z internetové stránky wikiwand týkající se Ministerstva dopravy České republiky datovaný 24. 5. 2022;
18. článek na téma „Základní seznámení s horninami – žula, mramor, travertin“ ze serveru mstc.cz datovaný 4. 1. 2017;

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

19. článek na téma „Přírodní kámen jako exteriérový stavební prvek“ ze serveru stavebnictvi3000.cz datovaný 20. 2. 2021.

Uvedl, že orgán prvého stupně nesprávně vyhodnotil důkazy č. 5 a 15. Podle přihlašovatele je nutné všechny předložené doklady posuzovat ve vzájemné souvislosti. Nesouhlasí se závěrem orgánu prvého stupně, že předložené důkazní materiály neprokazují souvislost se všemi konkrétními nárokovanými výrobky a službami. K tomu podotýká, že jejich seznam je úzce vymezen a zcela koresponduje s jeho předmětem činnosti. Je toho názoru, že všemi předloženými doklady spolehlivě prokázal užívání přihlašovaného označení v obchodním styku takovým způsobem, že jej alespoň významná část relevantní veřejnosti vnímá jako označení obchodního původu přihlašovaných výrobků a služeb. Do řízení před orgánem prvého stupně předložil dostatečné množství důkazů, na kterých figuruje přihlašované označení a které zároveň svědčí o tom, že jej skutečně užívá ve vztahu k nárokovaným produktům.

Orgán prvého stupně posoudil předložené doklady jednotlivě i ve vzájemných souvislostech, přičemž shledal, že získanou rozlišovací způsobilost přihlašovaného označení neprokazují. Důkazní materiály se převážně vztahují k velmi krátkému období zahrnujícímu rok 2021 a část roku 2022 a neprokazují souvislost přihlašovaného označení se všemi konkrétními nárokovanými výrobky a službami. Z dokladů je zřejmé, že přihlašovatel pod tímto označením dodává na trh pouze kamenné dlažby. Nebyly předloženy důkazy, které by mohly svědčit například o mimořádně intenzivní reklamní kampani, díky níž by přihlašované označení v souvislosti s nárokovanými produkty mohlo za tak krátkou dobu vstoupit do povědomí spotřebitelské veřejnosti.
Předestřené doklady dále neprokazují dostatečný podíl přihlašovaného označení na trhu ani dostatečnou intenzitu jeho užívání. Není z nich zřejmé, jaká část zainteresované veřejnosti na jeho základě rozpozná, že jím označené výrobky a služby pochází od přihlašovatele. Objem prodejů výrobku „lipovská mozaika“ není dle předložených faktur a dodacích listů natolik vysoký, aby bylo možné dovodit, že se toto označení vrylo do podvědomí podstatné části spotřebitelské veřejnosti v souvislosti s produkty přihlašovatele, a to ani s přihlédnutím ke skutečnosti, že se nejedná o běžné spotřební zboží, ale o produkty, jejichž cena je řádově vyšší. Počet uživatelů sledujících profily přihlašovatele na sociálních sítích nesvědčí o velké sledovanosti jeho příspěvků, resp. jejich počet nelze ani seznat. Převážná část novinových článků a dalších textových materiálů přihlašované označení vůbec nezmiňuje. Je-li označení někde přítomno, neobjevuje se v pozici ochranné známky, ale jen jako běžné označení výrobku pocházejícího z určité oblasti.
Z dokladů sice vyplývá, že přihlašovatel vlastní lom Horní Lipová, v němž dobývá mramor posléze skládaný do vzoru tzv. lipovské mozaiky, ale tu nepokládá a nesestavuje na vybraných místech on, nýbrž odlišné podnikatelské subjekty. Vlastnické právo přihlašovatele k tomuto lomu, v němž těží mramor, který následně zpracovává do tvaru kostek (což je v podstatě pouze polotovar), ještě neznamená, že si může činit výhradní nárok na „Lipovskou mozaiku“, která je známá a byla realizovaná (skládaná) mnoho let před převzetím lomu Horní Lipová přihlašovatelem.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Orgán prvého stupně uzavřel, že získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení pro nárokované výrobky a služby se přihlašovateli pomocí předložených dokladů prokázat nepodařilo.

Odvolací orgán tento závěr orgánu prvého stupně pokládá za správný. Nesouhlasí s tvrzením přihlašovatele, že orgán prvého stupně nesprávně vyhodnotil doklady č. 5 a 15. Přihlašovatel se domnívá, že důkaz č. 5, na kterém figuruje přihlašované označení, svědčí o tom, že jej ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám skutečně užívá. Tvrdí, že cílem tohoto dokladu nebylo doložit množství skutečně objednaných výrobků a služeb. Podstatou získané rozlišovací způsobilosti je to, že se s přihlašovaným označením veřejnost seznámila, přičemž není nutné, aby si produkty také objednala či koupila.

Odvolací orgán připouští, že za zcela výjimečných okolností a ve specifických případech by skutečně bylo možné uvažovat o tom, že přihlašované označení získá rozlišovací způsobilost nikoliv užíváním v obchodním styku ve smyslu skutečného prodeje výrobků či poskytnutí služeb zákazníkovi, nýbrž ve smyslu rozsáhlé a masivní reklamní kampaně či jiných marketingových akcí. Orgán prvého stupně však na straně 8 a 9 napadeného rozhodnutí správně konstatoval, že doklady, které by existenci takové propagace nasvědčovaly, předloženy nebyly. Odvolací orgán má za to, že při současném nedoložení dokladů, jež by svědčily o masivním, dlouhodobém a intenzivním užívání přihlašovaného označení v obchodním styku pro nárokované výrobky a služby, nelze než v souladu se závěrem orgánu prvého stupně konstatovat, že přihlašované označení rozlišovací způsobilost ve smyslu § 5 zákona č. 441/2003 Sb. nezískalo.

Přihlašovatel nesouhlasí se závěrem orgánu prvého stupně, že doklad č. 15 neobsahuje označení v podobě, v jaké je přihlašováno k ochraně. Tvrdí, že jde o označení složené ze dvou českých slov „Lipovská" a „mozaika" a v souladu s pravidly českého pravopisu je toto slovní spojení v článcích, publikacích a jiných textech skloňováno. Je toho názoru, že tento doklad není z hlediska výskytu přihlašovaného označení nijak nevěrohodný.

Odvolací orgán uvádí, že příklady tohoto výskytu v dokladu č. 15, které orgán prvého stupně uvedl na str. 7 a 8 napadeného rozhodnutí, skutečně neobsahují slovní spojení „Lipovská mozaika" v 1. pádě, tedy v podobě, v jaké je k ochraně přihlašováno. Je sice pravda, že jej lze skloňovat, jak tvrdí přihlašovatel. Doklad č. 15, tedy příspěvky na sociální síť LinkedIn, ovšem tak či tak získanou rozlišovací způsobilost přihlašovaného označení neprokazuje, a to ani jednotlivě, ani ve vzájemných souvislostech s ostatními důkazy. Označení se v něm nevyskytuje ve tvaru či v pozici, v nichž jej spotřebitel bude vnímat jako ochrannou známku. Takto působí spíše logo přihlašovatele v levém horním rohu příspěvků. Označení v tomto dokladu nijak nevyniká, v kontextu celého jeho obsahu působí nevýrazně, upozaděně. V textu se v přihlašovaném tvaru (resp. ve skloňované variantě) objevuje zřídkavě nebo je zde přítomno v obráceném slovosledu („mozaiky: lipovská"). Ani počet uživatelů sledujících profil přihlašovatele na této síti (88) nevypovídá o výrazném dopadu těchto příspěvků na relevantní spotřebitelskou veřejnost, jak orgán prvého stupně na str. 9 napadeného rozhodnutí správně konstatoval. Popsané parametry užívání přihlašovaného označení v dokladu č. 15

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

tedy nelze hodnotit jako přesvědčivé ve smyslu prokázání získané rozlišovací způsobilosti dle § 5 zákona č. 441/2003 Sb.

Dále se přihlašovatel domnívá, že všechny doklady je nutné posuzovat ve vzájemné souvislosti, přičemž z nich má být zjevné, že na trhu s nárokovanými výrobky a službami působí již 150 let. Jeho činnost je úzce spjata s lomem Horní Lipová, kde žádný jiný subjekt obdobné výrobky a služby neposkytuje. Označení „Lipovská mozaika" je pro něj a jeho výrobky již ustálené a vžité, přihlašované označení tak vykazuje známky vážnosti a úcty k místu.

Odvolací orgán uvádí, že zmínku o dlouholeté tradici přihlašovatele v oblasti těžby a zpracování přírodního kamene obsahují jen dva doklady (č. 1 a 7), z toho jeden je výstupem z jeho internetových stránek. Pokud jde o jím tvrzené úzké sepětí jeho činnosti s lomem Horní Lipová, lze v tomto ohledu souhlasit s orgánem prvého stupně, podle nějž tato skutečnost sama o sobě neznamená, že si přihlašovatel může činit nárok na výlučné užívání přihlašovaného označení. Rozlišovací způsobilost označení přihlašovaného ke známkoprávní ochraně se vždy posuzuje z hlediska průměrného spotřebitele s přihlédnutím k seznamu nárokovaných výrobků a služeb. Samotný fakt, že přihlašovatel vlastní lom, v němž těží a dále zpracovává mramor tvořící základ tzv. lipovské mozaiky, je z hlediska inherentní rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení nerozhodný. Údajnou desítky let trvající tradici působení přihlašovatele *v oblasti těžby a zpracování přírodního kamene pro použití v interiéru a exteriéru* nelze hodnotit jako rozhodnou pro prokázání získané rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení, nejsou-li předloženy relevantní doklady o vlastním užívání tohoto označení. V rámci předmětného řízení tedy nelze pouze ze samotného působení a postavení přihlašovatele na trhu dovozovat užívání přihlašovaného označení. Pro účely prokázání jeho získané rozlišovací způsobilosti je nutné předložit Úřadu dostatečné množství důkazních materiálů reflektujících kvalifikované užívání přihlašovaného označení pro nárokované produkty ve spojení s přihlašovatelem jako jejich jednoznačně identifikovatelným obchodním zdrojem. V určitých případech však ani předložení objednávek či faktur není způsobilé prokázat získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení, pokud se na nich toto označení nevyskytuje v pozici, v níž jej spotřebitelé budou vnímat jako unikátní ochrannou známku příslušející přihlašovateli. Odvolací orgán zjistil, že na fakturách, dodacích listech a v objednávkách není přihlašované označení prezentováno jako ochranná známka s rozlišující funkcí, nýbrž jako údaj, který popisuje zboží. Takovému údaji (zde tvořenému slovním spojením „Lipovská mozaika") bude spotřebitel přikládat pouze informativní význam. Označení zde neplní základní funkci ochranné známky, kterou je rozlišení výrobků a služeb přihlašovatele od totožných produktů jiných subjektů na trhu.

Přihlašovatel nesouhlasí se závěrem orgánu prvého stupně, že předložené důkazní materiály neprokazují souvislost přihlašovaného označení se všemi nárokovanými výrobky a službami. Tvrdí, že jejich seznam je úzce vymezen a zcela koresponduje s jeho předmětem činnosti. Rovněž je podle něj potřeba zohlednit nejen druh a účel použití výrobků, ale i způsob, jakým jsou dodávány zákazníkům (především nakládkou na nákladní automobily). Domnívá se, že je zřejmé, že takové výrobky by jen stěží přímo označil ochrannou známkou.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Odvolací orgán z dokladů předložených do řízení před orgánem prvého stupně zjistil, že část přihlašovaných výrobků a služeb se v nich nevyskytuje vůbec, nebo jen marginálně (například *kamenné pomníky, kamenné ornamenty, umělecká díla z kamene, čištění kamenických prací*). **Ve většině dokladů je přihlašované označení přítomno jen v souvislosti s kamennými dlažbami, resp. kameninovými dlažebními kostkami.** Označení v dokladech není prezentováno jako ochranná známka, nýbrž jako nedistinktivní slovní spojení, které buď přímo popisuje druh přihlašovatelem dodávaných výrobků (na obchodních listinách), nebo v širším smyslu charakter, vzhled, lokaci výskytu či místo původu dalších výrobků a služeb jím poskytovaných (viz zejména předložené textové materiály). Přitom není nezbytné, aby označení bylo fyzicky přítomno na každém výrobku nebo službě, pokud to jejich povaha neumožňuje. Podstatné je, že na dokladech, které mají prokazovat jeho rozlišovací způsobilost, musí být přihlašované označení ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám obchodně používáno tak, že jej relevantní spotřebitelská veřejnost nebude vnímat jako popis předmětu dotčených výrobků a služeb, ale jako unikátní ochrannou známku příslušející přihlašovateli. Tento požadavek doklady předložené do řízení před orgánem prvého stupně nesplňují. Orgán prvého stupně tudíž správně uzavřel, že získanou rozlišovací způsobilost ve smyslu § 5 zákona č. 441/2003 Sb. neprokazují.

Z odůvodnění obsaženého na str. 6 až 9 napadeného rozhodnutí je podle odvolacího orgánu zřejmé, že se orgán prvého stupně všemi předloženými důkazy důkladně zabýval a posoudil je jak jednotlivě, tak ve vzájemných souvislostech. Své závěry o neprokázání získané rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení řádně a srozumitelně zdůvodnil.

Odvolací orgán proto příslušnou rozkladovou námitku posoudil jako nedůvodnou.

Přihlašovatel předložil v průběhu řízení o rozkladu soubor dalších dokladů, a to značné množství zejména faktur a dodacích listů jím vydaných od roku 2021 do září 2023, v nichž se mimo jiné vyskytuje také přihlašované označení. Předestření těchto dokladů je podle odvolacího orgánu zásadní skutečností určující výrok tohoto rozhodnutí, neboť přihlašovatel jimi má v úmyslu prokázat získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení ve smyslu § 5 zákona č. 441/2003 Sb. (konec citace z rozhodnutí o rozkladu).

Jak již bylo výše uvedeno, odvolací orgán vrátil přihlášku ochranné známky orgánu prvého stupně k novému projednání a posouzení všech předložených dokladů jednotlivě i ve vzájemných souvislostech.

Orgán prvého stupně je vázán rozhodnutím odvolacího orgánu. Vyhodnotil tedy předložené doklady jednotlivě i ve vzájemných souvislostech s následujícím výsledkem:

Přihlašovatel společně s odůvodněním rozkladu předložil velké množství faktur a dodacích listů datovaných od r. 2021 do r. 2023.

Ani velké množství dokladů však nemusí zajistit získaní nabytí rozlišovací způsobilosti označení, pokud z nich jednoznačně nevyplyne, že přihlašované označení je identifikátorem

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

nárokovaných výrobků a služeb, který přihlašovatel užívá intenzivně v takové míře, aby bylo možné konstatovat, že přihlašované označení vstoupilo do povědomí průměrného spotřebitele v souvislosti s nárokovanými výrobky a službami a jedním obchodním zdrojem, kterým je přihlašovatel označení.

Úřad prozkoumal předložené doklady a vyhodnotil je jednotlivě i ve vzájemných souvislostech s následujícím výsledkem:
Z dokladů je patrné, že přihlašovatel obchoduje s produkty označenými „lipovská mozaika". Z dokladů nelze dovodit, že by přihlašovatel poskytoval pod přihlašovaným označením „Lipovská mozaika" nárokované služby ve tř. 37 a 40, tedy: *(37) těžba kamene, čištění kamenických prací; (40) drcení kamene, kamenořezba, zpracování přírodního kamene, zakázková výroba z kamenných výrobků do interiérů a exteriérů, zakázková montáž výrobků pro třetí osoby.* Takové skutečnosti z předložených dokladů nevyplývají. Dále Úřad konstatuje, že z předložených dokladů nevyplývá, že by se průměrný spotřebitel měl možnost setkat s nárokovanými výrobky ve tř. 19, označenými přihlašovaným označením a poskytovanými přihlašovatelem a to: *(19) kámen, kamenické výrobky, kamenné dlaždice, kamenné obklady, kamenné parapety, kamenné kuchyňské desky, obkladové kuchyňské panely, nástěnné desky, kamenné pomníky, kamenné ornamenty, kamenné desky, opracovaný přírodní kámen, stavební přírodní kámen, kamenina pro stavebnictví, kameninové obklady, umělecká díla z kamene.*

Z předložených dokladů vyplývá, že přihlašované označení „Lipovská mozaika" lze spojit s nárokovanými výrobky ve tř. 19 a to: *(19) kamenné dlažby, kameninové dlažební kostky,* a přihlašovatelem označení. Tento závěr dovodil Úřad z údajů na předložených fakturách a dodacích listech, na kterých je uvedeno, že pod označením „Lipovská mozaika" přihlašovatel poskytuje výrobky o rozměrech 6x6x4 cm – jedná se tedy evidentně o dlažební kostky, ze kterých se sestavuje kamenná dlažba. Z velkého množství faktur a dodacích listů vyplývá, že po dobu minimálně tří let obchodoval přihlašovatel s výše uvedenými produkty takto označenými. Z charakteru dokladů lze tedy celkově dedukovat, že poměrně významná část relevantní spotřebitelské veřejnosti si je schopná výše uvedenou část výrobků ve tř. 19, takto označenou, spojit právě jenom s jedním obchodním zdrojem, kterým je přihlašovatel označení.

Vzhledem k výše uvedeným skutečnostem bylo rozhodnuto tak, jak je výše uvedeno.

Poučení:

Podle ustanovení § 42 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, lze proti tomuto rozhodnutí podat u Úřadu ve lhůtě jednoho měsíce ode dne jeho doručení rozklad. O rozkladu rozhoduje předseda Úřadu. Včas podaný rozklad má odkladný účinek. Lhůtu k podání rozkladu nelze prodloužit a její zmeškání nelze prominout. Podle zákona č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, se za přijetí rozkladu platí správní poplatek ve výši 1 000 Kč, který je splatný ve lhůtě pro podání rozkladu. Není-li poplatek zaplacen ve lhůtě splatnosti, považuje se rozklad za nepodaný.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Věcné odůvodnění rozkladu musí být Úřadu předloženo ve lhůtě jednoho měsíce ode dne podání rozkladu. Lhůtu k podání odůvodnění rozkladu nelze prodloužit a její zmeškání nelze prominout.

Ing. [redacted]
vedoucí oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-570466
Mgr. Jitka Vejražková, patentový zástupce
Pod Harfou 938/58
190 00 Praha 9, Vysočany

Váš dopis značky: 6129-09
Ochranná známka: bezpotisku.cz
Číslo spisu: O-570466
Den podání: 11.03.2021
Vyřizuje: !

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 9.6.2021

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách. Dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které má schopnost odlišit na trhu stejné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale je nutno, aby svou formou a obsahem bylo do té míry originální, že jeho osobité znaky mají schopnost individualizovat výrobky a služby, které jím mají být označeny. Označení může být tvořeno i slovy užívanými v běžné řeči, ovšem v takovém případě je nutné posoudit, nakolik souvisí posuzované označení s výrobky či službami, pro které je přihlašováno, a zda-li přihlašované označení neobsahuje jiné prvky, které jsou schopny označení jako celku dodat potřebnou rozlišovací způsobilost. Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá.

Přihlašované označení je nárokováno pro služby ve tř. *(35) maloobchod, velkoobchod, elektronický obchod (e-shop) prostřednictvím komunikačních sítí (internet) s výrobky: oděvy,*

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

obuv, pokrývky hlavy, oděvní doplňky, trička, mikiny, sportovní soupravy, tepláky, kalhoty, tílka, kalhoty, vesty, šaty, sukně, košile, polokošile, šátky, šály, spodní prádlo, deky, pásky, batohy, tašky, kabelky, kosmetické tašky, peněženky, deštníky, pláštěnky, brýle, hračky.

Vzhledem k charakteru přihlašovaných služeb, lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele se širokou veřejností zajímající se o nákup výrobků běžné spotřeby, které nebudou opatřeny potiskem.

Označení je tvořeno slovním spojením ve znění „bezpotisku.cz". Jedná se o nefantazijní spojení složené z obvyklých a obecných slov, které je bez dalších rozlišovacích prvků (např. grafických či obrazových). Označení není doplněno žádnými distinktivními prvky, které by přispěly k rozlišení. I když jsou oba výrazy („bez" a „potisku") psány dohromady, bez mezer, průměrný spotřebitel je dokáže v běžné mluvě od sebe oddělit a použít.

Pro služby ve tř. 35, které představují velkoobchod, maloobchod a internetový prodej výrobků, označení sděluje pouze informaci, že nakupované a prodávané výrobky nebudou obsahovat potisk, tj. tištěný vzorek.

Vzhledem k tomu, že je výše uvedené označení přihlašováno právě pro oblast nákupu a prodeje výrobků, které mohou a nemusí být potiskem opatřeny, bude označení vnímáno pouze jako výraz určující charakter nakupovaných a prodávaných výrobků běžné spotřeby.

Prvek „cz", poskytuje pouze informaci o tom, že se jedná o webovou stránku a že příslušné doménové jméno bylo zaregistrováno u českého národního registrátora, kde je registrována většina internetových adres pocházejících z českého prostředí a tím pádem nemá rozlišovací způsobilost.

Úřad považuje za důvodné se domnívat, že průměrný spotřebitel nebude schopen pod tímto označením jednoznačně identifikovat zdroj uvedených služeb, tedy rozlišit je od obdobných služeb takto označených, pocházejících od jiných soutěžitelů na trhu. Z tohoto důvodu je označení pro nárokované služby ve tř. 35 vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek, jak je výše uvedeno.

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu ke službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené služby pocházejí z určitého podniku. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že služby pochází z určitého podniku, i prohlášení obchodních a průmyslových komor nebo jiných profesních sdružení.

K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by **přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno**, a které by zároveň **jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve**

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

vztahu ke shora vymezeným službám. Mezi takové doklady mohou patřit např. informace o poskytovaných službách pod uvedeným označením, s tím související objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, reklamní cesty propagace daných služeb apod. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky rozpozná, že služby pochází z určitého podniku, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 09.08.2021**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek II.

Za správnost vyhotovení: Ivona Jarošová
podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Známková kancelář Vejražková
Mgr.Jitka Vejražková
Patentová zástupkyně č.346
Evropská známková zástupkyně
č. 28193
Členka komory patent. zástupců
zastupování ve věci práv na
označování,ochranné známky
tuzemsko i zahraniční ochrana
národní zahr.ochranné známky
mezinárodní ochranné známky
známky Evropské unie, rešerše)

Tel.: + 420 602 127 947
Fax: + 420 226 886 214
info@vejrazkova.cz

Pod Harfou 938/58
190 00 Praha 9, ysočany

Č.ú. 1012485257 / 6100
IČ:49261037
DIČ:CZ6460021238

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6

09. 04. 2022

Věc: Vyjádření k výsledku věcného průzkumu
Přihláška ochranné známky O-570466 bezpotisku.cz
Naše zn.: 6129-09
Vyřizuje: I

Vážená paní magistro,

zasíláme vyjádření k výsledku věcného průzkumu výše uvedené slovní přihlášky ochranné známky bezpotisku.cz.
Úřad průmyslového vlastnictví v oznámení o výsledku věcného průzkumu uvádí, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, neboť přihlašované označení nemá rozlišovací způsobilost pro přihlašované služby ve tř. 35: maloobchod, velkoobchod, elektronický obchod (e-shop) prostřednictvím komunikačních sítí (Internet) s výrobky: oděvy, obuv, pokrývky hlavy, oděvní doplňky, trička, mikiny, sportovní soupravy, tepláky, kalhoty, tílka, kalhoty, vesty, šaty, sukně, košile, polokošile, šátky, šály, spodní prádlo, deky, pásky, batohy, tašky, kabelky, kosmetické tašky, peněženky, deštníky, pláštěnky, brýle, hračky.

Dle zdůvodnění Úřadu je označení tvořeno nefantazijním spojením složeným z obvyklých a obecných slov, které je bez dalších rozlišovacích prvků (např. grafických či obrazových) a je tedy důvodné se domnívat, že průměrný spotřebitel nebude schopen pod tímto označením jednoznačně identifikovat zdroj uvedených služeb, tedy rozlišit je od obdobných služeb takto označených, pocházejících od jiných soutěžitelů na trhu. Z tohoto důvodu je označení pro nárokované služby ve tř. 35 vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek.

Vyjádření přihlašovatele

Přihlašované označení může být zapsáno do rejstříku za určitých podmínek, a to pokud přihlašovatel prokáže, že toto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu ke službám přihlašovatele, pro které je požadován tento zápis, rozlišovací způsobilost v souladu s ustanovením § 5 zákona č. 441/200 Sb., o ochranných známkách.

Předkládáme Úřadu doklady, které prokazují získání rozlišovací způsobilosti, neboť významná část veřejnosti dokáže spojit přihlašované označení bezpotisku.cz (slovní) s přihlašovatelem na základě kvalitativního a kvantitativního užívání předmětného označení.

V souvislosti s tímto řízením poukazujeme současně na doklady, které byly předloženy přihlašovatelem v řízení ve věci dřívější přihlášky ochranné známky O-540504 BEZ POTISKU, slovní a žádáme tímto, aby Úřad vzal tyto doklady v potaz a posoudil je ve spojení s novými doklady a dalšími informacemi, které předkládáme níže.

Předmětné označení bezpotisku.cz je obsaženo v dokladech přeložených v rámci řízení O-540504. Tučným písmem jsou níže doplněny původní doklady č. 9 a 10 s aktuálními informacemi o počtu shlédnutí klipů, spotřebitelské recenze uživatelů na Heureka.

1. Vzorek 210 ks faktur za rok 2015;
2. Vzorek 207 ks faktur za rok 2016;
3. Vzorek 210 ks faktur za rok 2017;
4. Vzorek 203 ks faktur za rok 2018;
   Ve uvedeném souboru faktur za období 4 let před podáním přihlášky ochranné známky je obsaženo spojení betpotisku.cz ve.
5. Fotografie exteriéru a interiéru kamenné prodejny, na nichž se také nachází spojení bezpotisku.cz ve slovní podobě bez doplňujících distinktivních slovních nebo grafických prvků.
6. Výpis z domény bepotisku.cz dokládá existenci a vlastnická práva
7. Printscreeny – datované doklady 2018 obsahují předmětné označené v horní části webové stánky www.bezpotisku.cz
8. ---
9. **Klip s názvem Bezpotisku.cz na Youtube.com**
   Tento klip k datu 09.02.2022 shlédlo již shlédlo 3 870 383 unikátních uživatel (viz. printscreen příloha).
10. Recenze e-shopu Bezpotisku.cz ve slovní podobě z portálu Heureka.cz ze dne 15.02.2018. Spokojenost vyjadřuje 95 % zákazníků za posledních 90 dní. **K datu 09.04.2022 poskytlo 5 243 zákazníků recenzi** (viz. printscreen příloha), celková spokojenost s obchodem 4,8.
11. Printscreen z Facebooku z 30.04.2018
12. Printscreen z Instagramu z 30.04.2018
13. Výstup z reklamní kampaně bezpotisku.cz na Google.cz za období 17.08.2015 – 26.01.2018 s náklady 827 127,13 Kč.

14. Výstup z reklamní kampaně bezpotisku.cz na SKLIK.CZ za období 24.09.2015-26.01.2018 bezpotisku.cz s počtem shlédnutí 1 817 967 a náklady vynaloženými na reklamu 157 573,50 Kč.
15. Výstup z reklamní kampaně na bezpotisku.cz na Glami.cz za období 31.05.2015-25.01.2018 ve výši 573 824,61 Kč.
16. Fotokopie zásilky – na obalu zásilky je obsaženo označení bezpotiksu.cz.

19. Výstup hodnocení z heureka.cz z 19.12.2018 opět dokládá užívání přihlašovaného označení
20. Odkaz na klip bezpotisku.cz na Youtube.com z 19.12.2018 se shlédnutím 1 908 596.
21. Vzorek 60 ks faktur z období 05/2218, 06/2018, 12/2018 a 01/2019, jejichž součástí je přihlašované označení.
22. Prohlášení přihlašovatele ze 07.02.2019 o nákladech na propagaci obchodu Bezpotisku.cz, nebylo opomenutím předloženo, proto přikládáme v příloze v rámci řízení předmětné přihlášky ochranné známky O-570466.
23.,
24. doklady s ukázkou nákladů na reklamní kampaně bezpotisku.cz na Facebooku a reklama Google Ads.ve výši ! Kč , 2018
25. Přehled prokliků bezpotisku.cz Sklik v počtu 51 149, počet zobrazení 9 255 431 v rámci reklamní kampaně, celková částka Kč.
26. Přehled Prokliků bezpotisku.cz na Glami v počtu 190 568, celková částka Kč
27. Výstupy z webové stránky, které vždy obsahují přihlašované označení ve tvaru bezpotisku.cz, bez grafiky.
29. 7 reklamních spotů, jejichž součástí ve vždy název webu určených pro rádia, vysílaných v období 25.03.2019-02.06.2019 ve většině rádií Praha, Střední Čechy, Vysočina a Jižní Morava.
30. Mediaplány za březen-červen 2018 prokazující vysílání spotů v jednotlivých rádiích, relevantním období vysílání reklamních spotů a, nákladech přesahujících Kč.

Předkládáme další datované doklady k prokázání kontinuálního užívání přihlašovaného označení bezpotisku.cz. Jedná se o náhodný výběr faktur z každého měsíce. Z dokladů je zřejmá fakturační řada. Doklady prokazují dlouhodobé a intenzivní užívání přihlašovaného označení na území celé České republiky.

31) Faktury 2019 – soubor 60 faktur

1) Faktura č. 272494 z 07.01.2019 ve výši Kč, odběratel Horní Heřmanovice
2) Faktura č. 272643 z 10.01.2019 ve výši Kč, odběratel Brněnec
3) Faktura č. 272933 z 10.01.2019 ve výši Kč, odběratel Nová Dědina
4) Faktura č. 273285 z 10.01.2019 ve výši Kč, odběratel Morkovice
5) Faktura č. 278947 z 05.02.2019 ve výši Kč, odběratel Suchdol
6) Faktura č. 279128 z 04.02.2019 ve výši UR, odběratel Biel
7) Faktura č. 282440 z 14.02.2019 ve výši Kč, odběratel Dolní Loučky
8) Faktura č. 282779 z 18.02.2019 ve výši Kč, odběratel Žďár nad Sázavou
9) Faktura č. 283429 z 20.02.2019 ve výši EUR, odběratel Šučany

10) Faktura č. 284513 z 23.02.2019 ve výši Kč, odběratel Liberec
11) Faktura č. 286199 z 02.03.2019 ve výši Kč, odběratel Praha
12) Faktura č. 287192 z 07.03.2019 ve výši Kč, odběratel Ostrava
13) Faktura č. 288837 z 18.03.2019 ve výši Kč, odběratel Praha 8
14) Faktura č. 292792 z 27.03.2019 ve výši Kč, odběratel Plesná
15) Faktura č. 293358 z 29.03.2019 ve výši Kč, odběratel Plzeň
16) Faktura č. 296102 z 11.04.2019 ve výši Kč, odběratel Vyškov
17) Faktura č. 296854 z 10.04.2019 ve výši Kč, odběratel Kladruby
18) Faktura č. 297772 z 17.04.2019 ve výši Kč, odběratel Ždírec
19) Faktura č. 298914 z 03.05.2019 ve výši Kč, odběratel Děčín
20) Faktura č. 300610 z 24.04.2019 ve výši Kč, odběratel Mirovice
21) Faktura č. 304329 z 21.05.2019 ve výši Kč, odběratel Beroun
22) Faktura č. 306666 z 17.05.2019 ve výši Kč, odběratel Týnec n Labem
23) Faktura č. 310162 z 27.05.2019 ve výši Kč, odběratel Trnová
24) Faktura č. 311319 z 27.05.2019 ve výši EUR, odběratel Dudince
25) Faktura č. 313381 z 03.06.2019 ve výši Kč, odběratel Bratislava
26) Faktura č. 313629 z 05.06.2019 ve výši Kč, odběratel Frýdlant n Orlicí a
27) Faktura č. 316640 z 13.06.019 ve výši Kč, odběratel Horní Moštěnice
28) Faktura č. 317020 z 11.06.2019 ve výši Kč, odběratel Bukovina n Labem
29) Faktura č. 319420 z 28.06.2019 ve výši Kč, odběratel Kraslice
30) Faktura č. 312381 z 24.06.2019 ve výši Kč, odběratel Praha
31) Faktura č. 325900 z 08.07.2019 ve výši Kč, odběratel Husova Arnoldice
32) Faktura č. 330353 z 18.07.2019 ve výši Kč, odběratel Cheb
33) Faktura č. 330816 z 23.07.2019 ve výši EUR, odběratel Košice
34) Faktura č. 331910 z 29.07.2019 ve výši Kč, odběratel Mělník
35) Faktura č. 334125 z 02.08.2019 ve výši Kč, odběratel Bystřice p. Hostýnem
36) Faktura č. 334646 z 07.08.2019 ve výši Kč, odběratel Havlíčkova Borová
37) Faktura č. 336148 z 13.08.2019 ve výši Kč, odběratel Kořenov
38) Faktura č. 339720 z 19.08.2019 ve výš Kč, odběratel Moravská Třebová
39) Faktura č. 340327 z 19.08.2019 ve výši EUR, odběratel Stropkov
40) Faktura č. 342222 z 29.08.2019 ve výš Kč, odběratel Zásmuky
41) Faktura č. 346665 z 09.09.2019 ve výš Kč, odběratel Šenov
42) Faktura č. 347898 z 12.09.2019 ve výši Kč, odběratel Zásmuky
43) Faktura č. 349987 z 20.09.2019 ve výši UR, odběratel Valaská
44) Faktura č. 352572 z 24.09.2019 ve výši Kč, odběratel Chomutov
45) Faktura č. 353839 z 03.10.2019 ve výši Kč, odběratel Pucov
46) Faktura č. 356151 z 05.10.2019 ve výši Kč, odběratel Cholupovice
47) Faktura č. 356431 z 08.10.2019 ve výši Kč, odběratel Starovice
48) Faktura č. 357985 z 14.10.2019 ve výši Kč, odběratel Pucov
49) Faktura č. 359660 z 15.10.2019 ve výši Kč, odběratel Praha
50) Faktura č. 333770 z 27.10.2019 ve výši Kč, odběratel Nové Město n Metují
51) Faktura č. 369383 z 10.11.2019 ve výši Kč, odběratel Lípa
52) Faktura č. 372620 z 15.11.2019 ve výši Kč, odběratel Svatava
53) Faktura č. 374372 z 22.11.2019 ve výši č, odběratel Nýrsko
54) Faktura č. 374682 z 19.11.2019 ve výši Kč, odběratel Praha
55) Faktura č. 378592 z 01.12.2019 ve výši Kč, odběratel Ústí n Labem
56) Faktura č. 384072 z 03.12.2019 ve výši Kč, odběratel Tachov
57) Faktura č. 388373 z 07.12.2019 ve výši č, odběratel Miroslav
58) Faktura č. 392896 z 11.12.2019 ve výši Kč, odběratel Toužim

59) Faktura č. 397900 z 14.12.2019 ve výši 1675 Kč, odběratel Sviadov
60) Faktura č. 398406 z 15.12.2019 ve výši 2726 Kč, odběratel Dolní Měcholupy

32) Faktury 2020 – soubor 60 faktur 2020

1) Faktura č. 407855 z 14.01.2020 ve výši EUR, odběratel Kamenín
2) Faktura č. 407914 z 15.01.2020 ve výši Kč, odběratel Kralovice
3) Faktura č. 409652 z 20.01.2020 ve výši EUR, odběratel Podbiel
4) Faktura č. 410625 z 22.01.2020 ve výši EUR, odběratel Jablonka
5) Faktura č. 411917 z 30.01.2020 ve výši Kč, odběratel Kamenice
6) Faktura č. 413852 z 06.02.2020 ve výši Kč, odběratel Chomutov
7) Faktura č. 414170 z 05.02.2020 ve výši EUR, odběratel Rajecké Teplice
8) Faktura č. 414364 z 06.02.2020 ve výši č, odběratel Sedlčany
9) Faktura č. 416923 z 10.02.2020 ve výši EUR, odběratel Filokovo
10) Faktura č. 419932 z 20.02.2020 ve výši č, odběratel Černý důl
11) Faktura č. 424873 z 02.03.2020 ve výši EUR, odběratel Bratislava
12) Faktura č. 427288 z 10.03.2020 ve výši č, odběratel Stropkov
13) Faktura č. 428855 z 170.03.2020 ve výši EUR, odběratel Matysová
14) Faktura č. 429050 z 27.03.2020 ve výši Kč, odběratel Svoboda n Úpou
15) Faktura č. 429807 z 24.03.2020 ve výši č, odběratel Pardubice
16) Faktura č. 433158 z 04.04.2020 ve výši č, odběratel Planá n Lužnicí
17) Faktura č. 436071 z 11.05.2020 ve výši odběratel Rakovník
18) Faktura č. 436942 z 16.04.2020 ve výš , odběratel Ústí n Labem
19) Faktura č. 439574 z 27.04.2020 ve výši č, odběratel Kvasiny
20) Faktura č. 442703 z 30.04.2020 ve výši Kč, odběratel Pernštejn
21) Faktura č. 448025 z 14.05.2020 ve výši Kč, odběratel Luže
22) Faktura č. 450143 z 19.05.2020 ve výši , odběratel Vsetín
23) Faktura č. 452430 z 24.05.2020 ve výši č, odběratel Štítina
24) Faktura č. 452792 z 27.05.2020 ve výši , odběratel Číměř
25) Faktura č. 454927 z 04.06.2020 ve výši č, odběratel Choceň
26) Faktura č. 455918 z 02.06.2020 ve výši Kč, odběratel Dukovany
27) Faktura č. 457100 z 05.06.2020 ve výši Kč, odběratel Kralovice
28) Faktura č. 459078 z 09.06.2020 ve výši Kč, odběratel Praha
29) Faktura č. 465525 z 26.06.2020 ve výši Kč, odběratel Šumperk
30) Faktura č. 467966 z 29.06.2020 ve výš Kč, odběratel Skuhrov
31) Faktura č. 474718 z 17.07.2020 ve výši UR, odběratel Levice
32) Faktura č. 476126 z 27.07.2020 ve výši č, odběratel Letohrad
33) Faktura č. 476614 z 24.07.2020 ve výši Kč, odběratel Pacov
34) Faktura č. 477354 z 27.07.2020 ve výši EUR, odběratel Fintice
35) Faktura č. 479160 z 26.07.2020 ve výši Kč, odběratel Ostrov
36) Faktura č. 484921 z 10.08.2020 ve výši č, odběratel Kozlovice
37) Faktura č. 485590 z 11.08.2020 ve výši č, odběratel Jindřichův Hradec
38) Faktura č. 487671 z 17.08.2020 ve výši č, odběratel Čermná n Orlicí
39) Faktura č. 491319 z 26.08.2020 ve výš Kč, odběratel Dolní Lomná
40) Faktura č. 491435 z 26.08.2020 ve výši č, odběratel Hradec Králové
41) Faktura č. 493184 z 07.09.2020 ve výši Kč, odběratel Stráž p Ralskem
42) Faktura č. 498969 z 06.10.2020 ve výši č, odběratel Třeboň
43) Faktura č. 499732 z 16.09.2020 ve výši 1 EUR, odběratel Trakovice
43) Faktura č. 499809 z 15.09.2020 ve výši Kč, odběratel Zlín
45) Faktura č. 501812 z 23.09.2020 ve výši č, odběratel Vysoká Pec
46) Faktura č. 509119 z 083.10.2020 ve výši Kč, odběratel Poděbrdy 4
47) Faktura č. 510658 z 12.10.2020 ve výš Kč, odběratel Bílovice p. Svitaou
48) Faktura č. 514362 z 20.10.2020 ve výši č, odběratel Liberec

49) Faktura č. 517435 z 03.11.2020 ve výši Kč, odběratel Děčín
50) Faktura č. 518629 z 04.11.2020 ve výši Kč, odběratel Ochoz u Brna
51) Faktura č. 520847 z 05.11.2020 ve výši UR, odběratel Parnica
52) Faktura č. 523964 z 08.11.2020 ve výši Kč, odběratel Řevnice
53) Faktura č. 528311 z 22.11.2020 ve výši Kč, odběratel Rožďalovice
54) Faktura č. 541732 z 26.11.2020 ve výši Kč, odběratel Praha
55) Faktura č. 542262 z 25.11.2020 ve výši Kč, odběratel Hrádek u Rokycan
56) Faktura č. 551058 z 03.12.2020 ve výši Kč, odběratel Opatovice
57) Faktura č. 552841 z 04.12.2020 ve výši Kč, odběratel Bášť
58) Faktura č. 568618 z 16.12.2020 ve výši Kč, odběratel Jičín
59) Faktura č. 569026 z 16.12.2020 ve výši Kč, odběratel Nové Město n Metují
60) Faktura č. 569953 z 22.12.2020 ve výši Kč, odběratel Uherský Brod

33) Faktury 2021 – soubor 10 faktur 2021

1) Faktura č. 589893 z 07.01.2021 ve výši Kč, odběratel Jablonec n Nisou
2) Faktura č. 607508 z 11.03.2021 ve výši Kč, odběratel Čermákovice
3) Faktura č. 652054 z 17.05.2021 ve výši Kč, odběratel Česká Třebová
4) Faktura č. 668595 z 13.07.2021 ve výši Kč, odběratel Praha
5) Faktura č. 676789 z 18.06.2021 ve výši Kč, odběratel Klatovy
6) Faktura č. 696629 z 20.07.2021 ve výši Kč, odběratel Velká Polom
7) Faktura č. 717687 z 25.08.2021 ve výši Kč, odběratel Nový Jičín
8) Faktura č. 724624 z 09.09.2021 ve výši Kč, odběratel Praha 4
9) Faktura č. 740243 z 05.10.2021 ve výši Kč. odběratel Boskovice
10) Faktura č. 765937 z 20.11.2021 ve výši Kč, odběratel Brno

34) Analýza RÁDIOHOUSE s.r.o. vystavená společnosti LEMICOM spol. s r.o., se sídlem Pod Akáty 131/13, 159 00 Praha 5 -Velká Chuchle o odvysílaných rádiových kampaních e-shopu „bezpotisku.cz" v letech 2019, 2020 a 2021:
Statistický přehled uvádí, mimo jiné, informace o zásahu posluchačů v jednotlivých letech 2019, 2020 a 2021. Z přehledu je zřejmé, že za uvedené tři roky významně narůstá opakovaný zásah posluchačů, a to v roce 2020 takřka o 20 % v porovnáním s rokem 2019 a nárůst dokonce o 45 % v roce 2021 proto roku předchozímu.

35) Přehled odvysílaných klipů bezpotisku.cz za období 02 2021 – reklamní kampaně byly v únoru vysílány 22 dní. Počet opakování odvysílaných klipů 7 -10 denně. Frekvence vysílání reklamních spotů je mimořádně velká, tj. celkem 201 za měsíc.

36) Přehled odvysílaných klipů bezpotisku.cz za období 03 2021- reklamní kampaně byly v březnu vysílány 21 dní. Počet opakování odvysílaných klipů 7 -10 denně, tj. celkem 201 za měsíc.

37) Přehled odvysílaných klipů bezpotisku.cz za období 04 2021 - reklamní kampaně byly v dubnu vysílány 21 dní. Počet opakování odvysílaných klipů 7 -10 denně, tj. celkem 201 za měsíc.

38) Přehled odvysílaných klipů bezpotisku.cz za období 09 2021 - celkem 201 odvysílaných reklamních kampaní

39) Ukázka spotřebitelských recenzí

Přihlašovatel je přesvědčen, že předložené doklady za období několika let prokazují, že přihlašované označení získalo rozlišovací způsobilost pro přihlašované služby ve tř. 35,

a to: maloobchod, velkoobchod, elektronický obchod (e-shop) prostřednictvím komunikačních sítí (Internet) s výrobky: oděvy, obuv, pokrývky hlavy, oděvní doplňky, trička, mikiny, sportovní soupravy, tepláky, kalhoty, tílka, kalhoty, vesty, šaty, sukně, košile, polokošile, šátky, šály, spodní prádlo, deky, pásky, batohy, tašky, kabelky, kosmetické tašky, peněženky, deštníky, pláštěnky, brýle, hračky

na území České republiky a splňuje podmínku zápisu do rejstříku ochranných známek.

za LEMICOM spol. s r.o.

Mgr. Jitka Vejražková, patentová zástupkyně

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-572983
Chytilová & spol., patentová kancelář, s.r.o.
Nad spádem 641/20
14700 Praha 4
ID DS: 29mfe6z

Váš dopis značky: 0405/001
Ochranná známka: e-kondomy
Číslo spisu: O-572983
Den podání: 24.06.2021
Vyřizuje: !

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 10.5.2022

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je ***částečně vyloučeno*** ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení **§ 4 písm. b)** zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, a to pro následující výrobky a služby ve třídách:

(5) spermicidy k aplikaci na kondomy; (10) kondomy, spermicidní kondomy, kondomy pro hygienické účely, návleky na penis; (35) maloobchodní prodej, velkoobchodní prodej, internetový prodej a maloobchodní zásilkové služby, vše s výrobky uvedenými výše ve třídách 5 a 10, **tzn. se spermicidy k aplikaci na kondomy, kondomy, spermicidními kondomy, kondomy pro hygienické účely a návleky na penisy/.**

Dle ustanovení **§ 4 písm. b)** zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které je způsobilé odlišit shodné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků či služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací

90004 - Příznačnost

způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale je nutno, aby svou formou i obsahem bylo do té míry originální, že jeho svérázné znaky mají schopnost individualizovat výrobky a služby, které jím mají být označeny.

Označení může být tvořeno i slovy užívanými v běžné řeči, avšak v takovém případě je nutné posoudit, nakolik souvisí takové označení s výrobky nebo službami, pro které je přihlašováno a zda neobsahuje i další prvky, které jsou schopny dodat označení jako celku potřebnou rozlišovací způsobilost.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží či služeb, popřípadě obchodní kruhy zabývající se daným druhem zboží a služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Průměrným spotřebitelem je spotřebitel přiměřeně dobře informovaný, všímavý a obezřetný, přičemž je nutno také vzít v úvahu, že úroveň pozornosti se mění podle kategorie dotčených výrobků nebo služeb.

Vzhledem k charakteru přihlašovaných výrobků a služeb ve třídách: *(3) masážní vosky, masážní oleje a mléka, masážní svíčky ke kosmetickým účelům, tělové masážní oleje, masážní oleje na obličej, masážní gely, jiné než pro léčebné účely, neléčivé masážní krémy, parfumerie a vonné přípravky, parfémová voda, osvěžovače vzduchu, parfémy, tělové deodoranty [voňavkářské výrobky], vůně pro osobní použití, parfémované krémy, parfémovaná mléka (toaletní přípravky), deodoranty pro osobní použití [parfumerie], pokojové vůně ve spreji, aroma difuzéry s rákosovými tyčinkami, vonné tělové vody a krémy, oleje pro kosmetické účely, kosmetika a kosmetické přípravky, kosmetická mýdla, pleťové vody pro kosmetické účely, chladivé krémy pro kosmetické účely, kosmetické soupravy, mýdla, éterické oleje, vlasové vody, tělové vody, kosmetická pleťová mléka a vody, koupelové a sprchové gely, nikoliv pro léčebné účely, pleťové krémy, pěny do koupele, tělový pudr, barvy na tělo (kosmetika), balzámy na rty [neléčivé], depilační přípravky, přípravky na holení, peelingy; (5) gely na sexuální stimulaci, sexuální lubrikanty, přípravky usnadňující sexuální styk, přípravky zabraňující pohlavnímu styku, přípravky pro snížení sexuální aktivity, hygienické přípravky a výrobky, osobní lubrikanty na bázi vody, osobní lubrikanty na bázi silikonu, lubrikační gely pro osobní použití, dezinfekční a antiseptické přípravky, antibakteriální přípravky, vaginální lubrikanty, vaginální hydratační přípravky, krémy na podporu orgasmu, spermicidy k aplikaci na kondomy, bylinné kapsle na posílení mužnosti, lubrikační přípravky pro penis, konečník nebo vaginu, přípravky pro vyvolání sexuální touhy nebo pro zlepšení sexuálních výkonů, přípravky, elixíry, afrodiziaka a byliny pro léčivé účely, dietetické a nutriční přípravky, výživové doplňky, hygienické tampóny, antikoncepční přípravky a látky, spermicidní gely, tekutiny a krémy, hygienické lubrikanty a dezinfekční prostředky používané v oblasti vaginy, penisu a konečníku, gely, tekutiny a krémy na podporu sexuálního zdraví a/nebo sexuální výkonnosti, doplňky na podporu sexuálního zdraví a sexuální výkonnosti, farmaceutické látky a přípravky, všechny související se sexuálním zdravím a/nebo sexuální výkonností, diagnostické přípravky a látky pro gynekologická vyšetření nebo pro diagnózu sexuálně přenosných chorob, afrodiziaka, látky ke zvýšení potence k vnitřnímu a vnějšímu použití, menstruační tampóny, menstruační hygienické potřeby, jednorázové menstruační spodní prádlo, menstruační kalhotky; (10) erotické hračky, nafukovací panny [erotické pomůcky], pomůcky pro sexuální aktivity, přístroje na sexuální aktivity, zařízení pro sexuální aktivity, sexuální pomůcky pro dospělé, vibrátory jako sexuální pomůcky pro dospělé, umělé penisy [pomůcky pro sexuální stimulaci pro dospělé], umělé vagíny jako sexuální pomůcky pro*

dospělé, ben wa kuličky, sexuální pomůcky pro dospělé, zvětšovače penisu, sexuální pomůcky pro dospělé, elektrické masážní přístroje, anální tampóny, analní kolíky, doplňky pro erotické hry mezi partnery, a to pouta, roubíky, obojky a vodítka, svorky na prsa, masky, šátky, biče, jezdecké bičíky, pásy cudnosti, vibromasážní přístroje, masážní přístroje, masážní míče, umělá pozadí jako sexuální doplňky pro dospělé, umělá poprsí jako sexuální doplňky pro dospělé, erotické společenské hry a karetní hry jako hračky pro dospělé, masážní křesla, masážní rukavice, termomasážní podložky, přístroje a nástroje na ruční masáže, elektrické masážní válečky, masážní přístroje na tělo, masážní křesla se zabudovanými masážními přístroji, přístroje pro masáž šíje, přístroje pro masáž zad, pěnové masážní válečky, neelektrické masážní přístroje, zařízení na masáž chodidel, elektrické masážní přístroje pro osobní potřebu, vaginální dilatátory, vaginální zrcátka, kondomy, spermicidní kondomy, kondomy pro hygienické účely, terapeutické přístroje obsahující masážní zařízení, přístroje k masáži pokožky hlavy, přístroje k masáži pokožky hlavy na baterie, zařízení na masírování, vibrační masírování nebo stimulaci těla, zařízení pro pomoc s pohlavním stykem, masturbaci a sexuální touhou, syntetické napodobeniny částí mužského a ženského těla, syntetické napodobeniny penisu a vagíny, kroužky na penis, dilda, postroje na umělé penisy, masturbační přístroje, umělé části těla, zařízení na trénování vagíny, pomůcky pro bondáž, masturbátory [zařízení pro sexuální stimulaci pro dospělé], antikoncepční, hygienická nebo profylaktická zařízení, osobní masážní zařízení, vibrátory, vibrační kroužky, stimulační zařízení pro podporu sexuálního vzrušení a sexuální výkonnosti, vakuová zařízení pro dosažení erekce [pomůcky pro sexuální stimulaci pro dospělé], vaginální cvičební nástroje, návleky na penisy, menstruační kalíšky, menstruační poháry; (25) spodní prádlo, kombiné, krátká dámská pyžama babydoll, body , noční košilky, noční košile a pyžama, noční čepice a čepce, noční úbory, podprsenky, samodržící podprsenky, podprsenky bez ramínek, jemné podprsenky bez kostic, podvazky na punčochy, punčochy, podkolenky, punčochové kalhoty, trikoty, legíny, vlněné punčochy, kostýmy, podvazky, korzety, dámské topy bez ramínek, podvazkové pásy, tvarovací prádlo, negližé, oděvy, bikiny, plavky, oděvy z kůže, kožené pásky (oděvy), oděvy z imitací kůže, oděvy z imitací kůže, kalhoty kratší délky, stahovací kalhotky, dámské spodní kalhotky, tanga, pokrývky hlavy, obuv, části oděvů, obuvi a pokrývek hlavy, podpatky, erotické spodní prádlo, oblečení povzbuzující sexuální fantazii z kůže nebo latexu, tunika, pásky (oděvy), uniformy, čepce, masky na oči, pásky přes oči, nikoliv pro léčebné účely, punčochové zboží, trikotové kombinézy, erotická obuv; (35) maloobchodní prodej, velkoobchodní prodej, internetový prodej a maloobchodní zásilkové služby, vše s výrobky uvedenými výše ve třídách 3, 5, 10 a 25, lze v posuzovaném případě ztotožnit průměrného spotřebitele se širokou veřejností, neboť právě té jsou určeny.

Přihlášené označení ve znění **„e-kondomy“** je vytvořeno z obecných slovních prvků, a to **e** /dané písmeno navozuje u běžného spotřebitele souvislost s e-shopem, elektronickým obchodem/ a přes pomlčku **kondomy** /=ochranné prostředky zakrývající lidský penis během sexuálního styku a mající za účel zabránit početí a přenosu sexuálních nemocí/, jejichž význam je tak spotřebitelům dobře znám, tj. e-shop s kondomy. Označení je v tomto případě požadováno k ochraně v prosté ***slovní*** podobě bez dalších identifikačních znaků (ať již slovních či obrazových), které mu mu zajistily potřebnou originalitu a tudíž i nezbytnou rozlišovací způsobilost, což je základní funkce ochranné známky.

Ve vztahu předmětného označení o názvu **„e-kondomy“** k nárokovaným výrobkům a službám ve třídách ***(5) spermicidy k aplikaci na kondomy; (10) kondomy, spermicidní kondomy, kondomy pro hygienické účely, návleky na penis; (35) maloobchodní prodej, velkoobchodní prodej, internetový prodej a maloobchodní zásilkové služby, vše s výrobky uvedenými výše ve třídách 5 a 10*, tzn. se spermicidy k aplikaci na kondomy, kondomy,**

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

spermicidními kondomy, kondomy pro hygienické účely a návleky na penisy/ se jedná o označení přímo popisné. S ohledem na výše vytčené výrobky a služby bude tudíž označení relevantním spotřebitelem bezprostředně vnímáno jenom jako informativní sdělení o těchto výrobcích a službách, nikoliv jako informace o jejich konkrétním poskytovateli.

Ochranná známka však musí být pro spotřebitele indikátorem původu označeného zboží či služeb. Takto koncipované pouhé ***slovní*** označení (s absencí *obchodního jména, loga či jiného výrazného obrazového motivu*) ale takovým indikátorem není. S ohledem na shora popsané skutečnosti považuje Úřad za důvodné se domnívat, že spotřebitelská veřejnost nebude schopna jen pod ***slovním*** označením ve znění **„e-kondomy“** jednoznačně identifikovat obchodní zdroj shora vymezených výrobků a služeb, tzn. individualizovat je a odlišit od analogických výrobků a služeb tímto názvem označených, pocházejících v konkurenčním prostředí rovněž od jiných soutěžitelů, podnikajících ve stejném nebo podobném sektoru na trhu.

Přihlašované označení může být zapsáno pro dotčené výrobky a služby, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k těmto výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého zdroje. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že tyto výrobky a služby pochází z určitého zdroje. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo ***v té podobě, v jaké je přihlašováno, tj. v analyzovaném případě ve slovní verzi o názvu*** **„e-kondomy“** ***(bez jakýchkoliv dalších dodatků)***, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu k těmto výrobkům a službám. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří např. informace o nabídce výrobků a poskytování služeb pod **uvedeným názvem**, s tím související objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály, etikety, hotové výrobky, obaly apod., z nichž je jasně patrno, že uvedené označení reálně užíval přihlašovatel. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky rozpozná, že vytčené výrobky a služby pochází od určitého subjektu, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 11.07.2022**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo prodloužené lhůtě, bude přihláška ***částečně zamítnuta*** (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

známkách, ve znění pozdějších předpisů) pro shora citované výrobky a služby ve třídách: ***(5) spermicidy k aplikaci na kondomy; (10) kondomy, spermicidní kondomy, kondomy pro hygienické účely, návleky na penisy; (35) maloobchodní prodej, velkoobchodní prodej, internetový prodej a maloobchodní zásilkové služby, vše s výrobky uvedenými výše ve třídách 5 a 10***, **tzn. se spermicidy k aplikaci na kondomy, kondomy, spermicidními kondomy, kondomy pro hygienické účely a návleky na penisy/** a řízení bude pokračovat pro níže uvedené výrobky a služby ve třídách:

(3) masážní vosky, masážní oleje a mléka, masážní svíčky ke kosmetickým účelům, tělové masážní oleje, masážní oleje na obličej, masážní gely, jiné než pro léčebné účely, neléčivé masážní krémy, parfumerie a vonné přípravky, parfémová voda, osvěžovače vzduchu, parfémy, tělové deodoranty [voňavkářské výrobky], vůně pro osobní použití, parfémované krémy, parfémovaná mléka (toaletní přípravky), deodoranty pro osobní použití [parfumerie], pokojové vůně ve spreji, aroma difuzéry s rákosovými tyčinkami, vonné tělové vody a krémy, oleje pro kosmetické účely, kosmetika a kosmetické přípravky, kosmetická mýdla, pleťové vody pro kosmetické účely, chladivé krémy pro kosmetické účely, kosmetické soupravy, mýdla, éterické oleje, vlasové vody, tělové vody, kosmetická pleťová mléka a vody, koupelové a sprchové gely, nikoliv pro léčebné účely, pleťové krémy, pěny do koupele, tělový pudr, barvy na tělo (kosmetika), balzámy na rty [neléčivé], depilační přípravky, přípravky na holení, peelingy; (5) gely na sexuální stimulaci, sexuální lubrikanty, přípravky usnadňující sexuální styk, přípravky zabraňující pohlavnímu styku, přípravky pro snížení sexuální aktivity, hygienické přípravky a výrobky, osobní lubrikanty na bázi vody, osobní lubrikanty na bázi silikonu, lubrikační gely pro osobní použití, dezinfekční a antiseptické přípravky, antibakteriální přípravky, vaginální lubrikanty, vaginální hydratační přípravky, krémy na podporu orgasmu, bylinné kapsle na posílení mužnosti, lubrikační přípravky pro penis, konečník nebo vagínu, přípravky pro vyvolání sexuální touhy nebo pro zlepšení sexuálních výkonů, přípravky, elixíry, afrodiziaka a byliny pro léčivé účely, dietetické a nutriční přípravky, výživové doplňky, hygienické tampóny, antikoncepční přípravky a látky, spermicidní gely, tekutiny a krémy, hygienické lubrikanty a dezinfekční prostředky používané v oblasti vagíny, penisu a konečníku, gely, tekutiny a krémy na podporu sexuálního zdraví a/nebo sexuální výkonnosti, doplňky na podporu sexuálního zdraví a sexuální výkonnosti, farmaceutické látky a přípravky, všechny související se sexuálním zdravím a/nebo sexuální výkonností, diagnostické přípravky a látky pro gynekologická vyšetření nebo pro diagnózu sexuálně přenosných chorob, afrodiziaka, látky ke zvýšení potence k vnitřnímu a vnějšímu použití, menstruační tampóny, menstruační hygienické potřeby, jednorázové menstruační spodní prádlo, menstruační kalhotky; (10) erotické hračky, nafukovací panny [erotické pomůcky], pomůcky pro sexuální aktivity, přístroje na sexuální aktivity, zařízení pro sexuální aktivity, sexuální pomůcky pro dospělé, vibrátory jako sexuální pomůcky pro dospělé, umělé penisy [pomůcky pro sexuální stimulaci pro dospělé], umělé vagíny jako sexuální pomůcky pro dospělé, ben wa kuličky, sexuální pomůcky pro dospělé, zvětšovače penisu, sexuální pomůcky pro dospělé, elektrické masážní přístroje, análni tampóny, analni kolíky, doplňky pro erotické hry mezi partnery, a to pouta, roubíky, obojky a vodítka, svorky na prsa, masky, šátky, biče, jezdecké bičíky, pásy cudnosti, vibromasážní přístroje, masážní přístroje, masážní míče, umělá pozadí jako sexuální doplňky pro dospělé, umělá poprsí jako sexuální doplňky pro dospělé, erotické společenské hry a karetní hry jako hračky pro dospělé, masážní křesla, masážní rukavice, termomasážní podložky, přístroje a nástroje na ruční masáže, elektrické masážní válečky, masážní přístroje na tělo, masážní křesla se zabudovanými masážními přístroji, přístroje pro masáž šíje, přístroje pro masáž zad, pěnové masážní válečky, neelektrické masážní přístroje, zařízení na masáž chodidel, elektrické masážní přístroje pro osobní potřebu, vaginální dilatátory, vaginální zrcátka, terapeutické přístroje obsahující masážní zařízení, přístroje k masáži pokožky hlavy, přístroje k masáži pokožky hlavy na

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

baterie, zařízení na masírování, vibrační masírování nebo stimulaci těla, zařízení pro pomoc s pohlavním stykem, masturbaci a sexuální touhou, syntetické napodobeniny částí mužského a ženského těla, syntetické napodobeniny penisu a vagíny, kroužky na penis, dilda, postroje na umělé penisy, masturbační přístroje, umělé části těla, zařízení na trénování vagíny, pomůcky pro bondáž, masturbátory [zařízení pro sexuální stimulaci pro dospělé], antikoncepční, hygienická nebo profylaktická zařízení, osobní masážní zařízení, vibrátory, vibrační kroužky, stimulační zařízení pro podporu sexuálního vzrušení a sexuální výkonnosti, vakuová zařízení pro dosažení erekce [pomůcky pro sexuální stimulaci pro dospělé], vaginální cvičební nástroje, menstruační kalíšky, menstruační pohárky; (25) spodní prádlo, kombiné, krátká dámská pyžama babydoll, body , noční košilky, noční košile a pyžama, noční čepice a čepce, noční úbory, podprsenky, samodržící podprsenky, podprsenky bez ramínek, jemné podprsenky bez kostic, podvazky na punčochy, punčochy, podkolenky, punčochové kalhoty, trikoty, legíny, vlněné punčochy, kostýmy, podvazky, korzety, dámské topy bez ramínek, podvazkové pásy, tvarovací prádlo, negližé, oděvy, bikiny, plavky, oděvy z kůže, kožené pásky (oděvy), oděvy z imitací kůže, oděvy z imitací kůže, kalhoty kratší délky, stahovací kalhotky, dámské spodní kalhotky, tanga, pokrývky hlavy, obuv, části oděvů, obuvi a pokrývek hlavy, podpatky, erotické spodní prádlo, oblečení povzbuzující sexuální fantazii z kůže nebo latexu, tunika, pásky (oděvy), uniformy, čepce, masky na oči, pásky přes oči, nikoliv pro léčebné účely, punčochové zboží, trikotové kombinézy, erotická obuv; (35) maloobchodní prodej, velkoobchodní prodej, internetový prodej a maloobchodní zásilkové služby, vše s výrobky uvedenými výše ve třídách 3, 5, 10 a 25.

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Chytilová & spol.
patentová kancelář

Chytilová & spol., patentová kancelář, s.r.o., Nad spádem 641/20, 147 00 Praha 4, e-mail: sekretariat@chytilova.cz

Úřad průmyslového vlastnictví
A. Čermáka 2a
160 68 Praha 6

12/09/2022

Značka spisu: O-572983
Naše značka: 0405/001

Věc:
Přihláška ochranné známky „e-kondomy" – vyjádření k výsledku věcného průzkumu

Ve věci výše uvedené přihlášky ochranné známky jsme obdrželi oznámení o výsledku věcného průzkumu. V něm je uvedeno, že *„Přihlašované označení je částečně vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, a to pro následující výrobky a služby ve třídách: (5) spermicidy k aplikaci na kondomy; (10) kondomy, spermicidní kondomy, kondomy pro hygienické účely, návleky na penis; (35) maloobchodní prodej, velkoobchodní prodej, internetový prodej a maloobchodní zásilkové služby, vše s výrobky uvedenými výše ve třídách 5 a 10, tzn. se spermicidy k aplikaci na kondomy, kondomy, spermicidními kondomy, kondomy pro hygienické účely a návleky na penisy/"*.

K tomu uvádíme následující. E-shop přihlašovatele „e-kondomy.cz" je největší internetový obchod se sexuálními pomůckami a erotickým zbožím v ČR. Je vysoce hodnocen zákazníky, má na české poměry vysokou návštěvnost a trvale vysokou kvalitu poskytovaných služeb. Získal i hodnocení „E-shop roku 2021".

Ve výměru uvedené výrobky služby jsou dominantou tohoto e-shopu. V příloze na důkaz svých tvrzení předkládáme výběr cca 300 faktur spojených s dotčeným zbožím, dále pak výsledky hodnocení zákazníků, Google analytics jako doklad opravdu vysoké návštěvnosti a některé další výtisky ze sociálních sítí a internetu.

Máme za to, že intenzitou užívání, hodnocením zákazníků a oceněním, které označení získalo, současně prokázalo i získaní rozlišovací způsobilosti, a dokonce i dobrého jména ve smyslu zákona 441/2003 Sb., o ochranných známkách v aktuálních znění, a proto nic nebrání jeho zápisu do rejstříku ochranných známek pro všechny nárokované výrobky a služby.

Děkujeme a jsme s pozdravem

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-572983
Chytilová & spol., patentová kancelář, s.r.o.
Nad spádem 641/20
14700 Praha 4
ID DS: 29mfe6z

Váš dopis značky: 0405/001
Ochranná známka: e-kondomy
Číslo spisu: O-572983
Den podání: 24.06.2021
Vyřizuje: l

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 3.3.2023

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Výměrem Úřadu ze dne ***10.05.2022*** byl zástupci přihlašovatele sdělen výsledek věcného průzkumu jím zastupované přihlášky ochranné známky s tím, že přihlašované ***slovní*** označení ve znění **„e-kondomy“** je ***částečně*** vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení **§ 4 písm. b)** zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Ochranná známka je označení, které umožňuje odlišit stejné výrobky či služby, pocházející od různých producentů nebo poskytovatelů. Jak již bylo zástupci přihlašovatele oznámeno, předmětné ***slovní*** označení o názvu **„e-kondomy“** je v tomto případě tvořeno jen spojením nedistinktivních slovních výrazů **e** a **kondomy** bez rozlišujícího údaje v podobě *firemního jména, loga či jiného obrazového motivu.* V tomto pojetí bylo přihlášené označení vyhodnoceno ve vztahu k vytčeným výrobkům a službám ve třídách 5, 10 a 35, tzn.: ***(5) spermicidy k aplikaci na kondomy; (10) kondomy, spermicidní kondomy, kondomy pro hygienické účely, návleky na penis; (35) maloobchodní prodej, velkoobchodní prodej, internetový prodej a maloobchodní zásilkové služby, vše s výrobky uvedenými výše ve třídách 5 a 10,*** **tzn. se spermicidy k aplikaci na kondomy, kondomy, spermicidními kondomy, kondomy pro hygienické účely a návleky na penisy** jako označení s absencí potřebné distinktivity.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Zástupce přihlašovatele byl tedy vyzván k předložení důkazních materiálů v podobě adekvátních dokladů prokazujících nabytí rozlišovací způsobilosti označení jeho užíváním v obchodním styku. V ***1-krát prodloužené lhůtě*** určené pro vyřízení výměru zaslal zástupce přihlašovatele Úřadu dne **12.09.2022** vyjádření k průzkumu společně s určitými podklady.

Úřad posoudil předložené vyjádření a důkazy jednotlivě i ve vzájemných souvislostech a výsledek jejich zhodnocení je následující:

Materiály prokazující rozlišovací způsobilost zkoumaného označení musí obecně splňovat 3 základní podmínky:

1.) Subjekt přihlašovatele na nich musí vystupovat v pozici dodavatele /poskytovatele/ nabízených výrobků a služeb pro různé odběratele
2.) Označení se na nich musí vyskytovat v takové podobě, v jaké je přihlašováno k ochraně, tj. v daném případě ve slovní - **„e-kondomy“**
3.) Musí z nich být zřetelné nárokované výrobky a služby

Doručené stanovisko zástupce přihlašovatele spolu s dokumenty však shora uváděné podmínky nenaplňují v požadované míře.

Zástupce přihlašovatele ve svém stanovisku nejprve Úřadu sdělil, že v případě daného označení jde o e-shop, který je největším internetovým obchodem se sexuálními pomůckami a erotickým zbožím v ČR. Na podporu svých tvrzení doložil 1-krát výjezd z Googlu, pozitivní ohlas z Heureky, výtisky ze sociálních sítí - Facebook, Instagram, kde však sledovanost není příliš velká. Naopak poměrně vysoká a kontinuální je návštěvnost příslušných webových stránek, ale je to pouze jeden doklad, který svědčí o nějakém významném povědomí mezi zákazníky.

Jako konkrétní doklady o užívání zástupce předložil zejména výběr cca 300 faktur za období let 2017-2022. Jsou to dodávky produktů jednotlivým zákazníkům - fyzickým osobám v počtu jednotek kusů, tj. v řádech sto až drobné tisíce korun na jedné faktuře, což zrovna nesvědčí o velkém obratu zboží, resp. velkých objemech realizovaných obchodů. Chybí prokázání obchodování s právnickými osobami, což by obrat zvýšilo. Prodávané výrobky označení **e-kondomy** na fakturách nenesou, jde o *zcela určité obchodní značky (viz Durex atd.)*., proto přiznat ochranu označení **e-kondomy** na citovaných výrobcích ani nelze. Každá faktura je navíc v levém horním rohu opatřena rozlišujícím barevným obrazovým provedením analyzovaného označení, ale v této podobě není přihlášeno. Celkově tedy z dokladů vyplývá, že označení se objevuje jen jako součást domény, jejímž prostřednictvím subjekt přihlašovatele provozuje e-shop s erotickým zbožím. Tuto skutečnost Úřad nijak nezpochybňuje, avšak užívání označení bylo tak dokladováno jen pro třídu 35 s tím, že ani pro tuto třídu rozlišovací způsobilost s ohledem na výše uvedené prokázána nebyla.

Po zevrubném seznámení se zprávou zástupce přihlašovatele včetně doložených dokumentů musí Úřad tedy trvat na tom, že označení **„e-kondomy“** takto ve ***slovní*** formě není ozvláštněno žádným originálním znakem a jedná se tudíž pro shora vymezené výrobky a služby o nedistinktivní označení.

Přihlášené označení je proto *nadále* ***částečně*** vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení **§ 4 písm. b)** zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, neboť v dané formě postrádá potřebnou příznačnost.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Přihlašované označení může být zapsáno pro dotčené výrobky a služby, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k vytčeným výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého zdroje. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že dotčené výrobky a služby pochází z určitého zdroje. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo ***v té podobě, v jaké je přihlašováno, tj. ve slovní verzi o názvu*** **„e-kondomy“** ***(bez jakýchkoliv dalších dodatků)***, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu k vymezeným výrobkům a službám. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří např. informace o nabídce, prodeji zboží a provozování služeb **pod uvedeným názvem**, s tím související objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály, etikety, hotové výrobky, obaly apod., z nichž je jasně patrno, že uvedené označení reálně užíval přihlašovatel. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky rozpozná, že výrobky a služby pochází od určitého subjektu, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání nabytí rozlišovací příhlášeného označení Vám poskytujeme lhůtu novou lhůtu **do 03.05.2023**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo prodloužené lhůtě pro shora vymezené výrobky a služby ve třídách 5, 10 a 35, bude přihláška ochranné známky ***částečně zamítnuta*** (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů).

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Chytilová & spol.
patentová kancelář

Chytilová & spol., patentová kancelář, s.r.o., Nad spádem 641/20, 147 00 Praha 4, e-mail: sekretariat@chytilova.cz

Úřad průmyslového vlastnictví
A. Čermáka 2a
160 68 Praha 6

23/06/2023

Značka spisu: O-572983
Naše značka: 0405/001

Věc:
Přihláška ochranné známky „e-kondomy" – vyjádření k dalšímu výsledku věcného průzkumu

Ve věci výše uvedené přihlášky ochranné známky jsme obdrželi další oznámení o výsledku věcného průzkumu.

Stejně jako v prvním oznámení o výsledku věcného průzkumu, kde bylo uvedeno, že *„Přihlašované označení je částečně vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, a to pro následující výrobky a služby ve třídách: (5) spermicidy k aplikaci na kondomy; (10) kondomy, spermicidní kondomy, kondomy pro hygienické účely, návleky na penis; (35) maloobchodní prodej, velkoobchodní prodej, internetový prodej a maloobchodní zásilkové služby, vše s výrobky uvedenými výše ve třídách 5 a 10, tzn. se spermicidy k aplikaci na kondomy, kondomy, spermicidními kondomy, kondomy pro hygienické účely a návleky na penisy"*, i zde Úřad trvá na této výluce.

Výhrada zápisné nezpůsobilosti se tedy týká pouze vyjmenovaných výrobků ve třídách 5 a 10 a vyjmenovaných služeb ve třídě 35.

V předchozím vyjádření jsme doložili návštěvnost webových stránek, sociálních sítí a cca 300 fakturu koncovým zákazníkům.

V nyní řešeném oznámení o výsledku věcného průzkumu Úřad uvádí toto:

„Zástupce přihlašovatele ve svém stanovisku nejprve Úřadu sdělil, že v případě daného označení jde o e-shop, který je největším internetovým obchodem se sexuálními pomůckami a erotickým zbožím v ČR. Na podporu svých tvrzení doložil 1-krát výjezd z Googlu, pozitivní ohlas z Heureky, výtisky ze sociálních sítí - Facebook, Instagram, kde však sledovanost není příliš velká. Naopak poměrně vysoká a kontinuální je návštěvnost příslušných webových stránek, ale je to pouze jeden doklad, který svědčí o nějakém významném povědomí mezi zákazníky. Jako konkrétní doklady o

užívání zástupce předložil zejména výběr cca 300 faktur za období let 2017-2022. Jsou to dodávky produktů jednotlivým zákazníkům - fyzickým osobám v počtu jednotek kusů, tj. v řádech sto až drobné tisíce korun na jedné faktuře, což zrovna nesvědčí o velkém obratu zboží, resp. velkých objemech realizovaných obchodů. Chybí prokázání obchodování s právnickými osobami, což by obrat zvýšilo. Prodávané výrobky označení e-kondomy na fakturách nenesou, jde o zcela určité obchodní značky (viz Durex atd.)., proto přiznat ochranu označení e-kondomy na citovaných výrobcích ani nelze. Každá faktura je navíc v levém horním rohu opatřena rozlišujícím barevným obrazovým provedením analyzovaného označení, ale v této podobě není přihlášeno. Celkově tedy z dokladů vyplývá, že označení se objevuje jen jako součást domény, jejímž prostřednictvím subjekt přihlašovatele provozuje e-shop s erotickým zbožím. Tuto skutečnost Úřad nijak nezpochybňuje, avšak užívání označení bylo tak dokladováno jen pro třídu 35 s tím, že ani pro tuto třídu rozlišovací způsobilost s ohledem na výše uvedené prokázána nebyla".

K tomu uvádíme následující.

Ačkoli bylo opakovaně judikováno, že hodnocení předložených dokladů ze strany Úřadu musí být dostatečně konkrétní, jasné a logické, přičemž je třeba se podrobně vypořádává se všemi předloženými doklady a informacemi v nich obsažených či z nich vyplývajících. Hodnocení je třeba vždy provádět ve vzájemné souvislosti, nikoli jednotlivě.

Předložili jsme doklad o skutečně nadprůměrné návštěvnosti webu přihlašovatele Doklad o návštěvnosti webové stránky přihlašovatele Úřad zhodnotil takto: *„Naopak poměrně vysoká a kontinuální je návštěvnost příslušných webových stránek, ale je to pouze jeden doklad, který svědčí o nějakém významném povědomí mezi zákazníky"*. Úřad tedy uznal významnou a kontinuální návštěvnost webové stránky přihlašovatele, která nese shodné označení jako projednávané označení. Dle našeho názoru jsou čísla nadprůměrná.

Dále jsme doložili hodnocení z webu Heureka.cz, kde je opět velice vysoká odezva zákazníků, včetně velice vysokého hodnocení. V době předložení prvního vyjádření (09/2022) zde hodnotilo více jak 12600 zákazníků. Tato čísla nevzal Úřad při svém hodnocení v úvahu. Rovněž nevzal v úvahu vysoké hodnocení zákazníků, ani ocenění e-shop roku 2021. Aktuálně předkládáme čísla z dnešního dne (23/06/2023), kdy zde hodnotí již více jak 14500 zákazníků. Že se jedná o výjimečná čísla dokládáme i výtisky hodnocení dvou největších konkurentů, kteří těchto čísel hodnocení nedosahují (přílohy P1 až P3).

Rovněž jsme předložili doklady o návštěvnosti sociálních sítí. V síti Instagram měl přihlašovatel sledovanost (počet followerů) více jak 4100, aktuálně má více jak 4700 followerů (příloha P4). V síti facebook pak měl přihlašovatel téměř 40 tisíc sledujících jeho stránky, aktuálně pak více jak 43 tisíc sledujících – doloženo v příloze P5. K těmto číslům Úřad bez dalšího konstatoval, že sledovanost není příliš velká. Čtyři tisíce sledujících na Instagramu je v daném oboru celkem velké číslo. Hlavní konkurenti přihlašovatele mají obdobná čísla na této síti – dokládáme výtiskem Flagranti Instagram Příloha P6. Co se týká sítě Facebook, pak sledovanost 40 tisíc je jistě velká,

konkurenti mají mnohem menší sledovanost – doloženo v příloze P7 a P8. Nelze tedy rozhodně tvrdit, že sledovanost sociálních sítí přihlašovatele, kde užívá předmětné označení „není příliš velká". Důkazy svědčí o opaku.

Dále jsme doložili výběr cca 300 faktur z období 2017-2022 – tedy za pět let. Co se týká předložených faktur, pak zcela nesouhlasíme s hodnocením Úřadu, jak je prezentováno v dotčeném oznámení o výsledku věcného průzkumu. Úřad doslova uvádí, že *„Jsou to dodávky produktů jednotlivým zákazníkům - fyzickým osobám v počtu jednotek kusů, tj. v řádech sto až drobné tisíce korun na jedné faktuře, což zrovna nesvědčí o velkém obratu zboží, resp. velkých objemech realizovaných obchodů. Chybí prokázání obchodování s právnickými osobami, což by obrat zvýšilo"*.

Tento požadavek nemá dle našeho názoru oporu v zákoně. Zákon o ochranných známkách, odborná literatura ani judikatura, pokud je nám známo, neklade žádné konkrétní požadavky na to, na jaké konkrétní zákazníky má daná ochranná známka cílit, a tedy doklady jakým konkrétním koncovým zákazníků je třeba předložit, pokud je to třeba. Judikatura a ustálená praxe zná pojem „průměrného spotřebitele", nicméně tento se liší v závislosti na konkrétní komoditě, která se pod ochrannou známkou produkuje. Zde se jedná o kondomy a spermicidy. Tyto komodity si zpravidla kupují jednotlivci, jde o prostředky osobní spotřeby. Není tedy pravděpodobné, že by tyto kupovaly právnické osoby. Jednalo by se možná o zajímavý zaměstnanecký benefit, kdyby velké podniky svým zaměstnancům tyto pomůcky kupovali ve velké, ale na trhu se toto jistě neděje.

300 faktur za období 11/2017 až 07/2022 není zrovna malé číslo. Usuzovat hodnotu obrazu zboží z jednotkové ceny nelze. Bylo předloženo konkrétně 282 faktury, přičemž 281 z nich obsahuje alespoň jednu položku Durex Real Feel 100 pack, jde o 100 kusové balení kondomů, které si zákazníci koupili nejméně 281x. K tomu samozřejmě i další zboží z této kategorie. Celková suma předložených faktur (jedná se o výběr) je téměř jeden milion korun. Kondomy a spermicidy jsou zboží, které nemá jednotkovou cenu v řádech tisíců, ale desítek korun. Toto specifikum komodit Úřad v hodnocení nijak nezohlednil.

Rovněž nezohlednil, že se jedná o výběr faktur. Přihlašovatel vydává ročně více jak 200 000 faktur, a za celu historii víc něž 1 000 000 faktur. Pokud bychom je všechny doručili Úřadu, patrně bychom tak ochromili jeho chod. Nicméně v příloze zasíláme navíc výkazy zisku a ztrát a daňové přiznání za rok 2021, kde jsou vidět obraty firmy (přílohy P9 a P10 – tyto s ohledem na citlivost údajů považujeme za obchodní tajemství přihlašovatele a žádáme, aby s nimi bylo v tomto režimu nakládáno). Přihlašovatel má více než 500 000 koncových zákazníků. Ročně investuje desítky milionů korun do reklamy v TV a na rádiu na propagaci značky e-kondomy.cz. Na důkaz tohoto tvrzení překládáme fakturu a media plán (příloha P11 – tyto doklady s ohledem na citlivost údajů považujeme za obchodní tajemství přihlašovatele a žádáme, aby s nimi bylo v tomto režimu nakládáno). K tomu také přehled podílu jednotlivých stanic na sledovanosti (příloha P12). Je zjevné, že zásah spotřebitelské veřejnosti je značný.

Kombinace faktur a hodnocení zákazníků na Heuréka.cz, kteří si zboží museli koupit, aby mohli hodnotit, hodnocení a sledovanost na sociálních sítí, vysoká návštěvnost webu, ze které plyne i vysoká návštěvnost podstránky „kondomy" a také „košík" – tedy byl proveden nákup, investice do reklamy v hlavním vysílacím čase (s ohledem na povahu zboží je možné reklamu vysílat až po 22 hodině, přičemž hlavní vysílací čas se počítá v rozmezí 19 – 23 hodin, toto vše svědčí tomu, že nejméně pro třídu 35 *maloobchodní prodej, velkoobchodní prodej, internetový prodej a maloobchodní zásilkové služby, vše s výrobky uvedenými výše ve třídách 5 a 10, tzn. se spermicidy k aplikaci na kondomy, kondomy, spermicidními kondomy, kondomy pro hygienické účely a návleky na penisy*, má rozlišovací způsobilost.

I když podle Úřadu nejsou dotčené výrobky přímo označovány přihlašovaným označením, přesto se domníváme, že z předložených dokladů lze dovodit rozlišovací způsobilost i pro ně.

Máme za to, že intenzitou užívání, hodnocením zákazníků a oceněním, které označení získalo, současně prokázalo i získaní rozlišovací způsobilosti, a dokonce i dobrého jména ve smyslu zákona 441/2003 Sb., o ochranných známkách v aktuálních znění, a proto nic nebrání jeho zápisu do rejstříku ochranných známek pro všechny nárokované výrobky a služby.

Děkujeme a jsme s pozdravem

Patentová zástupkyně

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-578032
Mgr. IVAN RÁMEŠ, advokát
Na Florenci 2116/15
11000 Praha 1
ID DS: 7hcquf5

Váš dopis značky:
Ochranná známka: HODINÁŘSTVÍ BECHYNĚ
Číslo spisu: O-578032
Den podání: 08.03.2022
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 16.9.2022

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které má schopnost odlišit na trhu stejné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale je nutno, aby svou formou a obsahem bylo do té míry originální, že jeho osobité znaky mají schopnost individualizovat výrobky a služby, které jím mají být označeny.

Označení může být tvořeno i slovy užívanými v běžné řeči, ovšem v takovém případě je nutné posoudit, nakolik souvisí posuzované označení s výrobky či službami, pro které je přihlašováno, a zda-li přihlašované označení neobsahuje jiné prvky, které jsou schopny označení jako celku dodat potřebnou rozlišovací způsobilost.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitelé daného druhu zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

kruhy, zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá.

Vzhledem k charakteru přihlašovaných výrobků a služeb ve tř. (14) klenoty, bižuterie, hodiny, hodinky, drahokamy, budíky, stopky, mechanismy do hodin a hodinek, součásti hodin a hodinek, hodinkové náramky, řemínky, pásky a řetízky, kryty na hodinky, pouzdra na náramkové hodinky, váčky na hodinky, příslušenství k hodinkám; (35) maloobchodní služby týkající se prodeje hodin a hodinek, propagační činnost, reklama, marketingové studie, analýzy nákupních a velkoobchodních cen, průzkum trhu, organizování reklamních výstav a veletrhů, aktualizování reklamních materiálů a reklamních ploch; (37) opravy a údržba hodin a hodinek, poskytování informací vztahujících se k opravám nebo údržbě hodin a hodinek, lze průměrného spotřebitele ztotožnit s širokou veřejností.

Přihlašované označení je tvořeno slovními prvky běžné slovní zásoby „HODINÁŘSTVÍ BECHYNĚ", jejichž obecný význam je spotřebiteli zřejmý. Slovní prvek „hodinářství" označuje obchod, kde se prodávají nebo opravují hodinky či hodiny. Pod označením „Bechyně" si průměrný spotřebitel představí známé město v jižních Čechách. Přihlašované označení tedy poskytuje informaci obecného charakteru o druhu obchodu a zeměpisného údaje, pod kterým se budou přihlašované výrobky a služby související s provozováním hodinářství poskytovat. Přihlašované označení je přihlašováno pouze ve slovní podobě a neobsahuje další rozlišovací prvky fantazijního charakteru – grafické, obrazové apod., které by jinak obecnému označení dodaly potřebnou distinktivitu. Je nutno konstatovat, že přihlašované označení neobsahuje žádný nosný rozlišující prvek, podle kterého by se mohl spotřebitel na trhu shodných výrobků a služeb orientovat. Přihlašovatel tak nebude schopen pod přihlašovaným označením jednoznačně identifikovat obchodní zdroj výše uvedených služeb. Vzhledem k uvedenému je tedy nutno konstatovat, že přihlašované označení postrádá základní funkci ochranné známky, tj. rozlišovací způsobilost. Z těchto důvodů je předmětné označení pro přihlašované výrobky a služby vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním označení vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky tomuto označení rozpoznala, že dotčené výrobky a služby pocházejí od určitého subjektu. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním označení lze vzít v úvahu zejména podíl tohoto označení na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání tohoto označení, velikost investic podnikatele do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě označení rozpozná, že výrobky a služby pocházejí od určitého subjektu, i prohlášení obchodních a průmyslových komor nebo jiných profesních sdružení.

K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých se přihlašované označení objevuje v té podobě, v jaké je přihlašováno, a které zároveň jednoznačně dosvědčují, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu k přihlašovaným výrobkům a službám. Mezi takové doklady mohou patřit např. informace o výrobcích a poskytovaných službách pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy či reklamní cesty propagace daného označení apod. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším podstatná část této veřejnosti, na základě označení rozpozná, že výrobky a služby pocházejí

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

od určitého subjektu, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 16.11.2022**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

10.11.22

HAVEL & PARTNERS
ÚSPĚCH SPOJUJE

PRAHA | BRNO | BRATISLAVA
PLZEŇ | OLOMOUC | OSTRAVA

Florentinum, recepce A
Na Florenci 2116/15, 110 00 Praha 1, Česká republika
Tel: +420 255 000 111

Titanium Business Complex
Nové sady 996/25, 602 00 Brno, Česká republika
Tel: +420 545 423 420

Centrum Zuckermandel
Žižkova 7803/9, 811 02 Bratislava, Slovenská republika
Tel: +421 232 113 900

D2209 Z315

Úřad průmyslového vlastnictví
OSOBNĚ
Počet listů 8
Počet svazků 1+1CD

UPV202200011070

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ

Antonína Čermáka 2a

Praha 6 – Bubeneč

160 68

Doručeno osobně

V Praze dne 9. 11. 2022

Číslo spisu: **O-578032**

Přihlašované označení: **„HODINÁŘSTVÍ BECHYNĚ“**

Přihlašovatel: **Hodinářství Bechyně s.r.o.**, V jámě 699/1, 110 00 Praha 1, Nové Město

Zastoupen: **Mgr. Ivanem Rámešem**, advokátem, advokátní kancelář HAVEL & PARTNERS s.r.o., se sídlem Na Florenci 2116/15, 110 00 Praha 1, zapsaným do seznamu advokátů vedeného ČAK pod evidenčním č. 14792, na základě prezidiální plné moci evidované u Úřadu průmyslového vlastnictví pod č. 17011.

Vyjádření k výsledku věcného průzkumu ze dne 16. 9. 2022

Přílohy:

- *dle seznamu na konci podání*
- *CD nosič s elektronicky nahranými přílohami*

HAVEL & PARTNERS s.r.o.
advokátní kancelář

I.

Dosavadní řízení

Přihlašovatel podal 8. března 2022 přihlášku slovní ochranné známky „HODINÁŘSTVÍ BECHYNĚ" pro výrobky a služby tříd 14, 35 a 37 (dále jen „**Přihlašované označení**").

Dle výsledku věcného průzkumu z 16. září 2022 (dále jen „**Výměr**") je Přihlašované označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách (dále jen „**ZOZ**"), protože nemá rozlišovací způsobilost.

Nadepsaný úřad (dále jen „**Úřad**") ve Výměru v souladu s § 5 ZOZ připouští možnost Přihlašované označení zapsat, kdyby Přihlašovat prokázal, že získalo před zápisem do rejstříku v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost.

Přihlašovatel je přesvědčen o tom, že Přihlašované označení získalo rozlišovací způsobilost, a to z důvodů a na základě důkazů, jak následují.

II.

Získání rozlišovací způsobilosti

Úřad seznal, že Přihlašované označení nemá rozlišovací způsobilost s tím, že se jedná o slogan bez potřebné kreativity a originality a průměrný spotřebitel bude spojovat:

- slovní prvek „hodinářství" s výrobky a službami, pro které je žádána ochrana, a
- slovní prvek „Bechyně" s městem v Jižních Čechách.

Přihlašovatel je naopak přesvědčen, že díky masivní propagaci a vydobytému postavení na trhu spotřebitelé poznají, že Přihlašované označení pochází od Přihlašovatele a že se nejedná o hodinářství ve městě Bechyně. Přihlašované označení je totiž Přihlašovatelem pro výrobky a služby, pro které se žádá ochrana, užíváno minimálně **již od roku 2005** a za tu dobu získalo u relevantní veřejnosti oblibu. Relevantní část veřejnosti, hledající luxusní hodinky a s tím spojený prvotřídní servis, si zvykla zajít si pro dané zboží a služby, pro které Přihlašované označení žádá o zápis, právě do Hodinářství Bechyně. Mezi dalšími prodejci luxusních hodinek si Přihlašované označení za dobu své existence zajistilo takový podíl na trhu tohoto zboží, že relevantní veřejnost je s to spojit si Přihlašované označení s nabídkou Přihlašovatele.

Z výše uvedených důvodů a na základě výše uvedených tvrzení, které Přihlašovatel dokládá doklady popsanými níže, má Přihlašovatel za to, že Přihlašované označení získalo za dobu své existence rozlišovací způsobilost v takovém míře, že relevantní veřejnost si **Přihlašované označení** výrobků a služeb **spojí právě s Přihlašovatelem**.

III.

Doklady o získání rozlišovací způsobilosti

Přihlašovatel je přesvědčen o tom, že Přihlašované označení získalo rozlišovací způsobilost, kterou dokládá následujícími důkazy o jeho užívání, prokazující splnění podmínek ustanovení § 5 ZOZ:

Webové stránky Přihlašovatele

- Webové stránky Přihlašovatele jsou dostupné na https://www.hodinarstvibechyne.cz/cs/ a uvádějí Přihlašované označení ve slovní podobě Hodinářství Bechyně, viz například



Hodinářství Bechyně je hrdé na to, že patří do celosvětové sítě oficiálních prodejců značky Rolex, kteří mají právo prodávat hodinky Rolex a zajišťovat jejich servis. Je nám ctí, že od roku 1996 jako první v postkomunistických zemích jsme mohli nabízet hodinky jedné z nejvýznamnějších hodinářských značek.

BECHYNĚ

Servis hodinek

- Přihlašovatel je také vydavatelem svého vlastního magazínu pod názvem „Každá vteřina. Magazín Hodinářství Bechyně", ve kterém v několika sekcích pravidelně přináší informace o luxusních hodinkách, různých kampaních a například také o spolupráci společnosti Přihlašovatele s různými organizacemi.

Důkaz č. 1 *Ukázky z magazínu Hodinářství Bechyně*

Propagace Přihlašovaného označení v médiích

- Přihlašované označení je po celou dobu existence rozsáhle podporováno **reklamou v médiích**. Kampaň je pravidelně umisťována do online i tištěných magazínů, jako jsou Forbes, Watchlt, Vogue, National Geographic, a to pravidelně již od roku 2005. Přihlašovat dále pravidelně sponzoruje různé akce, jako byl například golfový turnaj Berounský Tipsport Czech Ladies Open v červnu 2022, či Českou jezdeckou federaci.

Důkaz č. 2 *Reklama na czechdesign.cz*
Důkaz č. 3 *Podpora Berounského Tipsport Czech Ladies Open červen 2022*
Důkaz č. 4 *Podpora České jezdecké federace*
Důkaz č. 5 *Reklama – Longines uvádí Spirit Zulu Time - Watch It!*
Důkaz č. 6 *Reklama – Longines představil nové modely Longines Legend Diver Watch _ Magazín _ Golf Vacations*
Důkaz č. 7 *Reklama – Forbes ESPRESSO*
Důkaz č. 8 *Výběr ukázek reklam v tištěných publikacích*

Pro představu, jak rozsáhle Přihlašovatel propaguje Přihlašované označení, je přikládána **fotografie archivu** marketingového oddělení, ve kterém jsou vidět archivované články a reklamy v časopisech od roku 2004 do roku 2014 obsahující Přihlašované označení.

Důkaz č. 9 *Archiv*

Dále Přihlašovatel dokládá pro podporu svých argumentů ohledně získaní rozlišovací způsobilosti Přihlašovaného označení **faktury** vystavené mu za různé druhy reklamních kampaní včetně reklamy na Facebooku nebo v České televizi ve formě sponzorských vzkazů před Událostmi za okamžik a pořadem Branky, body, vteřiny v červnu 2022, jakož i **objednávky** reklamy propagující Přihlašované označení.

Důkaz č. 10 *Faktura č. 4202110147 BigMedia reklamní panely*
Důkaz č. 11 *Objednávka ČTK 30 let svobodného podnikání*
Důkaz č. 12 *Faktura č. 3176382576436 Google AdWords*
Důkaz č. 13 *Faktura za reklamu na Facebooku*
Důkaz č. 14 *Faktura za zpracování outdoorové reklamy*

Důkaz č. 15	*Faktura č. 8122004872 za reklamu v tisku*
Důkaz č. 16	*Faktura č. 4202203004 za reklamní panely*
Důkaz č. 17	*Faktura č. FV1-28/2022 za sponzorské vzkazy v České televizi*
Důkaz č. 18	*Faktura č. 1003135 za reklamu v magazínu Mercedes*
Důkaz č. 19	*Faktura č. FVT-344/2002 za reklamu na externích hodinách v prostorách tenisových kurtů apod.*
Důkaz č. 20	*Faktura č. FAV 20190092 za reklamu v magazínu Golf Vacations*
Důkaz č. 21	*Potvrzení objednávky na reklamní kampaň v časopise Forbes*
Důkaz č. 22	*Objednávka na inzertní plochu do časopisu Vogue*

Propagace Přihlašovaného označení na reklamních plochách venku

Přihlašovatel pravidelně umisťuje přihlašované označení na billboardy u komunikací, jakož i například na trolejbusy a autobusy.

Důkaz č. 23	*Billboardy – kampaň únor 2022*
Důkaz č. 24	*Objednávka o pronájmu reklamních ploch (trolejbusy a autobusy)*
Důkaz č. 25	*Fotografie reklamy na MHD*

Propagace Přihlašovaného označení v článcích

- Přihlašovatel dále propaguje své výrobky a služby, pro které má být Přihlašované označení zapsáno, v článcích a podcastech na internetu.

Důkaz č. 26	*„HODINÁŘSTVÍ BECHYNĚ: Píle, férovost a věrnost svému povolání" České noviny 12. 11. 2019*
Důkaz č. 27	*„Mistrovství chce čas, říkají v podcastu spolumajitelka Hodinářství Bechyně a šéf České filharmonie" Forbes 15. 6. 2021, online verze podcastu dostupná online: https://forbes.cz/podcast-hodinarstvi-bechyne/*

Propagace Přihlašovaného označení v na sociálních sítích

- Přihlašované označení je běžně užíváno i na sociálních sítích Facebook (14 634 sledujících), Instagram (2809 sledujících) a dále na YouTube, na kterých má Přihlašovat založené účty pod Přihlašovaným označením. Přihlašovatel tak užívá Přihlašované označení intenzivně prostřednictvím jednotlivých příspěvků.

  Účet na Facebooku je dostupný zde:

  https://www.facebook.com/hodinarstvibechyne/?ref=page_internal
  Účet na Instgramu je dostupný zde: https://www.instagram.com/hodinarstvi_bechyne/
  Účet na YouTube je dostupný zde: https://www.youtube.com/channel/UC6-48NPzhiGtP5-kgiBDnKCQ

  Důkaz č. 28 *Ukázky účtu na sociálních sítích*

Užívání Přihlašovaného označení jako obchodní firma Přihlašovatele

- Přihlašované označení je od roku 2010 užívání jako obchodní firma Přihlašovatele. Společnost pod obchodní firmou „Hodinářství Bechyně s.r.o." byla do obchodního rejstříku zapsána **29. září 2010**. Obchodní firma, jejíž kmen je tvořen Přihlašovaným označením, která je umisťována na obchodní listiny, na faktury (viz například důkazy č. 10 až 22) a na další materiály společnosti, tak je v povědomí spotřebitelů již dvanáct let. Za tu dobu si získala své zákazníky a hlavně svou proslulost v hodinářském oboru.

Důkaz č. 29 Úplný výpis společnosti Přihlašovatele z OR

Užívání Přihlašovaného označení pro servis hodinek

- Přihlašovatel poskytuje vedle prodeje luxusních hodinek i jejich servis, zahrnující kompletní záruční i pozáruční servis značek, které Přihlašovatel prodává, výměnu baterek, výměnu a zkrácení řemínku, gravírování hodinek a rytbu, čištění hodinek a jejich renovace, jakož i pravidelné přetěsnění. Celou škálu služeb lze nalézt na webových stránkách Přihlašovatele https://www.hodinarstvibechyne.cz/cs/servis/.

Důkaz č. 30 Ukázka webových stránek – servis

IV.

Význam prvku „Bechyně"

Ve Výměru bylo Přihlašovateli sděleno, že si průměrný spotřebitel představí pod slovním prvek „Bechyně" známé město v Jižních Čechách. Přihlašované označení tak má poskytovat informaci obecného charakteru o druhu obchodu a **zeměpisném údaji**, pod kterým se budou přihlašované výrobky a služby související s provozováním hodinářství poskytovat.

S výše uvedeným nemůže Přihlašovatel souhlasit, **protože slovní prvek „Bechyně" zde zcela jasně poukazuje na zakladatele Hodinářství Bechyně, pana Vladimíra Bechyně.** Jeho příběh hodináře sahá do roku 1955, kdy se Vladimír **Bechyně** rozhodl pro dráhu hodináře, kterou o tři roky později zúročil jako opravář v opravně Hodinářského družstva Saturn na Malé Straně v Praze. Už počátkem 70. let se Vladimír **Bechyně** stává vedoucím provozovny Hodinářského družstva ve Štěpánské ulici; pobočka Hodinářství Bechyně je ve Štěpánské ulici dodnes. Po revoluci se Vladimír **Bechyně** vydává na dráhu soukromého podnikatele, přičemž svůj podnik, ve kterém podniká pod jménem Vladimír **Bechyně**, umisťuje právě do bývalé provozovny Hodinářského družstva ve Štěpánské ulici. Prestiž Hodinářství Bechyně se prohlubovala získáním práva distribuce luxusních hodinek značky Patek Philippe, Cartier, Longines, Glashütte Original a Rolex. **V novém tisíciletí také začíná masivní propagace Přihlašované označení** (viz například Důkaz č. 8 *Výběr ukázek reklam v tištěných publikacích*). V roce 2010 pokračuje úspěšný příběh Vladimíra **Bechyně**, který společně se svou dcerou Lenkou Bechyňovou, zakládají společnost Hodinářství Bechyně s.r.o. O tři roky později, tedy v roce 2013 byla slavnostně otevřena další prodejna Hodinářství Bechyně na Václavském náměstí v Praze, jednom z nejfrekventovanějších míst v České republice, kde **ročně projde 36 milionů lidí**, a to za účasti top managerů Rolex a Longines a dalších osobností. V roce 2020 se otevírá nová prodejna v Českých Budějovicích, o rok později následuje Brno a na podzim 2022 Hradec Králové. Celá historie, včetně obrazové dokumentace, je dostupná na webových stránkách Přihlašovatele pod odkazem https://www.hodinarstvibechyne.cz/cs/o-nas/.

Důkaz č. 31 Wikipedia – Vladimír Bechyně
Důkaz č. 32 Seznam prodejen Přihlašovatele

Důkaz č. 33	*Mediaguru „Václavské náměstí se mění, přicházejí nové značky"*
Důkaz č. 34	*Luxus.cz – „RODINNÉ HODINÁŘSTVÍ BECHYNĚ S DLOUHOLETOU HISTORIÍ JE ZÁRUKOU TÉ NEJVYŠŠÍ KVALITY"*
Důkaz č. 35	*Národní rozvojová banka – „Základem úspěchu je rozumět řemeslu a poskytovat ten nejlepší servis"*

Z tvrzení a důkazů předložených v tomto podání jak tak zcela jasně zjevné, že **slovní prvek „Bechyně" Přihlašovaného označení odkazuje na rodinu Bechyně**, nikoliv na město v Jižních Čechách. Z tohoto důvodu je Přihlašované označení dostatečně fantazijní.

V.

Závěr

I přes to, že se Přihlašovatel domnívá, že Přihlašované označení je dostatečně fantazijní, díky významu prvku Bechyně (**slovní prvek „Bechyně" odkazuje na pana Vladimíra Bechyně, respektive rodinu Bechyně**), tak pro jistotu řádně a dostatečně doložil **rozsáhlé užívání** Přihlašovaného označení pro výrobky a služby, pro které je ochrana žádána. Díky rozšíření Přihlašovaného označení mezi relevantní veřejnost, kterou jsou zájemci o koupi a servis hodinek vysoké kvality, získalo Přihlašované označení **výraznou rozlišovací způsobilost**. Nelze proto souhlasit s Úřadem, když říká, že Přihlašované označení *„neobsahuje žádný nosný rozlišující prvek"*. **Naopak, tím nosným rozlišujícím prvek je slovní prvek „Bechyně"**, který relevantní veřejnost ve spojení se slovem „Hodinářství" jednoznačně vnímá jako služby hodináře, zahrnující maloobchodní prodej hodinek, jejich servis a poskytování informací a poradenství s tím spojených. Přihlašované označení tím získávalo kontinuálně od roku 2005 (ale i dříve prostřednictvím pana Vladimíra Bechyně) takovou distinktivitu, že relevantní veřejnost si spojuje výrobky a služby označené Přihlašovaným označením právě s Přihlašovatelem.

Přihlašované označení je na dokladech dobře viditelné a dominantní, je užíváno ve slovní podobě a současně v souvislosti s Přihlašovatelem tak, aby si ho veřejnost s Přihlašovatelem a jeho výrobky a službami spojila. Z dokladů je zjevné, že Přihlašované označení je na trhu s hodinkami (včetně oprav a údržby hodin a hodinek a poskytování informací vztahujících se k opravám nebo údržbě hodin a hodinek ve třídě 37) kontinuálně a ve velkém rozsahu užíváno, a to po celé České republice.

Přihlašovatel je jediným subjektem, kdo toto označení používá kontinuálně a dlouhodobě (minimálně od roku 2005) v oblasti prodeje a servisu luxusních hodinek. Přihlašovatel investoval značné množství finančních prostředků do propagace a reklamy, takže se s ním seznámila značná část spotřebitelské veřejnosti.

Přihlašovatel je přesvědčen, že Přihlašované označení získalo rozlišovací způsobilost **pro všechny výrobky a služby**, pro které je přihlašováno, což vyplývá z přiložených důkazů. Přihlašované označení je:

i. široce **užíváno** v médiích, tištěných i elektronických, na sociálních sítích,
ii. šířeno **tiskem** i **elektronicky**,
iii. **inzerce** výrobků a služeb Přihlašovatele označené Přihlašovaným označením probíhá na webových stránkách Přihlašovatele, v různých online i tištěných médiích, včetně televize, magazínů, billboardů a reklam na prostředcích hromadné dopravy.

Přihlašovatel má proto za to, že předložené důkazy dostatečně odůvodňují fakt, že Přihlašované označení získalo rozlišovací způsobilost **právě pro ty výrobky a služby, pro které žádá ochranu.**

HAVEL & PARTNERS s.r.o.
advokátní kancelář

Pokud vyhodnotíme doklady jak jednotlivě, tak ve vzájemné souvislosti, dojdeme k závěru, že **Přihlašované označení naplňuje podmínky ustanovení § 5 ZOZ, kdy získalo dostatečnou přihlašovací způsobilost, aby mu byla přiznána známkoprávní ochrana dle ZOZ.**

S ohledem na výše uvedená tvrzení a na přiložené důkazy žádáme, aby Úřad pokračoval v **zápisném řízení** a aby přihlášku ochranné známky č. O-578032 **zveřejnil** pro všechny výrobky a služby.

S pozdravem

advokát na základě plné moci

(seznam příloh následuje na další straně)

HAVEL & PARTNERS s.r.o.
advokátní kancelář

SEZNAM PŘÍLOH ke sp. zn. O- 578032 „HODINÁŘSTVÍ BECHYNĚ

Důkaz č. 1	Ukázky z magazínu Hodinářství Bechyně
Důkaz č. 2	Reklama na czechdesign.cz
Důkaz č. 3	Podpora Berounského Tipsport Czech Ladies Open červen 2022
Důkaz č. 4	Podpora České jezdecké federace
Důkaz č. 5	Reklama – Longines uvádí Spirit Zulu Time - Watch It!
Důkaz č. 6	Reklama – Longines představil nové modely Longines Legend Diver Watch _ Magazín _ Golf Vacations
Důkaz č. 7	Reklama – Forbes ESPRESSO
Důkaz č. 8	Výběr ukázek reklam v tištěných publikacích
Důkaz č. 9	Archiv
Důkaz č. 10	Faktura č. 4202110147 BigMedia reklamní panely
Důkaz č. 11	Objednávka ČTK 30 let svobodného podnikání
Důkaz č. 12	Faktura č. 3176382576436 Google AdWords
Důkaz č. 13	Faktura za reklamu na Facebooku
Důkaz č. 14	Faktura za zpracování outdoorové reklamy
Důkaz č. 15	Faktura č. 8122004872 za reklamu v tisku
Důkaz č. 16	Faktura č. 4202203004 za reklamní panely
Důkaz č. 17	Faktura č. FV1-28/2022 za sponzorské vzkazy v České televizi
Důkaz č. 18	Faktura č. 1003135 za reklamu v magazínu Mercedes
Důkaz č. 19	Faktura č. FVT-344/2002 za reklamu na externích hodinách v prostorách tenisových kurtu apod.
Důkaz č. 20	Faktura č. FAV 20190092 za reklamu v magazínu Golf Vacations
Důkaz č. 21	Potvrzení objednávky na reklamní kampaň v časopise Forbes
Důkaz č. 22	Objednávka na inzertní plochu do časopisu Vogue
Důkaz č. 23	Billboardy – kampaň únor 2022
Důkaz č. 24	Objednávka o pronájmu reklamních ploch (trolejbusy a autobusy)
Důkaz č. 25	Fotografie reklamy na MHD
Důkaz č. 26	„HODINÁŘSTVÍ BECHYNĚ: Píle, férovost a věrnost svému povolání" České noviny 12. 11. 2019
Důkaz č. 27	„Mistrovství chce čas, říkají v podcastu spolumajitelka Hodinářství Bechyně a šéf České filharmonie" Forbes 15. 6. 2021, online verze podcastu dostupná online: https://forbes.cz/podcast-hodinarstvi-bechyne/
Důkaz č. 28	Ukázky účtu na sociálních sítích
Důkaz č. 29	Úplný výpis společnosti Přihlašovatele z OR
Důkaz č. 30	Ukázka webových stránek – servis
Důkaz č. 31	Wikipedia – Vladimír Bechyně
Důkaz č. 32	Seznam prodejen Přihlašovatele
Důkaz č. 33	Mediaguru „Václavské náměstí se mění, přicházejí nové značky"
Důkaz č. 34	Luxus.cz – „RODINNÉ HODINÁŘSTVÍ BECHYNĚ S DLOUHOLETOU HISTORIÍ JE ZÁRUKOU TÉ NEJVYŠŠÍ KVALITY"
Důkaz č. 35	Národní rozvojová banka – „Základem úspěchu je rozumět řemeslu a poskytovat ten nejlepší servis"

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-582355
Mgr. Ing. Vít Brejša, advokát
Hlinky 505/118
60300 Brno
ID DS: rx3237i

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Učitelé Učitelům
Číslo spisu: O-582355
Den podání: 09.11.2022
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 1.2.2023

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které je způsobilé odlišit shodné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale svou formou i obsahem bylo do té míry originální, že jeho svérázné znaky mají schopnost individualizovat výrobky nebo služby, které jím mají být označeny.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitele daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Průměrným spotřebitel je spotřebitel přiměřeně dobře informovaný, všímavý a obezřetný, přičemž je nutno také vzít v úvahu, že úroveň pozornosti se mění podle kategorie dotčených výrobků a/nebo služeb.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Vzhledem k charakteru nárokovaných výrobků a služeb: *(16) adresní razítka, adresovací stroje, adresové štítky do adresovacích strojů, akvarelové malby, akvarely [malby], alba, alba na výstřižky, almanachy, animační celuloidové fólie, architektonické modely, archy papíru [papírnické zboží], aritmetické tabulky, aritmetické tabulky, atlasy, balicí papír, bankovky, barevné litografie, barvicí pásky, barvicí plátna do kopírovacích strojů, barvicí plátna do rozmnožovacích strojů, biologické vzorky pro účely mikroskopie [učební pomůcky], blahopřání, bloky [kancelářské potřeby], bloky na kreslení, brožury, brožurky, břidlicové tabule, břidlicové tužky, bublinkové fólie z plastu k balení a obalování, cívky na barvicí pásky, časopisy [periodika], číslice [typy], číslovačky, dávkovače lepicích pásek [kancelářské potřeby], děrné pásky a štítky pro záznam počítačových programů, děrné štítky pro Jacquardovy tkalcovské stavy, děrovačky [kancelářské potřeby], desky na dokumenty, desky na dokumenty [kancelářské potřeby], doutníkové prstýnky, držáky na křídu, držáky na razítka, držáky stránek, dřevitá lepenka [papírnické zboží], dřevitý papír, figurky [sošky] z papírové hmoty, filtrační papír, flipcharty, fólie do projektorů [papírnické zboží], fólie z regenerované celulózy pro účely balení, fólie z viskózy pro účely balení, formuláře (tištěné), formy na modelovací hmoty [potřeby pro umělce], fotografie [tištěné], fotorytiny, frankovací stroje pro kancelářské použití, galvanotypy, glóbusy, gluten [lepidlo] pro kancelářské potřeby nebo pro domácnost, grafická znázornění, grafické reprodukce, grafické tisky, grafy, gumy na mazání, hektografy, histologické řezy jako učební pomůcky, houby na mazání tabulí, hřbety [vazba dokumentů], hřebeny na mramorování, chrániče prstů pro kancelářské použití, chromolitografie, inkoustové kameny (zásobníky inkoustu používané v čínském umění), inkousty, jehly pro lept, jmenovky [kancelářské potřeby], kalamáře, kalendáře, kalíšky na vodové barvy, kalíšky na vodové barvy, kancelářské děrovačky, kancelářské gumičky, kancelářské odkladače, kancelářské potřeby, s výjimkou nábytku, kancelářské skartovací stroje, kancelářské sponky, kancelářské stroje na zalepování obálek, kartotéční lístky [papírnické zboží], karty, katalogy, klávesy k psacím strojům, klipy na pera, klipy pro držáky na jmenovky [kancelářské potřeby], klovatina (lepidlo) pro kancelářské potřeby nebo pro domácnost, knihy, komiksy (knihy), korekční pásky [kancelářské potřeby], krabice na klobouky z lepenky, krabice z papíru nebo lepenky, krabičky s barvami [školní potřeby], krejčovské křídy, krejčovské střihy, kroužkové pořadače, kroužkové zápisníky, křída ve spreji, křídy na psaní, křídy pro litografii, křivítka, kuličkové hroty pro kuličková pera, laminátory pro kancelářské účely, látky na knižní vazby, lepenka, lepenkové trubky, lepicí pásky pro kancelářské potřeby nebo pro domácnost, lepidla pro kancelářské potřeby nebo pro domácnost, lepty, letáky, lístky, listy absorpčního papíru nebo plastu pro balení potravin, listy papíru nebo plastu sloužící k regulaci vlhkosti pro balení potravin, litografické kameny, litografie, magnetické tabule jako kancelářské potřeby, malby [obrazy], zarámované i nezarámované, malířská plátna, malířské palety, malířské stojany, malířské štětce [výtvarné potřeby], malířské válečky, mastek [krejčovská křída], materiály na modelování, mechanické čtečky platebních karet, mechanické tužky, mincovníky (přihrádky na třídění a počítání peněz), modelovací hmoty, modelovací pasty, modelovací vosky, ne pro stomatologické účely, nákupní tašky z papíru nebo plastické hmoty, náramky k zajištění správné pozice psacího nástroje, násadky na pera, nástroje na rýsování a kreslení, navlhčovače [kancelářské potřeby], návody [manuály], noviny, nože na papír [kancelářské potřeby], obálky [papírnické zboží], obalové fólie z plastických hmot, obalové materiály ze škrobů, obaly na lahve, z papíru nebo lepenky, obaly [papírnické zboží], obrazy, obtisky, ocelová pera, ochranné obaly na knihy, ochranné znaky [papírové pečetě], olejotisky, omalovánky, opěrky ruky pro malíře, opravné laky [kancelářské potřeby], opravný inkoust [heliografie], ořezávátka na tužky, elektrická i neelektrická, oznámení [papírnické zboží], ozvučená přání, pantografy [rýsovací nástroje], papír, papír do elektrokardiografů, papír do záznamových přístrojů, papír na lékařské vyšetřovací stoly, papír pro radiogramy, papírnické zboží, papírová hmota, papírové bannery, papírové bryndáčky, papírové bryndáky s rukávy, papírové filtrační materiály,*

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

papírové filtry na přípravu kávy, papírové kapesníky, papírové kornouty, papírové lepicí pásky [kancelářské potřeby], papírové mašle, kromě galanterních, či vlasových ozdob, papírové obaly na květináče, papírové obaly na mlékárenské výrobky, papírové odličovací ubrousky, papírové podložky na dentální tácky, papírové podtácky, papírové ručníky, papírové ručníky na obličej, papírové sáčky k použití při sterilizaci lékařských nástrojů, papírové stolní běhouny, papírové stolní prádlo, papírové stolní ubrousky, papírové stuhy jiné než galanterie a ozdoby do vlasů, papírové tácky pod pivní sklenice, papírové ubrusy, papírové utěrky a ubrousky na čištění, papírové visačky na registrovaná zavazadla, papírové vlajky, papíry na malbu a kaligrafii, papíry na skládání origami, pásky do psacích strojů, pásky na tisk čárových kódů, pastely, pauzovací papír, pauzovací plátno, pečeti [razítka], pečetící kruhové nálepky, pečetidla, pečetní hmoty pro kancelářské účely, pečetní vosk, pečicí papír, penály, pera [kancelářské potřeby], pergamenový papír, periodika, písmena z oceli, plakáty, plány, plastické hmoty na modelování, plastové sáčky na likvidaci odpadu domácích zvířat, plátna pro knižní vazby, plnicí pera, podlahové samolepky, polepy na podlahu, podložky na stůl, pogumované látky pro kancelářské účely, pohlednice, polštářky pro razítka, polymerové modelovací hmoty, pomůcky k rýsování s pravým úhlem (úhelníky, úhelnice, příložníky, trojúhelníky), pomůcky na utírání per, portréty, pořadače [kancelářské potřeby], poštovní známky, potřeby pro psaní, potřeby pro rýsování a kreslení, potřeby pro vazbu knih, poutače z papíru nebo lepenky, pouzdra na cestovní pasy, pouzdra na pera, pouzdra na psací potřeby [papírnické zboží], pouzdra na psací potřeby [sady], pouzdra na razítka, pouzdra na šablony, pouzdra na šekové knížky, prospekty, prostírání z papíru, provázky a nitě pro knižní vazby, průklepový papír, průpisníky, průtiskové stroje a zařízení [mimeografy], předlohy na obkreslování, předlohy na vyšívání, přenosné tiskařské soupravy [kancelářské potřeby], přihrádky na razítka, přilnavé roztažitelné fólie z plastu pro účely paletizace, příložníky pro rýsování, připínáčky, psací hroty, psací hroty ze zlata, psací papír, psací podložky s klipempsací potřeby, psací stroje, elektrické i ne elektrické, pytle na odpad z papíru nebo plastických hmot, razítka, razítka na znehodnocování, razítkové polštářky, regál na sazebnice [polygrafie], registry, reklamní tabule z papíru nebo lepenky, rostoucí papír [papírenské zboží], rozlišovače na kartotéční listy, rozmnožovací zařízení, ruční etiketovací zařízení, rýsovací jehly, rýsovací kružítka, rýsovací pera, rýsovací pravítka, rýsovací prkna, rýsovací přiložná pravítka, rytecké desky, rytiny, rýžový papír, řezačky na papír [kancelářské potřeby], sáčky do mikrovlnné trouby, sáčky [obálky, váčky] z papíru nebo plastických, hmot na balení, samolepicí pásky pro kancelářské potřeby nebo pro domácnost, samolepky [papírnické zboží], savé papíry, sázítka, sběratelské karty, ne hrací karty, sešity, sešívačky [kancelářské potřeby], schránky mezuza, skříně a skříňky na kancelářské potřeby [kancelářské potřeby], soupravy na kreslení a rýsování, sponky na papír, spony do sešívaček, spony na bankovky, stojánky na dokumenty [kancelářské potřeby], stojánky na fotografie, stojánky na pera a tužky, stolní kalamáře, stříbrný papír, svítící papír, svitky do mezuzy, šablony na mazání, šablony na zdobení potravin a nápojů, šablony [papírnické zboží], šanony [kancelářské potřeby], školní potřeby [papírnické zboží], školní tabule, škrobová lepidla pro kancelářské potřeby nebo pro domácnost, štětce na psaní, štětce pro malíře pokojů, štítky z papíru nebo lepenky, štočky, technické výkresy, těžítka, tiskařské potahy, ne textilní, tiskařské rámy, tiskařské reglety, tiskařské typy, tiskoviny, tisky [rytiny], tištěné jízdní řády, tištěné kupóny, tištěné notové zápisy, tištěné publikace, toaletní papír, třecí tuš, třpytky jako papírnické zboží, tuhy do tužek, tuš, tužky, typy [číslice a písmena], učební pomůcky [s výjimkou zařízení], účetní knihy, uhlový papír, uhly na kreslení, ukazovátka, ne elektrická, úklidový papír na vyložení zásuvek, parfémovaný nebo neparfémovaný, umělecká litografická díla, upomínkové bankovky, válce do psacích strojů, vany pro malíře, vinětovací strojky, visačky na jmenovky [kancelářské potřeby], visačky na lahve, z papíru nebo lepenky, vlajková výzdoba, voskovaný papír, vycpávkové materiály z papíru nebo lepenky, výplňové balicí materiály z papíru nebo lepenky, výrobky sloužící k mazání, vyškrabovací nožíky, vývěsní štíty z papíru nebo lepenky,

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

vyzina (rybí klih) pro kancelářské potřeby nebo pro domácnost, vzory písma, washi [japonský papír], záložky do knih, záložky do knih, zápisníky, zarážky na knihy, zařízení a stroje na vazbu knih [kancelářské vybavení], zařízení pro montáž fotografií, zatahovací navijáky pro visačky na jmenovky [kancelářské potřeby], zatavovací kancelářské stroje, zeměpisné mapy, značkovací křída, značkovače [kancelářské potřeby], znaky [typy], zpěvníky, zpravodaje, zvlhčovače prstů [kancelářské potřeby; (41) akademie [vzdělávání], certifikační služby v oblasti vzdělávání, jmenovitě pořádání školení a vzdělávacích zkoušek, dabing, diskotéky, divadelní představení, drezúra zvířat, elektronické publikování [DTP], filmová distribuce, filmové projekce, fotografování, fotografování na mikrofilm, gymnastický výcvik, hudební produkce, hudební vzdělávání, kaligrafické služby, karaoke, knihovnické služby půjčovny [knih], korespondenční kurzy, koučink [školení], kulturní, vzdělávací nebo zábavní služby poskytované uměleckými galeriemi, malování na obličejmateřské školy, měření času při sportovních akcích, modelingové služby pro umělce, moderování zábavních akcí, náboženská výchova, nahrávání videokazet, obrazové zpravodajství, online vydávání elektronických knih a časopisů, organizování elektronických sportovních soutěží, organizování horolezeckých túr s průvodcem, organizování zábavních akcí, organizování zábavních akcí cosplay [kostýmované hry s věrným napodobením postav], plánování večírků [zábava], pojízdné knihovny, poradenství pro volbu povolání [v oblasti vzdělávání nebo školení], pořádání a uvádění koncertů, pořádání a vedení kolokvií, pořádání a vedení konferencí, pořádání a vedení kongresů, pořádání a vedení osobních vzdělávacích fór, pořádání a vedení seminářů, pořádání a vedení sportovních akcí, pořádání a vedení symposií, pořádání a vedení workshopů [školení], pořádání estrád [služby impresária], pořádání loterií, pořádání módních přehlídek pro zábavu, pořádání plesů, pořádání prohlídek s průvodcem, pořádání soutěží krásy, pořádání soutěží [vzdělávacích nebo zábavných], pořádání sportovních soutěží, pořádání výstav ke kulturním nebo vzdělávacím účelům, poskytování elektronických publikací online bez možnosti stažení, poskytování filmů bez možnosti stažení prostřednictvím přenosu videa na objednávku, poskytování her online z počítačové sítě, poskytování hudby online bez možnosti stažení, poskytování informací v oblasti rekreačních aktivit, poskytování informací v oblasti vzdělávání, poskytování informací v oblasti zábavy, poskytování televizních programů bez možnosti stažení prostřednictvím přenosu videa na objednávku, poskytování uživatelských hodnocení pro zábavní nebo kulturní účely, poskytování uživatelských recenzí pro zábavní nebo kulturní účely, poskytování videí online bez možnosti stažení, praktický výcvik [předvádění], prázdninové tábory [zábava], produkce estrád, profesní rekvalifikace, pronájem audio zařízení, pronájem dekorací (na představení), pronájem divadelních dekorací, pronájem elektronických čteček knih, pronájem filmových rekvizit, pronájem kinematografických přístrojů, pronájem osvětlovacích zařízení pro divadelní scény či televizní studia, pronájem pokojových akvárií, pronájem rozhlasových a televizních přijímačů, pronájem sportovišť, pronájem stadionů, pronájem tenisových dvorců, pronájem uměleckých děl, pronájem videokamer, pronájem videorekordérů, pronájem výcvikových simulátorů, provozování golfových hřišť, provozování heren, provozování kasin [hazard], provozování muzeí, provozování rekreačních zařízení, provozování sportovních zařízení, provozování zoologických zahrad, předávání know-how [odborné vzdělávání], předávání obchodních znalostí a obchodního know-how [odborné vzdělávání], předprodej vstupenek [zábava], předvádění cirkusových vystoupení, předvádění muzejních výstav, předvádění varietních představení, předvádění živých vystoupení, překladatelské služby, psaní a skládání písní, psaní filmových scénářů, psaní scénářů, s výjimkou reklamních, psaní textů (s výjimkou reklamních), půjčování audionahrávek, půjčování filmů, půjčování herního vybavení, půjčování hraček, půjčování potápěčské výstroje, půjčování sportovního vybavení, s výjimkou vozidel, půjčování videokazet, rezervace vstupenek na estrády, režie filmů, s výjimkou reklamních filmů, režie představení, rozhlasová zábava, skládání hudby, služby baviče, služby diskžokejů, služby filmového studia, služby grafické úpravy, nikoliv k reklamním účelům,

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

služby klubů zdraví [zdravotní a kondiční cvičení], služby knihovny her, služby multimediální knihovny, služby nahrávacího studia, služby nočního klubu [zábava], služby osobního trenéra [kondiční trénink], služby osvětlovače pro akce, služby poskytované orchestry, služby reportérů (zpravodajství), služby spojené s hazardem, služby v oblasti elektronických sportů, služby v oblasti hodnocení fyzické kondice pro tréninkové účely, služby v oblasti střihu videa na akce, služby zvukových techniků na akce, snímání fotografií prováděné dronem, snímání videa prováděné dronem, soukromá výuka, sportovní tábory, školení, školení prostřednictvím simulátorů, školení v oblasti sadó [školení v oblasti čajového obřadu], školní vzdělávání, tělesná výchova, televizní zábava, titulkování, tlumočení znakové řeči, tlumočnické služby, úniková místnost [zábava], úprava videokazet, vedení kurzů kondičního cvičení, výcvik aikido, výcvik juda, vydávání knih, vydávání textů, s výjimkou reklamních, výroba filmů, s výjimkou reklamních, výroba podcastů, výroba rozhlasových a televizních programů, výzkum v oblasti vzdělávání, vzdělávací služby poskytované asistenty zaměřenými na zvláštní potřeby, vzdělávací zkoušky pro uživatele za účelem získání kvalifikace na pilotování dronů, vzdělávání na internátních školách, zábava, zábavní parky, zkoušení [pedagogická činnost]; (45) adopční agentury, advokátní služby, agentury pro sociální začleňování, astrologické poradenství, audity dodržován předpisů, audity dodržování právních předpisů, balzamování, bezpečnostní prohlídky zavazadel, concierge služby, dohledávání ukradeného majetku, doprovod do společnosti, doručování soudních písemností, duchovní poradenství, genealogický výzkum, hašení požárů, hlídání dětí, hlídání domácích zvířat, hlídání domů, inspekce továren pro bezpečnostní účely, krematoria, mediace [smírné řešení sporů], mimosoudní řešení sporů, monitorování lékařských zařízení tísňové péče, noční ostraha, obstarávání osobních nákupů pro jiné osoby, organizace politických setkání, osobní tělesná stráž, ostraha, ostraha podniků a zařízení prostřednictvím monitorovacích systémů, otevírání bezpečnostních zámků, pátrání po nezvěstných osobách, plánování a zařizování svatebních obřadů, pohřbívání, pohřební kosmetické služby, pohřební služby, pomoc při oblékání kimona, poradenství při úmrtí blízké osoby, poradenství při úmrtí blízké osoby, poradenství v oblasti duševního vlastnictví, poradenství v oblasti návrhu osobního šatníku, poradenství v oblasti zabezpečení fyzické ochrany, pořádání náboženských shromáždění, poskytování licencí k duševnímu vlastnictví, poskytování licencí k počítačovému softwaru [právní služby], poskytování osobních tarokových výkladů, právní advokátní služby, právní konzultace vztahující se k mapování v oblasti patentů, právní poradenství při vypracování nabídek k poptávkám [RFP], právní poradenství v rámci reagování na výzvy k podávání nabídek, právní průzkum, právní převody vlastnických práv k majetku, právní služby v oblasti přistěhovalectví, právní služby v oblasti sjednávání smluv pro jiné osoby, právní správa licencí, pronájem bezpečnostních schránek, pronájem hasicích přístrojů, pronájem hlásičů požáru, pronájem názvů internetových domén, provádění náboženských obřadů, provádění pohřebních obřadů, příprava právních dokumentů, psaní osobních dopisů, půjčování oděvů, půjčování večerních šatů, registrace názvů domén [právní služby], sestavování horoskopů, seznamovací služby, sledování poplašných a bezpečnostních zařízení, sledování práv k duševnímu vlastnictví za účelem právního poradenství, sledování [právní služby], služby čekání ve frontě, služby detektivní agentury, služby plavčíka, služby politického lobbingu, služby rozhodců, služby sledování pomocí dronu, služby sociálních sítí online, správa autorských práv, udělování licencí [právní služby] v rámci vydávání softwaru, určení polohy a sledování hledaných osob a ztraceného majetku, venčení psů, vyhledávání informací o osobním původu, výklad karet, vymáhání práv, vypouštění holubic při zvláštních příležitostech, zprostředkování sňatků, ztráty a nálezy, lze ztotožnit průměrného spotřebitele s širokou spotřebitelskou veřejností odbornou, která se používá nárokované výrobky a služby profesně, ale i laickou, která je využívá k osobní potřebě..

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Přihlašované slovní označení je tvořeno slovním spojením „**Učitelé Učitelům**“ bez dalších slovních či grafických prvků, které by označení dodávaly potřebnou a požadovanou distinktivitu. Slogan „**Učitelé Učitelům**“ je tvořen obecně frekventovanými slovy a jako takový není způsobilý na trhu vymezit výrobky a služby přihlašovatele od shodných výrobků a služeb jiných subjektů. Průměrný spotřebitel bude tento slogan vnímat spíše jako běžné pochvalné propagační sdělení o kvalitě široké škály výrobků a služeb, které běžní spotřebitelé při výuce ve svých profesních i soukromých životech mohou potřebovat. Přihlašované označení nedisponuje potřebnou a požadovanou distinktivitou, ne pouze v důsledku přítomnosti obecných slov, ale vzhledem k absenci jakýchkoliv dalších prvků dodávajících označení potřebnou kreativitu a originalitu. Slogany mohou být ochrannou známkou, obsahují-li vedle běžně užívaných slov rozlišující prvek, který umožní průměrnému spotřebiteli orientaci na obchodní zdroj, nebo jsou svou formou a obsahem tak originální, že umožňují individualizaci výrobků nebo služeb. Slogany mohou být zapsány jako ochranná známka za předpokladu, že jsou způsobilé naplnit základní funkci ochranné známky, tj. rozlišit výrobky nebo služby z různého obchodního zdroje – tuto vlastnost mají slogany, které disponují nutnou dávkou invence, popřípadě vtipu. Přihlašované označení „**Učitelé Učitelům**“ výše uvedenou originalitu postrádá.

Ochranná známka však musí být způsobilá stát se pro spotřebitele indikátorem původu označeného zboží nebo služeb. Takto koncipované označení, tj. slogan nedisponující potřebnou originalitou a určitou mírou neobvyklosti, takovým indikátorem není, protože neumožňuje průměrnému spotřebiteli alespoň základní orientaci na trhu výrobků/služeb, které jsou poskytovány odlišnými subjekty a tyto výrobky/služby vzájemně identifikovat a individualizovat a neplní tak základní, tj. rozlišovací funkci ochranné známky. V označení je absence jakéhokoli známkového prvku, který by činil označení jedinečným. Přihlašované označení tak průměrný spotřebitel nebude vnímat jako ochrannou známku, resp. obchodní značku, dle které by mohl určit konkrétní obchodní zdroj poskytovaných výrobků a služeb, tj. přihlašovatele.

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že toto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého zdroje. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že výrobky a služby pochází z určitého zdroje. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno, tj. pouze slovní bez jakýchkoli dalších prvků, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně dlouhodobě a intenzivně užívá přihlašovatel ve vztahu k přihlašovaným výrobkům a službám. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří např. informace o prodeji výrobků a poskytování služeb pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, katalogy, propagační a inzertní materiály, mediální výstupy apod. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky rozpozná, že

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

výrobky pochází od určitého subjektu, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 01.04.2023**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6 - Bubeneč

V Brně dne 20. března 2023
Číslo spisu: **O-582355**

Přihlašovatel: **Mgr. Bc. Žaneta Radimecká,** IČO: 08993033 se sídlem č.p. 256, 56122 Ostrov, Česká republika

Právní zástupce: **Mgr. Ing. Vít Brejša,** advokát, číslo osvědčení ČAK 20007, se sídlem a adresou pro doručování Brno, Hlinky 118, PSČ 603 00

Vyjádření k věcnému přezkumu přihlášky ochranné známky

Přílohy: dle textu
Zasláno datovou schránkou

Mgr. Ing. Vít Brejša, advokát
se sídlem Hlinky 505/118, 60300 Brno
IČO: 01238035, evidenční číslo ČAK: 20007
ID DS: rx3237i

I.

1. Právnímu zástupci přihlašovatele byl Úřadem průmyslového vlastnictví doručen výsledek věcného přezkumu slovní ochranné známky *Učitelé Učitelům* o jejíž přihlášce je vedeno řízení pod spisovou značkou O-582355.
2. Úřad průmyslového vlastnictví dospěl k závěru, že přihlašované ochranné známce nelze udělit právní ochranu, neboť dle názoru Úřadu průmyslového vlastnictví nemá rozlišovací způsobilost ve smyslu ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách (dále jen „**Zákon o ochranných známkách**"), a vyzval přihlašovatele, aby ve lhůtě do 1.4.2023 prokázal, že ve vztahu k výrobkům a službám, pro které je požadován zápis do rejstříku ochranných známek, získalo přihlašované označení rozlišovací způsobilost.
3. Přihlašovatel nesouhlasí se závěry Úřadu průmyslového vlastnictví, ohledně nedostatečné rozlišovací způsobilosti navrhovaného označení.
4. Dále žalobce prokazuje, že navrhované označení již rozlišovací způsobilost na potenciálně adresovaných relevantních trzích, na nichž se obchodují vybrané výrobky a služby, již získalo.

II.
Popis činnosti přihlašovatele

5. Přihlašovatel je provozovatelem webových stránek www.uciteleucitelum.cz.
6. Tyto webové stránky přihlašovatel provozuje již od 1. 5. 2020.
7. Na webové stránky přihlašovatele je po přihlášení (a schválení ze strany přihlašovatele) každý oprávněn vkládat v digitální podobě své výukové materiály, hry, omalovánky a mnoho dalších prostředků k výuce a vývoji dětí, žáků a studentů rozličného věku a všech zaměření.
8. Tyto materiály je pak po zaplacení ceny z webu přihlašovatele kdokoli stáhnout a používat.
9. Z právního pohledu přihlašovatelka od tvůrců poskytovaného obsahu nakupuje licence, které dále poskytuje formou podlicence osobám, které materiály v digitální podobě na webu přihlašovatele kupují.
10. Vedle toho na webových stránkách na odkaze https://uciteleucitelum.cz/merch přihlašovatelka prodává i některé související hmotné produkty.
11. Na web přihlašovatele již přispívá 541 tvůrců (seznam dostupný zde https://uciteleucitelum.cz/autori).
12. Na webu je k datu podání tohoto vyjádření k zakoupení podlicence již více než 15.600 produktů.

III.
Rozlišovací způsobilost označení

13. Úřad průmyslového vlastnictví dospěl k závěru, že navrhované označené nemůže být zapsáno jako ochranná známka, neboť nemá rozlišovací způsobilost.
14. Tento závěr odůvodňuje Úřad průmyslového vlastnictví tím, že označení:

a. je tvořeno obecně frekventovanými slovy a jako takový není způsobilé na trhu vymezit výrobky a služby přihlašovatele od shodných výrobků a služeb jiných subjektů;

b. Průměrný spotřebitel bude slogan Učitelé učitelům vnímat spíše jako běžné pochvalné propagační sdělení o kvalitě široké škály výrobků a služeb, které běžní spotřebitelé při výuce ve svých profesních i soukromých životech mohou potřebovat;

c. Přihlašované označení nedisponuje potřebnou a požadovanou distinktivitou, ne pouze v důsledku přítomnosti obecných slov, ale vzhledem k absenci jakýchkoliv dalších prvků dodávajících označení potřebnou kreativitu a originalitu.

15. Tyto argumenty Úřadu průmyslového vlastnictví nejsou dle názoru přihlašovatele pádné.

16. Předně navrhované označení *Učitelé Učitelům* není žádný slogan nebo náhodná směsice slov. Pokud by se jednalo o slogan, není úplně zřejmé, co by mělo být nosnou myšlenkou takového sloganu. Slogan přece ze své povahy musí mít snahu něco prosazovat, případně v obchodním prostředí v obchodním prostředí něco prodat. Co prosazuje nebo prodává sousloví *Učitelé Učitelům*? Kdo si na základě tohoto sousloví vybaví jakoukoli asociaci s čímkoli, aby jej to nasměrovalo k jakémukoli rozhodnutí? Tato dvojice slov přece určitě nemůže být žádným sloganem.

17. **Ad bod 14 písm. a) - nezpůsobilost vymezit výrobky a služby**

a. Přihlašovatelce není zřejmé, proč by dvojice slov *Učitelé Učitelům* neměla být způsobilá vymezit výrobky a služby.

b. Přihlašovatelka se nesnaží zapsat označení *Propisky a pera*, které by pro trh propisek a per mohlo být nezpůsobilé vymezit konkrétní výrobky a služby.

c. I v případě, že vezmeme v úvahu například službu *soukromá výuka*, pro kterou navrhuje přihlašovatelka registrovat ochrannou známku, je přece jasně patrné, že se pod označením *Učitelé Učitelům* nabízí konkrétní osoba, tedy je tím vymezena služba konkrétní osoby. Oč jiného by se jednalo? Co by si mohl spotřebitel jiného myslet, respektive v čem by toto označení mohlo být pro spotřebitele zavádějící či klamavé? Sousloví Učitelé Učitelům přece samo o sobě v nikom nic neevokuje.

d. Odborná literatura k této otázce uvádí: *„Způsobilost označení rozlišit zboží je dána základní funkcí ochranné známky. Aby takové označení jako ochranná známka mělo rozlišovací způsobilost, nestačí jen, aby se odlišovalo od známých označení, ale* ***aby svou formou a obsahem bylo do té míry originální, že jeho svérázné znaky mají schopnost individualizovat zboží, které jím má být označeno.***“[1]

e. Přihlašovatelka si musí klást otázku, v čem její označení není dostatečně originální, že není schopno individualizovat zboží? Originalita znamená česky původnost či jedinečnost. V čem je její označení zaměnitelné s jiným? A pokud není zaměnitelné, proč by nemělo být schopno individualizovat zboží nebo služby?

f. Dle názoru přihlašovatelky je závěr Úřadu průmyslového vlastnictví o nezpůsobilosti navrhovaného označení vymezit konkrétní výrobky a služby

[1] HORÁČEK, Roman. § 4 [Důvody pro odmítnutí ochrany]. In: HORÁČEK, Roman, BISKUPOVÁ, Eva, DE KORVER, Zuzana. *Práva na označení a jejich vymáhání*. 3. vydání. Praha: C. H. Beck, 2015, s. 18

nesprávný. Označení Učitelé Učitelům je zcela jasně originální a distinktivní, tedy způsobilé odlišit výrobky a služby jedné osoby od osoby jiné.

18. Ad bod 14 písm. a) - běžné pochvalné propagační sdělení

a. Úřad průmyslového vlastnictví dále dospěl k závěru, že sousloví *Učitelé Učitelům* je běžné pochvalné propagační sdělení o široké kvalitě výrobků a služeb.

b. Předně sousloví *Učitelé Učitelům* není žádné pochvalné propagační sdělení – nemá v sobě žádný hodnotový prvek – sousloví nezní *Nejlepší učitelé, Kvalitní učitelé, Super výuka*, ani nic obdobného

c. Neexistuje žádný rozumný důvod, proč by si měl běžný spotřebitel myslet, že sousloví *Učitelé Učitelům* se jakkoli vyjadřuje ke *kvalitě široké škály výrobků a služeb*, jak uvádí Úřad průmyslového vlastnictví. V sousloví se nezmiňuje ani náznakem žádné slovo, z něhož by bylo možno usuzovat na kvalitu čehokoli, ani žádné slovo které by se odkazovalo na jakékoli výrobky či služby. Těžko se tak může jednat o propagační sdělení ve vztahu k jakémukoli výrobku či službě.

d. Důvod pro vznik tohoto označení je zcela jiný, jak přihlašovatelka níže uvádí.

e. Názor Úřadu průmyslového vlastnictví, že sousloví Učitelé Učitelům představuje běžné pochvalné propagační sdělení, je dle názoru přihlašovatelky zcela neobhajitelný.

19. Ad bod 14 písm. a) – originalita a kreativita

a. Přihlašované označení dle názoru Úřadu průmyslového vlastnictví údajně nedisponuje dostatečnou originalitou a kreativitou, aby mohlo být jako slogan registrováno v rejstříku ochranných známek.

b. Jak se již přihlašovatelka vyjadřovala výše, označení *Učitelé Učitelům* v prvé řadě není slogan.

c. Mimo to se za ním však skrývá také vysoký stupeň invence a originality, který je však třeba vysvětlit. V návrhu na zápis ochranné známky pro to samozřejmě nebyl prostor.

d. Sousloví *Učitelé Učitelům* totiž nepředstavuje slogan, ale v podstatě shrnuje obchodní model webu provozovaného přihlašovatelkou.

e. Jak je uvedeno výše, na webové stránky přihlašovatelky může kdokoli přispět se svými výukovými materiály, a kdokoli si je tam může zakoupit či stáhnout.

f. Tvůrci i zákazníci webové stránky přihlašovatelky jsou pak pochopitelně nejčastěji učitelé, kteří si prostřednictvím webové stránky přihlašovatelky mohou za symbolickou cenu (zpravidla v desítkách korun, někdy i zdarma) pořídit výukový nebo jiný materiál, který pak používají při své výuce.

g. Učitelé pak na webové stránce přihlašovatelky často vystupují jak v roli tvůrce, tak v roli zákazníka. Tímto si mezi sebou učitelé navzájem pomáhají ve výuce.

h. Webové stránky přihlašovatelky tak jsou a vždy byly primárně koncipovány jako jakési centrum sounáležitosti učitelské profese. Z toho pak pramení i sousloví *Učitelé učitelům*, které skutečně nepředstavuje žádné pochvalné označení jakýchkoli výrobků, nýbrž reflektuje charakter webových stránek přihlašovatelky.

i. Přihlašovatelka má z výše uvedených důvodů za to, že přihlašované označení požadavek kreativity a originality naplňuje nadmíru.

20. Pro úplnost pak doplňujeme, že například v USA je platně zaregistrována slovní ochranná známka ve znění TEACHERS PAY TEACHERS (překlad: *Učitelé platí učitelům*), a to pro provozovatele webové stránky s velmi obdobným zaměřením, jako mají webové stránky přihlašovatelky (https://www.teacherspayteachers.com/).

Důkaz: *Printscreen z amerického rejstříku ochranných známek ve vztahu k ochranné známce TEACHERS PAY TEACHERS*

21. V přihlašovaných označeních není v překladu prakticky rozdílu (slovo *platí* dle názoru přihlašovatelky nic nemění). Rozlišovací způsobilost je nepochybně podmínkou zápisu ochranné známky i v USA. Registrace ochranné známky *Učitelé Učitelům* by tak logicky měla být umožněna i v ČR.

IV.
Získaná rozlišovací způsobilost

22. Dále přihlašovatelka tvrdí, že pro výrobky a služby, pro které je navrhována ochrana, již označení *Učitelé Učitelům* získalo rozlišovací způsobilost ve smyslu § 5 Zákona o ochranných známkách.

23. Jak je již uvedeno výše v čl. II tohoto podání, webové stránky přihlašovatelky www.uciteleucitelum.cz existují již od roku 2020, přispívá na ně 541 tvůrců, a to již více než 15.600 různými materiály.

24. Dle Google Analytics měla stránka za loňský rok 266 000 uživatelů.

Důkaz: *Report z Google Analytics za období 1.1.2022 až 31.12.2022 pro stránku uciteleucitelum.cz*

25. Jen za loňský rok 2022, bylo z webových stránek zakoupeno 120 030 materiálů, mnoho dalších materiálů bylo z webu staženo zdarma, nicméně přesnou statistiku těchto stažení přihlašovatel nesleduje. V letošním roce s vysoce stoupající tendencí, za období leden – únor bylo z webových stránek zakoupeno 33 230 materiálů.

26. Materiály jsou tvořeny skutečně nespočtem mnoha různých druhů výukových a rozvíjejících prostředků – jedná se o pracovní listy, didaktické hry, přehledové tabulky, výukové prezentace, přípravy hodin, tematické hry a aktivity, diplomy, pochvaly, omalovánky, lapbooky, písničky a básničky, přípravy projektů, testy a písemky, materiály pro děti s SPU, montessori materiály, výzdobu tříd apod."

Důkaz: *Souhrn prodejů a obratů za rok 2022*

Souhrn prodejů a obratů za rok 2023

27. Celkový obrat dosažený přihlašovatelkou prostřednictvím těchto webových stránek dosáhl za loňský rok částky Kč. V letošním roce s vysoce stoupající tendencí, za období leden – únor částky Kč.

28. Webové stránky se sice primárně zaměřují na dodávky materiálů v nehmotné podobě, nicméně nepochybně se nachází na stejném relevantním trhu jako dodávky těchto druhů materiálů v podobě hmotné. V současné době si již prakticky každý dokáže finální materiál sám vytisknout nebo s ním nakládat v elektronické podobě.

29. Vedle toho označení *Učitelé Učitelům* používá také instagramový a facebookový účet přihlašovatelky. Na facebooku má přihlašovatelka 16.400 sledujících, a na instagramu má přihlašovatelka přes 7.500 sledujících.

Důkaz: *Printscreeen facebookového účtu*

Printrscreen instagramového úču

30. Přihlašovatel má za to, že vzhledem k dosahovaným výsledkům lze nepochybně dospět k závěru, že na trhu těchto materiálů již získalo označení *Učitelé Učitelům* značnou rozlišovací způsobilost.

31. Do budoucna pak přihlašovatel zvažuje expanzi také do dalších segmentů, a ochrannou známku přihlašuje také pro další výrobky a služby. Začal s prodejem merchandisingu na webových stránkách, a již zvažuje další expanzi.

V.
Návrh

32. Z výše uvedených důvodu přihlašovatelka navrhuje, aby Úřad průmyslového vlastnictví přehodnotil výsledky věcného přezkumu a označení *Učitelé Učitelům* zapsal do rejstříku ochranných známek, a to pro všechny navrhované výrobky a služby.

Seznam příloh:

1. *Printscreen z amerického rejstříku ochranných známek ve vztahu k ochranné známce TEACHERS PAY TEACHERS*
2. *Roční souhrn prodejů 2022 a obratů za jednotlivé měsíce*
3. *Roční souhrn prodejů 2023 a obratů za období leden a únor*
4. *Instagramový profil Učitelé učitelům*
5. *Facebooková skupina Učitelé učitelům*
6. *Report Google Analytics*

S úctou

Za paní **Mgr. Bc. Žanetu Radimeckou**

Mgr. Ing. Vít Brejša, advokát

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-582355
Mgr. Ing. Vít Brejša, advokát
Hlinky 505/118
60300 Brno
ID DS: rx3237i

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Učitelé Učitelům
Číslo spisu: O-582355
Den podání: 09.11.2022
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 9.10.2024

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je **i nadále vyloučeno** ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Výměrem ze dne 01.02.2023 byl zástupci přihlašovatele sdělen výsledek věcného průzkumu s tím, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Zástupce přihlašovatele byl vyzván k předložení dokladů prokazujících nabytí rozlišovací způsobilosti označení.

Ve lhůtě stanovené pro vyřízení výměru obdržel Úřad vyjádření zástupce přihlašovatele, ve kterém nesouhlasí se závěry Úřadu a:

A) uvádí, že přihlašovatel provozuje webové stránky www.uciteleucitelum.cz a popisuje fungování tohoto portálu, podle svého právního názoru zabývajícím se nákupem licencí a prodejem podlincencí k užití různých produktů a mimoto i vlastních tzv. merch- produktů. Portál spolupracuje s 541 tvůrci položek. K datu podání vyjádření došlo k zakoupení licence u více než 15 600 produktů. Webové stránky byly koncipovány jako jakéci centrum sounáležitosti učitelské profese, kde tvůrci i zákaznící jsou pochopitelně nejčastěji učitelé.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

B) sděluje, že navrhované označení „Učitelé Učitelům" je náhodná směsice slov a jako slogan není zřejmá jeho nosná myšlenka a proto nemůže být sloganem.

C) považuje přihlašované označení za způsobilé vymezit výrobky a služby, považuje je jej za dostatečně originální a schopné individualizovat zboží, tedy distinktivní a schopné zápisu.

D) uvádí registraci v USA pro slovní ochrannou známku ve znění „Teachers pay teachers" a vzhledem k podobnosti významu překladu očekává registraci přihlašovaného označení v ČR. (Příloha č.1)

E) tvrdí, že přihlašované označení získalo rozlišovací způsobilost užitím, tedy ve smyslu § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách. Uvádí existenci webových stránek www.uciteleucitelum.cz, existujících od roku 2020 s 541 přispívajícími a cca 15 600 materiály a návštěvností za rok 2022 - 266 000 (Příloha č.6). Prodeje za rok 2022 – 120 030 materiálů, za část roku 2023 33 230 materiálů s celkových obratem za rok 2022 cca Kč a za část roku 2023 Kč. (Příloha č. 2 a 3). Dále se označení „Učitelé Učitelům" používá na instagramovém (16,4 tis sledujících) a facebookovém účtu (7,5 tis sledujících) – (Příloha č. 4 a 5)

K vyjádření přihlašovatele Úřad uvádí následující:

AD A), B) a C) K argumentaci zástupce přihlašovatele ohledně vlastní rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení „Učitelé učitelům" Úřad sděluje, že trvá na svých závěrech výsledku věcného průzkumu ze dne 14.12.2022, neb uvedené sousloví, bez dalších prvků není schopno individualizovat nárokované výrobky a služby neboť postrádá dostatek invence, vtipu či originality, aby si je mohl průměrný spotřebitel jednoznačně spojit právě jenom s jedním subjektem, kterým je fyzická osoba.

Přihlašované slovní označení „Učitelé Učitelům" je složeno ze dvou slov, jejichž jednotlivý význam je všeobecně známý. Např. Wikipedie mluví o učiteli jako o člověku, který jako profesionál vychovává a vzdělává, nejčastěji ve škole. V širším slova smyslu pak mluvíme o člověku, mající schopnost reálně „předat" informace, vědomosti či um osobám, které tyto znalosti či dovednosti nemají a mají o ně zájem a to de facto kdekoliv. Samotný fakt, že touto schopnost není nadán každý spolu s historicky dlouhou tradicí tohoto povolání v českých zemích vyúsťuje do současného prestižního postavení učitele v české společnosti, tudíž i do produktů, učiteli vytvořenými a nabízenými. Přihlašované slovní označení „Učitelé Učitelům" tak evokuje v průměrném spotřebiteli očekávání vyšší než obvyklé úrovně kvality takto označených výrobků a služeb, nárokovaných v přihlášce.

Průměrný spotřebitel zároveň bude pod přihlašovaným slovním spojením „Učitelé Učitelům" jednoznačně očekávat širokou škálu fyzických i elektronických potřeb pro výuku ve třídě 16, tak výuku formou kurzů ve třídě 41 a služeb, výuku podporující ve tř. 41 a 45, vše poskytované učiteli a určené pro učitele tak, jak uvádí přihlašovatel na svých webových stránkách: „UČITELÉUČITELŮM.CZ je bezpečné webové prostředí, kde nakupují a prodávají pedagogičtí pracovníci MŠ, ZŠ, SŠ, logopedi, vychovatelé, rodiče i domácí vzdělavatelé." a což opakuje i zástupce přihlašovatele ve svém vyjádření bod 19 g): „Učitelé pak na webové stránce přihlašovatelky často vystupují jak v roli tvůrce, tak v roli zákazníka.". Přihlašované slovní označení „Učitelé Učitelům" jsou uvedeny v gramaticky správné podobě a pořadí. Označení neobsahuje žádné neočekávané či neobvyklé typografické znaky či grafické prvky, které by umožnily průměrnému spotřebiteli nárokované výrobky a služby,

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

vybavené přihlašovaným označením, přiřadit tyto ke jednomu konkrétnímu obchodnímu zdroji.

Celkově Úřad k argumentům zástupce přihlašovatele o rozlišovací způsobilosti Úřad uvádí, že zápis označení jako ochranné známky není podmíněn konstatováním určité úrovně kreativity nebo jazykové či umělecké představivosti na straně majitele ochranné známky či jeho zástupce. Postačuje, aby ochranná známka umožňovala relevantní veřejnosti identifikovat původ výrobků nebo služeb takovou ochrannou známkou chráněných a rozlišit je od výrobků nebo služeb jiných podniků. Toto označení v žádném případě objektivně takovou identifikaci neposkytuje. Je pouze na Úřadu, aby posoudil právní otázku zápisné způsobilosti označení a vzal přitom v potaz vnímání relevantní veřejnosti a na základě svých zkušeností odhadnul, zda označení je či není schopno rozlišit výrobky nebo služby od jiných výrobků nebo služeb poskytovaných odlišnými subjekty z hlediska široké spotřebitelské veřejnosti.

AD D) a E) – vzhledem k tomu, že je otisk stránky z amerického rejstříku ochranných známek součástí příloh vyjádření, věnuje se mu Úřad podrobněji níže v rámci hodnocení dokladů, mající prokazovat nabytí rozzlišovací způsobilosti užitím

Zástupce přihlašovatele v rámci vyjádření předložil následující doklady:

Příloha č. 1 – Printscreen z amerického rejstříku ochranných známek
Příloha č. 2 – roční souhrn prodejů 2022 včetně měsíčních obratů
Příloha č. 3 – roční souhrn prodejů 2023 a měsíční obraty za leden a únor
Příloha č. 4 – Instagramový profil
Příloha č. 5 – Facebookový profil
Příloha č. 6 – Report Google Analytics

Úřad vyhodnotil doklady jednotlivě i ve vzájemných souvislostech s následujícím výsledkem:

Ad 1) Printscreen z amerického věstníku – V řízení o přihláškách ochranných známek a jejich zápisu v ČR se Úřad průmyslového vlastnictví v Praze řídí Zákonem č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů. Zápisem obdobných ochranných označení jako přihlašovaného označení u národních úřadů v jiných zemích nezakládá v žádném případě nárok na zápis obdobného označení v ČR.

AD 2) a 3) Souhrny prodejů a obratů za rok 2022 a 2023 – Z předložených tabulek nevyplývá, prodeje čeho konkrétně se týkají, není možno identifikovat výrobky a služby, kterým by tento dokument z nárokovaných výrobků a služeb měl sloužit k prokázání získání rozlišovací způsobilosti užitím. Zároveň není patrné kým a za jakým účelem byly tyto doklady vypracovány – zda-li se jedná o výsledky auditu, tvrzení přihlašvatele, či výsledky z systému e-shopu. Bez dalšího nemají tyto doklady žádnou výpovědní hodnotu z hlediska prokazování nabytí rozlišovací způsobilosti označení.

AD 4) a 5) Otisk čelní strany konta na Facebooku a Instagramu - Oba otisky kont na sociálních sítích se vyznačují v první řadě použitím obrazově výrazného loga



což je užívání v podobě výrazně odlišné od přihlašovaného označení, jež je pouze slovní a konta jako taková místo vazbu přímo na subjekt přihlašovatele poskytují pouze

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

možnost dalších informací na webových stránkách přihlašovatele a ty doklady tedy nesvědčí ve prospěch užívání slovního označení „Učitelé učitelům“, tj. tak, jak bylo podáno.

AD 6) Report Google Analytics k webovým stránkám www.uciteleucitelum.cz – Report vykazuje za rok 2022 návštěvnost k webových stránkám, uvozeným výrazným grafickým logem 

, což je užívání v podobě výrazně odlišné od přihlašovaného označení, jež je pouze slovní a ty doklady tedy nesvědčí ve prospěch užívání slovního označení „Učitelé učitelům“, tj. tak, jak bylo podáno.

Celkově doklady nesvědčí ve prospěch užívání slovního označení, ani o tom, že mohlo slovní označení vstoupit do povědomí relevantní spotřebitelské veřejnosti a ve spojení s nárokovanými výrobky a službami a jedním obchodním zdrojem, kterým je přihlašovatel označení.

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že takovéto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Tuto skutečnost lze prokázat hodnověrnými doklady. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály, etikety, hotové výrobky apod., z nichž je jednoznačně patrno, že uvedené označení skutečně užíval přihlašovatel.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 09.12.2024**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška **zamítnuta** (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Ing. Filip Jenerál
oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Protega
ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ

Úřad průmyslového vlastnictví
Antonína Čermáka 2a
160 68 Praha 6 - Bubeneč

V Brně dne: 9.4.2024

Ke sp. zn. O-582355

Přihlašovatel: **Mgr. Bc. Žaneta Radimecká,** IČ: 08993033, se sídlem Ostrov 256, PSČ 56122,

Právní zástupce: **Mgr. Ing. Vít Brejša, advokát,** evidenční číslo ČAK 20007, IČO: 01238035, se sídlem Hlinky 505/118, 603 00 Brno, **Protega, advokátní kancelář**

Doplnění důkazu o rozlišovací způsobilosti

Bez příloh
Zasláno datovou schránkou

1. Přihlašovatelka si dovoluje doplnit, že zejména za činnost související s platformou užívající ve svém názvu přihlašované označení Učitelé Učitelům, obdržela od Pedagogické fakulty Masarykovy univerzity ocenění Pedagog roku 2025. Ocenění dostaly pouze čtyři další osoby.

2. Informace o udělených oceněních je dostupná zde:

   https://www.ped.muni.cz/aktuality/pedagog-roku-2025-oceneni-ziskalo-pet-inspirativnich-osobnosti

3. Přihlašovatelka má za to, že toto ocenění svědčí o významu a rozšíření platformy Učitelé Učitelům v pedagogické komunitě, potažmo o tom, že označení Učitelé Učitelům nepochybně získalo rozlišovací způsobilost pro navrhované výrobky a služby.

S úctou

Za Mgr. Bc. Žanetu Radimeckou

Mgr. Ing. Vít Brejša, advokát

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-587023

F

Váš dopis značky: T03638CZ
Ochranná známka: DVOURUČÁK
Číslo spisu: O-587023
Den podání: 13.07.2023
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 13.11.2023

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení **je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek** podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách **pro následující výrobky a služby**: *(29) drůbež (neživá), játra, játrová paštika, jedlé tuky, klobásy, salámy, párky, masové konzervy, koncentrované vývary, rybí konzervy, maso, konzervované maso, nasolené potraviny, polévky, slanina, šunka, uzeniny, zvěřina, hotová jídla v konzervách na bázi masa, drůbeže, ryb a zeleniny; (35) počítačové on-line maloobchodní a velkoobchodní služby s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní konzultace v oblasti distribuce zboží, zasílání katalogů, objednávky zboží, dovozní a vývozní kancelář, obchodní nebo podnikatelské poradenství, reklama, administrativní práce, organizování komerčních nebo reklamních výstav, zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu a obchodních služeb s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, činnost ekonomických poradců, maloobchodní, velkoobchodní a elektronický prodej potravin, zejména masa a masných výrobků a hotových jídel, zprostředkování v oblasti nákupu a prodeje potravin a potravinářských surovin, poskytování obchodních informací, průzkumy trhu, předvádění výrobků, organizování a pořádání prodejních a reklamních akcí, automatizované i ruční zpracování dat; (40) zpracování masa a masných výrobků, uzení potravin, řeznictví, sušení a mražení potravin;*

Dle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které je způsobilé odlišit shodné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale svou formou i obsahem bylo do té míry originální, že jeho svérázné znaky mají schopnost individualizovat výrobky nebo služby, které jím mají být označeny.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitele daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Průměrným spotřebitel je spotřebitel přiměřeně dobře informovaný, všímavý a obezřetný, přičemž je nutno také vzít v úvahu, že úroveň pozornosti se mění podle kategorie dotčených výrobků a/nebo služeb.

Vzhledem k charakteru nárokovaných výrobků ve třídách: *(29) drůbež (neživá), játra, játrová paštika, jedlé tuky, klobásy, salámy, párky, masové konzervy, koncentrované vývary, rybí konzervy, maso, konzervované maso, nasolené potraviny, polévky, slanina, šunka, uzeniny, zvěřina, hotová jídla v konzervách na bázi masa, drůbeže, ryb a zeleniny; (35) počítačové on-line maloobchodní a velkoobchodní služby s výrobky výše uvedenými ve tř 29, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní konzultace v oblasti distribuce zboží, zasílání katalogů, objednávky zboží, dovozní a vývozní kancelář, obchodní nebo podnikatelské poradenství, reklama, administrativní práce, organizování komerčních nebo reklamních výstav, zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu a obchodních služeb s výrobky výše uvedenými ve tř 29, činnost ekonomických poradců, maloobchodní, velkoobchodní a elektronický prodej potravin, zejména masa a masných výrobků a hotových jídel, zprostředkování v oblasti nákupu a prodeje potravin a potravinářských surovin, poskytování obchodních informací, průzkumy trhu, předvádění výrobků, organizování a pořádání prodejních a reklamních akcí, automatizované i ruční zpracování dat; (40) zpracování masa a masných výrobků, uzení potravin, řeznictví, sušení a mražení potravin,* lze průměrného spotřebitele ztotožnit s širokou veřejností, která nárokovaných výrobků a služeb využívá.

Přihlašované označení je pouze slovní, tvořeno výrazem „DVOURUČÁK" bez jakýchkoli dalších slovních či grafických prvků, které by označení dodávaly potřebnou a požadovanou distinktivitu.

Termín „DVOURUČÁK" je v běžném jazyce používán pro označení něčeho, co se dělá nebo používá oběma rukama. V kontextu s potravinami je v současnosti tento termín běžně používán pro obecné pojmenování burgeru, který je tak velký nebo naplněný ingrediencemi, že ho je těžké jíst za pomoci pouhé jedné ruky a k jeho konzumaci je proto potřeba použít ruce obě.

Průměrný spotřebitel si pod výrazem „DVOURUČÁK" představí burger, který je designován tak, že je potřeba obou rukou na to, aby ho bylo možno uchopit a jíst. Toto označení bude průměrný spotřebitel vnímat jako běžné sdělení o velikosti či formě nabízeného zboží a nikoli jako jedinečné označení, které by si spojil pouze s jedním subjektem, kterým je přihlašovatel označení. Toto označení v pouze slovní podobě vykazuje minimální dávku kreativity, která by jej činila originálním a neobvyklým.

Označení se přímo vztahuje k výrobkům ve tř. 29. U takto označených služeb ve tř. 35 a 40 je zcela jednoznačně zřejmé, že jsou službami podpůrnými a že se budou týkat zejména obchodování a propagaci tohoto výrobku (tř. 35), či jeho zpracování (tř. 40).

Označení jako celek tak působí jako běžně sdělení, nikoli jako jedinečné označení, které by bylo možné vztáhnout k jednomu subjektu, tj. přihlašovateli označení.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Ochranná známka však musí být způsobilá stát se pro spotřebitele indikátorem původu označeného zboží nebo služeb. Takto koncipované označení nedisponující potřebnou originalitou a určitou mírou neobvyklosti, takovým indikátorem není, protože neumožňuje průměrnému spotřebiteli alespoň základní orientaci na trhu výrobků, které jsou poskytovány odlišnými subjekty a tyto služby vzájemně identifikovat a individualizovat a neplní tak základní, tj. rozlišovací funkci ochranné známky. V označení je absence jakéhokoli známkového prvku, který by činil označení jedinečným.

Na základě výše uvedeného má Úřad za důvodné se domnívat, že **přihlašované označení nemá rozlišovací způsobilost**, dle ust. §4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., **pro následující výrobky**: *(29) drůbež (neživá), játra, játrová paštika, jedlé tuky, klobásy, salámy, párky, masové konzervy, koncentrované vývary, rybí konzervy, maso, konzervované maso, nasolené potraviny, polévky, slanina, šunka, uzeniny, zvěřina, hotová jídla v konzervách na bázi masa, drůbeže, ryb a zeleniny; (35) počítačové on-line maloobchodní a velkoobchodní služby s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní konzultace v oblasti distribuce zboží, zasílání katalogů, objednávky zboží, dovozní a vývozní kancelář, obchodní nebo podnikatelské poradenství, reklama, administrativní práce, organizování komerčních nebo reklamních výstav, zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu a obchodních služeb s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, činnost ekonomických poradců, maloobchodní, velkoobchodní a elektronický prodej potravin, zejména masa a masných výrobků a hotových jídel, zprostředkování v oblasti nákupu a prodeje potravin a potravinářských surovin, poskytování obchodních informací, průzkumy trhu, předvádění výrobků, organizování a pořádání prodejních a reklamních akcí, automatizované i ruční zpracování dat; (40) zpracování masa a masných výrobků, uzení potravin, řeznictví, sušení a mražení potravin.*

Výhrada nedostatku rozlišovací způsobilosti se netýká těchto výrobků a služeb: *(41) organizování kulturních a vzdělávacích výstav, zábava, organizace a pořádání koncertů, organizace vzdělávacích nebo zábavných soutěží, pořádání společenských a kulturních akcí, slavností a výstav v rámci této třídy.*

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že toto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené služby pocházejí z určitého zdroje. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která na základě ochranné známky rozpozná, že služby pochází z určitého zdroje. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo **v té podobě, v jaké je přihlašováno, tedy slovní**, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení dlouhodobě a intenzivně užívá přihlašovatel ve vztahu k přihlašovaným službám. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří např. informace o poskytování služeb pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, katalogy, propagační a inzertní materiály apod. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě ochranné známky rozpozná, že služby pochází od

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

určitého subjektu, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 16.01.2024**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška **částečně zamítnuta** pro výše uvedené výrobky a služby (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách) a řízení bude pokračovat pro následující seznam služeb: *(41) organizování kulturních a vzdělávacích výstav, zábava, organizace a pořádání koncertů, organizace vzdělávacích nebo zábavných soutěží, pořádání společenských a kulturních akcí, slavností a výstav v rámci této třídy.*

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a 160 68 Praha 6
UPV.GOV.CZ
Tel.: 220 383 111 Fax: 224 324 718 E-mail: posta@upv.gov.cz Datová schránka: ix6aa38

OBECNÉ SDĚLENÍ / ŽÁDOST NEZPOPLATNĚNÁ
(Nespadající obsahově do jiných formulářů)

Pořadové číslo: D23100172
(Vyplní Úřad) 15.11.2023 16:36:36

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O SPISU

Skupina: Ochranná známka (OZ)

Nezpoplatněné:
Obecné sdělení / žádost nezpoplatněná

Spis:
1

Číslo přihlášky: **587023**

PODATEL / ŽADATEL

Podatel je přihlašovatel / majitel / vlastník

ZÁSTUPCE

Zástupce podávající žádost:
je u výše uvedeného spisu již zapsán jako zástupce v rejstříku Úřadu

SEZNAM PŘÍLOH

Typ přílohy	Soubor
Další příloha	Hovězí burger Dvouručák - Kostelecké uzeniny.htm

info
otisk přílohy (sha1): 9ae310d8a7fb258e8123f22f2a88d898ed5c8b87

TEXT OBECNÉHO SDĚLENÍ / ŽÁDOSTI

Ke zprávě ze dne 13.11.2023 uvádíme následující:
- úřad nedoložil žádný doklad, že by se označení DVOURUČÁK používalo v běžném jazyce;
- při zadání tohoto pojmu do běžného vyhledávače se vdané souvislosti objeví odkazy pouze na výrobky přihlašovatele;
- přihlašovatel je vlastníkem ochranné známky č. 344791 BURGERSTEAK DVOURUČÁK, která byla zapsána bez požadavku prokázání rozlišovací způsobilosti - vzhledem k zákonu č. 500/2004 Sb., kde je uvedeno: "Správní orgán dbá, aby při rozhodování skutkově shodných nebo podobných případů nevznikaly nedůvodné rozdíly" - není zřejmé proč postupuje úřad odlišně;
- v příloze zasíláme odkaz na výrobky přihlašovatele.
Vzhledem k výše uvedenému prosíme o přehodnocení závěrů úřadu a postoupení přihlašovaného označení ke zveřejnění.
Děkujeme za spolupráci
S pozdravem

Potvrzuji pravdivost a úplnost shora uvedených údajů.

Zástupce

Datum 15.11.2023

Email

Jméno a příjmení

Podpis
(U právnické osoby případně i razítko)

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-587023

Váš dopis značky: T03638CZ
Ochranná známka: DVOURUČÁK
Číslo spisu: O-587023
Den podání: 13.07.2023
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 26.07.2024

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Přihlašované označení je **nadále vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek** podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách **pro následující výrobky a služby**: *(29) drůbež (neživá), játra, játrová paštika, jedlé tuky, klobásy, salámy, párky, masové konzervy, koncentrované vývary, rybí konzervy, maso, konzervované maso, nasolené potraviny, polévky, slanina, šunka, uzeniny, zvěřina, hotová jídla v konzervách na bázi masa, drůbeže, ryb a zeleniny; (35) počítačové on-line maloobchodní a velkoobchodní služby s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní konzultace v oblasti distribuce zboží, zasílání katalogů, objednávky zboží, dovozní a vývozní kancelář, obchodní nebo podnikatelské poradenství, reklama, administrativní práce, organizování komerčních nebo reklamních výstav, zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu a obchodních služeb s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, činnost ekonomických poradců, maloobchodní, velkoobchodní a elektronický prodej potravin, zejména masa a masných výrobků a hotových jídel, zprostředkování v oblasti nákupu a prodeje potravin a potravinářských surovin, poskytování obchodních informací, průzkumy trhu, předvádění výrobků, organizování a pořádání prodejních a reklamních akcí, automatizované i ruční zpracování dat; (40) zpracování masa a masných výrobků, uzení potravin, řeznictví, sušení a mražení potravin;*

Výměrem ze dne 13.11.2023 byl přihlašovateli sdělen výsledek věcného průzkumu s tím, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách **pro následující výrobky a služby**: *(29) drůbež (neživá), játra, játrová paštika, jedlé tuky, klobásy, salámy,*

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

párky, masové konzervy, koncentrované vývary, rybí konzervy, maso, konzervované maso, nasolené potraviny, polévky, slanina, šunka, uzeniny, zvěřina, hotová jídla v konzervách na bázi masa, drůbeže, ryb a zeleniny; (35) počítačové on-line maloobchodní a velkoobchodní služby s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní konzultace v oblasti distribuce zboží, zasílání katalogů, objednávky zboží, dovozní a vývozní kancelář, obchodní nebo podnikatelské poradenství, reklama, administrativní práce, organizování komerčních nebo reklamních výstav, zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu a obchodních služeb s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, činnost ekonomických poradců, maloobchodní, velkoobchodní a elektronický prodej potravin, zejména masa a masných výrobků a hotových jídel, zprostředkování v oblasti nákupu a prodeje potravin a potravinářských surovin, poskytování obchodních informací, průzkumy trhu, předvádění výrobků, organizování a pořádání prodejních a reklamních akcí, automatizované i ruční zpracování dat; (40) zpracování masa a masných výrobků, uzení potravin, řeznictví, sušení a mražení potravin;

Přihlašovatel byl vyzván k předložení dokladů prokazujících nabytí rozlišovací způsobilosti označení.

Ve lhůtě stanovené pro vyřízení výměru, dne 15.11.2023 Úřad obdržel následující vyjádření zástupce přihlašovatele:

- Zástupce přihlašovatele namítl, že Úřad nedoložil žádný doklad, že by se označení DVOURUČÁK používalo v běžném jazyce. Argumentoval, že při zadání tohoto pojmu do běžného vyhledávače se vdané souvislosti objeví odkazy pouze na výrobky přihlašovatele.
- Zástupce přihlašovatele poukázal na fakt, že je vlastníkem ochranné známky č. 344791 BURGERSTEAK DVOURUČÁK, která byla zapsána bez požadavku prokázání rozlišovací způsobilosti – vzhledem k zákonu č. 500/2004 Sb., kde je uvedeno: "Správní orgán dbá, aby při rozhodování skutkově shodných nebo podobných případů nevznikaly nedůvodné rozdíly" - není zřejmé proč postupuje úřad odlišně.
- Zástupce přihlašovatele v příloze zaslal odkaz na výrobky přihlašovatele.
- S ohledem na výše uvedené skutečnosti zástupce přihlašovatele požádal, aby Úřad přehodnotil svůj závěr a přihlašované označení zveřejnil.

K vyjádření přihlašovatele Úřad uvádí následující:

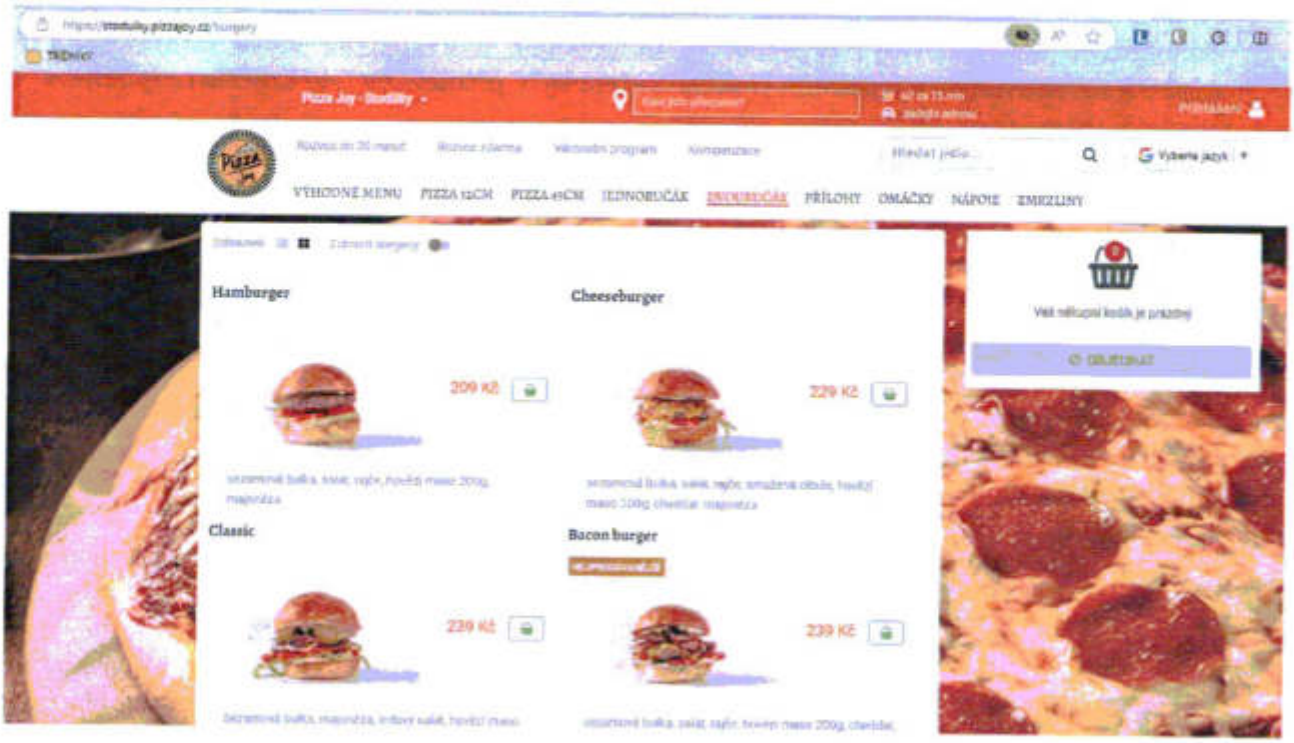
Požadavek přihlašovatele, aby Úřad předložil materiály, kde by se přihlašované označení užívalo v běžném jazyce Úřad odmítá. Takový požadavek nemá oporu v zákoně ani jiné podzákonné normě. Úřad není povinen výsledek věcného průzkumu jakkoli prokazovat např. uváděním odkazů na publikace či jiné materiály.

Je na přihlašovateli, aby předložil důkazy ke svým tvrzením, pokud hodlá vyvrátit výsledek věcného průzkumu provedeného Úřadem, neboť aby přihlašované označení mohlo být zapsáno do rejstříku ochranných známek, jak požaduje přihlašovatel, musí splňovat všechny zákonné podmínky zápisné způsobilosti.

Přes výše uvedené skutečnosti Úřad předkládá příklad nalezený na internetu, z něhož je jasně patrné, že výrazem DVOURUČÁK je dnes běžně označován pokrm (obvykle burger), který je designován tak, že je potřeba obou rukou na to, aby ho bylo možno uchopit a jíst. V nabídce menu restaurace je kategorie „JEDNORUČÁK " i „**DVOURUČÁK**".

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Argumentace přihlašovatele, že při zadání pojmu „dvouručák“ do běžného vyhledávače se v dané souvislosti objeví odkazy pouze na výrobky přihlašovatele, je účelová.



K argumentaci přihlašovatele, že je vlastníkem ochranné známky č. 344791 BURGERSTEAK DVOURUČÁK, která byla zapsána bez požadavku prokázání rozlišovací způsobilosti a Úřad by měl i u této známky postupovat obdobně, Úřad podotýká, že při posuzování je potřeba vnímat změny užívání slov ve veřejném prostoru v průběhu času. Zatímco v době zápisu starší ochranné známky přihlašovatele byl zapsaný výraz považován za neobvyklý, v současné době je tento výraz užíván běžně a vnímán jako obecné označení. Souvisí s tím i užívané označení tohoto typu burgeru v angličtině: two-hands burger.

Z přiloženého listu s odkazem na výrobky přihlašovatele je patrná existence výrobku „Hovězí Burger Dvouručák“ a je zde patrná vazba ke Kosteleckým uzeninám, tedy k přihlašovateli.

Odkaz je dodán bez bližšího komentáře a bez tiskových výstupů, či záznamu na elektronickém nosiči. Zde musí Úřad konstatovat, že pouhé odkazy na internetové stránky (bez faktického doložení jejich výpisů, označení konkrétních údajů týkajících se označení, doložení jejich návštěvnosti před podáním předmětné přihlášky apod.) nelze jako důkazy akceptovat, neboť tyto nejsou trvalé. Úřad požaduje předložení dokladů na papírovém nebo elektronickém nosiči tak, aby tyto doklady byly evidovanou a trvalou součástí spisu. Je zcela na přihlašovateli, aby ve svůj prospěch shromáždil dostatek důkazů, jasně prokazujících získanou rozlišovací způsobilost označení, neboť správní orgán není povinen sám jednotlivé odkazy procházet, obsah pod nimi skrytý zkoumat a dohledával příčinné souvislosti s přihlašovaným označením. Přestože podle ustanovení § 52 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, může účastník řízení důkazy i jenom označit, není možné, aby odkaz byl natolik paušální, že by to v podstatě znamenalo přenesení důkazní povinnosti na správní orgán, jako tomu je v daném případě. Proto Úřad tyto doklady považuje za nedostačující.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Označení může získat rozlišovací způsobilost dlouhodobým a intenzivním užíváním na nárokovaných výrobcích a službách. Jak již bylo konstatováno ve výměru ze dne 13.11.2023, je k prokázání rozlišovací způsobilosti označení nutno předložit dostatek dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení dlouhodobě a intenzivně užívá přihlašovatel ve vztahu k nárokovaným výrobkům. Doklady, které byly předloženy tato kritéria nesplňují.

Z doložených dokladů vyplývá, že existuje výrobek Hovězí Burger Dvouručák a je zde patrná vazba tohoto výrobku ke Kosteleckým uzeninám, tedy k přihlašovateli. Z doložených dokladů nebylo prokázáno dlouhodobé a intenzivní užívání. Obecně platí, že vstup nedistinktivního označení do povědomí spotřebitele vyžaduje určitou intenzitu – z předložených dokladů nevyplývá, jak intenzivně bylo označení užíváno (např. na základě údajů o nákladech na reklamní kampaň, velikosti okruhu zákazníků apod.).

Celkovým zhodnocením všech dokladů dospěl Úřad k názoru, že nebylo prokázáno nabytí rozlišovací způsobilosti slovního označení „DVOURUČÁK" ve prospěch přihlašovatele. Z dokladů nelze dovodit, do jaké míry jsou výrobky přihlašovatele pod přihlašovaným označením známy, tedy do jaké míry vstoupilo přihlašované označení do povědomí průměrného spotřebitele ve vztahu k nárokovaným výrobkům a k jednomu obchodnímu zdroji.

Předložené doklady tak, jak byly výše popsány a zhodnoceny, neprokazují, že by přihlášené označení bylo přihlašovatelem užíváno způsobem, který by opodstatňoval přiznání jeho tzv. získané rozlišovací způsobilosti.

Na základě výše uvedeného má Úřad za důvodné se domnívat, že **přihlašované označení nemá rozlišovací způsobilost**, dle ust. §4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., **pro následující výrobky a služby**: *(29) drůbež (neživá), játra, játrová paštika, jedlé tuky, klobásy, salámy, párky, masové konzervy, koncentrované vývary, rybí konzervy, maso, konzervované maso, nasolené potraviny, polévky, slanina, šunka, uzeniny, zvěřina, hotová jídla v konzervách na bázi masa, drůbeže, ryb a zeleniny; (35) počítačové on-line maloobchodní a velkoobchodní služby s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní konzultace v oblasti distribuce zboží, zasílání katalogů, objednávky zboží, dovozní a vývozní kancelář, obchodní nebo podnikatelské poradenství, reklama, administrativní práce, organizování komerčních nebo reklamních výstav, zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu a obchodních služeb s výrobky výše uvedenými ve tř. 29, činnost ekonomických poradců, maloobchodní, velkoobchodní a elektronický prodej potravin, zejména masa a masných výrobků a hotových jídel, zprostředkování v oblasti nákupu a prodeje potravin a potravinářských surovin, poskytování obchodních informací, průzkumy trhu, předvádění výrobků, organizování a pořádání prodejních a reklamních akcí, automatizované i ruční zpracování dat; (40) zpracování masa a masných výrobků, uzení potravin, řeznictví, sušení a mražení potravin.*

Výhrada nedostatku rozlišovací způsobilosti se netýká těchto služeb: *(41) organizování kulturních a vzdělávacích výstav, zábava, organizace a pořádání koncertů, organizace vzdělávacích nebo zábavných soutěží, pořádání společenských a kulturních akcí, slavností a výstav v rámci této třídy.*

Přihlašované označení může být zapsáno, jestliže přihlašovatel prokáže, že toto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Jak již bylo sděleno ve výměru ze dne 13.11.2023 tuto skutečnost lze prokázat hodnověrnými doklady. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří objednávky, faktury, dodací listy, ceníky, katalogy, propagační a inzertní materiály apod., z nichž je jednoznačně patrno, že uvedené označení skutečně užíval přihlašovatel ve vztahu k nárokovaným výrobkům.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 29.09.2024**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200,- Kč, každé další prodloužení lhůty 500,- Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška **částečně zamítnuta** pro výše uvedené výrobky a služby (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách) a řízení bude pokračovat pro následující seznam služeb: *(41) organizování kulturních a vzdělávacích výstav, zábava, organizace a pořádání koncertů, organizace vzdělávacích nebo zábavných soutěží, pořádání společenských a kulturních akcí, slavností a výstav v rámci této třídy.*

oddělení ochranných známek 1.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a 160 68 Praha 6
UPV.GOV.CZ
Tel.: 220 383 111 Fax: 224 324 718 E-mail: posta@upv.gov.cz Datová schránka: ix6aa38

OBECNÉ SDĚLENÍ / ŽÁDOST NEZPOPLATNĚNÁ
(Nespadající obsahově do jiných formulářů)

Pořadové číslo: D24118595
(Vyplní Úřad) 29.11.2024 15:04:28

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O SPISU

Skupina: Ochranná známka (OZ)

Nezpoplatněné:
Obecné sdělení / žádost nezpoplatněná

Spis:
1

Číslo přihlášky: **587023**

PODATEL / ŽADATEL

Podatel je přihlašovatel / majitel / vlastník

ZÁSTUPCE

Zástupce podávající žádost:
je u výše uvedeného spisu již zapsán jako zástupce v rejstříku Úřadu

SEZNAM PŘÍLOH

Typ přílohy	Soubor
Další příloha	2018-VYSOCINA_FEST-01.jpg
2018	
otisk přílohy (sha1): 8ee50ff337eb4e2c0489bd54696d18284124d78f	
Další příloha	2023-_MRZ6238.jpg
2023	
otisk přílohy (sha1): 2a6005e2ff1c0df3229bdf613b9702d63ef49417	
Další příloha	2021-WhatsApp Image 2024-09-09 at 14.18.07 (3).jpeg
2021	
otisk přílohy (sha1): b2718705c988f639b0f3de63e57201f70b863532	
Další příloha	2020-FB - Dvouručák (2).png
2020	
otisk přílohy (sha1): 4fd4ce86e6bf8f22c2306eb046d6530805371530	
Další příloha	2019-INZERCE_KAMINKA_137X89_FOGRA39_CMYK.pdf
2019	
otisk přílohy (sha1): cb89ba75665e9a211083060b04d1589398e255a1	
Další příloha	2016-WhatsApp Image 2024-09-09 at

Typ přílohy	Soubor
	14.18.04 (1).jpeg
2016 *otisk přílohy (sha1): 4d97d73bec3c15cd397ceaaa6c6dad4ee133b0a8* Další příloha	2015_WhatsApp Image 2024-09-09 at 14.18.17 (2).jpeg
2015 *otisk přílohy (sha1): 62136e3debb7b2855bea92f4d7649de3025b7dff* Další příloha	2014_TK_LG_RV_PRAKUL_2014.jpg
2014 *otisk přílohy (sha1): 4d0e0ee3bf36beef69f907c2f6eb9ce3e81590c0* Další příloha	2017-WhatsApp Image 2024-09-09 at 14.18.14.jpeg
2017 *otisk přílohy (sha1): 7b65f50d0afeedf6256434ebf9ad5edd9dc7106c* Další příloha	DVOURUČÁK!!!.docx
přehled *otisk přílohy (sha1): 0b7be8ec1a70855023cda5b3d3bb9ae4badcb430*	

TEXT OBECNÉHO SDĚLENÍ / ŽÁDOSTI

Ke zprávě ze dne 13.11.2023 uvádíme následující:
- úřad nedoložil žádný doklad, že by se označení DVOURUČÁK používalo v běžném jazyce;
- při zadání tohoto pojmu do běžného vyhledávače se vdané souvislosti objeví odkazy pouze na výrobky přihlašovatele;
- přihlašovatel je vlastníkem ochranné známky č. 344791 BURGERSTEAK DVOURUČÁK, která byla zapsána bez požadavku prokázání rozlišovací způsobilosti - vzhledem k zákonu č. 500/2004 Sb., kde je uvedeno: "Správní orgán dbá, aby při rozhodování skutkově shodných nebo podobných případů nevznikaly nedůvodné rozdíly" - není zřejmé proč postupuje úřad odlišně;
- v příloze zasíláme ukázky užití v letech 2014 až 2023, přičemž více materiálů je na přiloženém flash disk.

Vzhledem k výše uvedenému prosíme o přehodnocení závěrů úřadu a postoupení přihlašovaného označení ke zveřejnění.
Děkujeme za spolupráci
S pozdravem
Kostelecké uzeniny a.s.

Potvrzuji pravdivost a úplnost shora uvedených údajů.

Zástupce

Datum 28.11.2024 **Jméno a příjmení**

Email

Podpis
(U právnické osoby případně i razítko)

Osvědčení o provedení digitálního úkonu dle § 5 zákona č. 12/2020 Sb.

Nepožaduji

ÚŘAD PRŮMYSLOVÉHO VLASTNICTVÍ
Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6 - Bubeneč

O-593845
Mgr. Martin Loučka, advokát
Sokolovská 694/98
18600 Praha 8
ID DS: rgafjau

Váš dopis značky:
Ochranná známka: Zákony pro lidi
Číslo spisu: O-593845
Den podání: 31.05.2024
Vyřizuje:

Ve veškeré korespondenci s Úřadem vždy uveďte číslo spisu

V Praze dne 1.7.2024

Přihláška ochranné známky - výsledek věcného průzkumu

Oznamujeme Vám výsledek průzkumu výše uvedené přihlášky ochranné známky, provedeného podle ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.

Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Ochranná známka je označení, které je způsobilé odlišit shodné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale svou formou i obsahem bylo do té míry originální, že jeho svérázné znaky mají schopnost individualizovat výrobky nebo služby, které jím mají být označeny.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitele daného druhu zboží nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy zabývající se daným druhem zboží nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Průměrným spotřebitel je spotřebitel přiměřeně dobře informovaný, všímavý a obezřetný, přičemž je nutno také vzít v úvahu, že úroveň pozornosti se mění podle kategorie dotčených výrobků a/nebo služeb.

Vzhledem k charakteru nárokovaných výrobků a služeb: *(9) elektronické databáze, interaktivní databázový software, software pro strojové učení, interaktivní databáze; (35) systemizace informací do počítačových databází; (41) vzdělávací a školicí služby, organizování vzdělávacích seminářů; (42) software jako služba [SaaS], poskytování on-line softwaru bez možnosti stažení; (45) poskytování informací o právních službách*

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

prostřednictvím webových stránek, poskytování právních informací, lze průměrného spotřebitele ztotožnit s širokou veřejností která nárokované výrobky a služby využívá a o danou problematiku se zajímá.

Přihlašované slovní označení je tvořeno slovním spojením „ZÁKONY PRO LIDI" pouze ve slovní podobě, bez dalších prvků, slovních či grafických, dodávajících označení nutnou a požadovanou distinktivitu. Slogan „ZÁKONY PRO LIDI" je tvořen obecně frekventovanými slovy. Jedná se o nefantazijní a neoriginální označení s pochvalným podtextem, které není způsobilé na trhu vymezit výrobky a služby přihlašovatele od shodných výrobků a služeb jiných subjektů. Průměrný spotřebitel bude tento slogan vnímat spíše jako běžné pochvalné propagační oznámení. Přihlašované označení nedisponuje potřebnou a požadovanou distinktivitou, ne pouze v důsledku přítomnosti obecných slov, ale vzhledem k absenci jakýchkoliv dalších prvků dodávajících označení potřebnou kreativitu a originalitu. Slogany mohou být ochrannou známkou, obsahují-li vedle běžně užívaných slov rozlišující prvek, který umožní průměrnému spotřebiteli orientaci na obchodní zdroj, nebo jsou svou formou a obsahem tak originální, že umožňují individualizaci výrobků nebo služeb. Slogany mohou být zapsány jako ochranná známka za předpokladu, že jsou způsobilé naplnit základní funkci ochranné známky, tj. rozlišit výrobky nebo služby z různého obchodního zdroje – tuto vlastnost mají slogany, které disponují nutnou dávkou invence, popřípadě vtipu. Přihlašované označení „ZÁKONY PRO LIDI" výše uvedenou originalitu postrádá.

Ochranná známka však musí být způsobilá stát se pro spotřebitele indikátorem původu označeného zboží nebo služeb. Takto koncipované označení, tj. slogan nedisponující potřebnou originalitou a určitou mírou neobvyklosti, takovým indikátorem není, protože neumožňuje průměrnému spotřebiteli alespoň základní orientaci na trhu výrobků a služeb, které jsou poskytovány odlišnými subjekty a tyto služby vzájemně identifikovat a individualizovat a neplní tak základní, tj. rozlišovací funkci ochranné známky. V označení je absence jakéhokoli známkového prvku, který by činil označení jedinečným. Přihlašované označení tak průměrný spotřebitel nebude vnímat jako ochrannou známku, resp. obchodní značku, dle které by mohl určit konkrétní obchodní zdroj poskytovaných výrobků a služeb.

Přihlašované označení **může být zapsáno,** jestliže přihlašovatel prokáže, že toto označení získalo před zápisem ochranné známky do rejstříku užíváním v obchodním styku ve vztahu k výrobkům a službám přihlašovatele, pro které je požadován jeho zápis do rejstříku, rozlišovací způsobilost (ustanovení § 5 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

Nabytí rozlišovací způsobilosti užíváním ochranné známky vyžaduje, aby přinejmenším významná část relevantní veřejnosti díky této ochranné známce rozpoznala, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého zdroje. Pro účely posouzení rozlišovací způsobilosti nabyté užíváním ochranné známky lze vzít v úvahu zejména podíl této známky na trhu, intenzitu, zeměpisné rozšíření a dobu užívání této ochranné známky, velikost investic podniku do její reklamy, podíl zainteresované veřejnosti, která je s označením obeznámena. K prokázání rozlišovací způsobilosti je tedy třeba předložit dostatek takových dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo **v té podobě, v jaké je přihlašováno** (tedy pouze ve slovní podobě) a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně dlouhodobě a intenzivně užívá přihlašovatel ve vztahu k přihlašovaným výrobkům a službám. Mezi doklady, kterými se nejčastěji získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení prokazuje, patří např. informace o prodeji výrobků a poskytování služeb pod uvedeným názvem, s tím související objednávky, faktury, katalogy, propagační a inzertní materiály, mediální výstupy apod. Pokud lze na základě takovýchto skutečností mít za to, že zainteresovaná veřejnost, nebo přinejmenším významná část této veřejnosti, na základě

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

ochranné známky rozpozná, že výrobky a služby pochází od určitého subjektu, je možné dospět k závěru, že podmínka získané rozlišovací způsobilosti byla splněna.

K prokázání těchto skutečností Vám poskytujeme lhůtu **do 01.09.2024**.

V odůvodněném případě můžete požádat před uplynutím lhůty o její prodloužení. Žádost o první prodloužení lhůty podléhá poplatku 200 Kč, každé další prodloužení lhůty 500 Kč.

Neprokážete-li získání rozlišovací způsobilosti v dané nebo v prodloužené lhůtě, bude přihláška zamítnuta (ustanovení § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách).

oddělení ochranných známek I.

podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.gov.cz, Fax: 224 324 718

Úřad průmyslového vlastnictví

Antonína Čermáka 2a

160 68 Praha

Mgr. Martin Loučka, advokát
Sokolovská 694/98
180 00 Praha
IČO: 06485596
ev. č. ČAK: 19058
M: +420 722 965 737
loucka@martins.law
martins.law

V Praze, dne 01.01.2025

Ochranná známka:	Zákony pro lidi *(slovní)*
Číslo spisu:	O-593845
Přihlašovatel:	AION CS, s.r.o. IČO 60738634 se sídlem nám. T. G. Masaryka 1280, 760 01 Zlín
Zástupce:	Mgr. Martin Loučka, advokát ev. č. ČAK 19058 se sídlem Sokolovská 694/98, 180 00 Praha
Věc:	**Vyjádření; prokázání získané rozlišovací způsobilosti**

Datovou schránkou

Přílohy dle textu

Přihlašovatel podal přihlášku slovní ochranné známky ve znění „Zákony pro lidi" pro dále uvedené výroby a služby:

(9) elektronické databáze, interaktivní databázový software, software pro strojové učení, interaktivní databáze;

(35) systemizace informací do počítačových databází;

(41) vzdělávací a školicí služby, organizování vzdělávacích seminářů;

(42) software jako služba [SaaS], poskytování on-line softwaru bez možnosti stažení;

(45) poskytování informací o právních službách prostřednictvím webových stránek, poskytování právních informací.

Úřad průmyslového vlastnictví oznámil přihlašovateli výsledek formálního průzkumu přihlášky výše uvedené ochranné známky s tím, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek podle ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, neboť postrádá rozlišovací způsobilost.

Přihlašovatel je přesvědčen, že přihlašované označení získalo rozlišovací způsobilost na základě jeho dlouhodobého a rozsáhlého užívání v obchodním styku a na straně relevantní veřejnosti jednoznačně existuje asociace přihlašovaného označení s přihlašovatelem coby původcem zboží/služeb. K prokázání získání rozlišovací způsobilosti si přihlašovatel dovoluje předložit důkazy pro přehlednost rozdělené do následujících kategorií:

I. Využívání výrazu „Zákony pro lidi" přihlašovatelem či pod jeho kontrolou
   a. Na webových stránkách přihlašovatele
   b. V rámci e-mailových newsletterů
   c. V reklamě a na sociálních sítích

II. Využívání výrazu „Zákony pro lidi" třetími subjekty
   a. Ve vyhledávání
   b. Aktivní odkazování na služby přihlašovatele třetími stranami
      i. Články v on-line magazínech
      ii. Wikipedie
      iii. Citace v akademických pracích

Obecné zhodnocení a relevantní veřejnost

Co se týče inherentní rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení, přihlašovatel uvádí, že přihlašované označení nelze považovat za zcela bez rozlišovací způsobilosti.

Ze sémantického pohledu obrat „Zákony pro lidi", který tvoří přihlašované označení, nese vlastní inherentní hodnotu: jedná se o označení hrající si s jazykovým vyjádřením až na hranici vtipu či paradoxu – implikuje totiž, že *„tento výrobek/služba (třeba i na rozdíl od jiných zdrojů) přibližuje zákony lidem"*, jinými slovy supluje úlohu státu, který by jakožto vydavatel závazných předpisů měl sám o sobě učinit je přístupnými pro běžné občany. Slovy „Zákony pro lidi" je tedy adresován tento přetrvávající rozpor, kdy právní předpisy („zákony") jsou závazné pro všechny, avšak zcela určitě nejsou přizpůsobené „pro lidi", neboť závaznou podobou je stále pouze Sbírka zákonů, která je pro praktické použití nevhodná. Přihlašovatel má tedy za to, že textový prvek přihlašovaného označení není charakterem přímočaře pochvalný, ale zákazník (zejména člověk, který se například neúspěšně snažil vyznat v komplikovanějších zdrojích) jej bude vnímat jako trefný či překvapivý, a vytvoří si k němu tedy snadno paměťovou vazbu.

Jak uvádí Úřad, lze průměrného spotřebitele ztotožnit s širokou veřejností, která nárokované výrobky a služby využívá a o danou problematiku se zajímá. V tomto případě k tomuto přihlašovatel uvádí, že vzhledem k charakteru výrobků a služeb, zejména ve vztahu k právní tematice, bude míra pozornosti dotčené veřejnosti zvýšená, neboť obecně jsou právní záležitosti lidmi vnímány jako podstatné či zásadní pro jejich aktuální rozhodování (hovoříme-li o uživatelích z řad běžné veřejnosti) a rozhodně budou i nástroje, které využívají k přístupu k právním předpisům a službám zkoumat bedlivěji; shodně co se týče odborné veřejnosti, opět lze předpokládat zvýšenou míru pozornosti, a to z důvodu, že se jedná o výrobky a služby v oblasti jejich expertízy.

Přihlašovatel tak vnímá situaci tak, že přihlašované označení nese inherentní rozlišovací způsobilost, a zároveň citlivost relevantní veřejnosti a její schopnost vnímat a vytvořit si asociaci s poskytovatelem dané služby je v daném kontextu velmi rozvinutá.

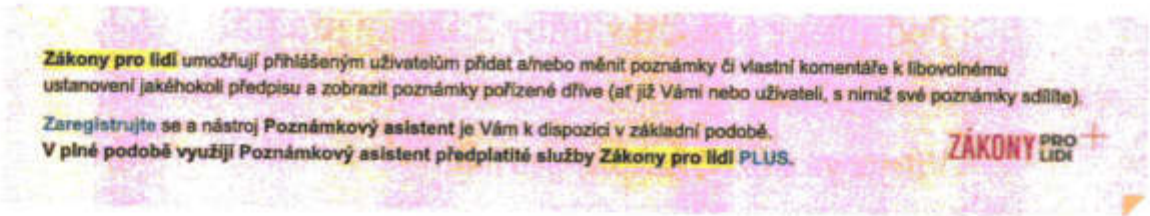
Prokázání získané rozlišovací způsobilosti

I. Využívání výrazu „Zákony pro lidi" přihlašovatelem či pod jeho kontrolou

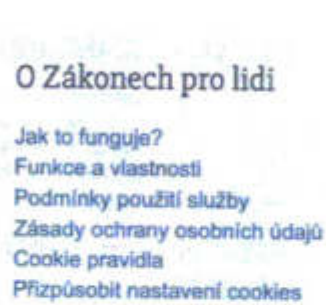
V této části jsou předloženy důkazy o tom, že přihlašované označení je aktivně využíváno ve spojení s výrobky a službami, pro které je požadován zápis, přihlašovatelem či pod jeho kontrolou.

a. Na webových stránkách přihlašovatele

V první řadě na samotné úvodní straně celého portálu je několikrát celá služba pojmenována jako „Zákony pro lidi", například:







Důkaz: obsahem stránky na adrese https://www.zakonyprolidi.cz/

Dále na stránce věnované vlastnostem a funkcím Zákonů pro lidi je služba označována tímto způsobem:

Seznam vlastností a funkcí Zákonů pro lidi

1. Základ pro všechny návštěvníky

Všichni návštěvníci mají k dispozici základní verzi **Zákonů pro lidi**. Je kompletně bezplatná a tak pro její využití stačí navštívit stránky www.zakonyprolidi.cz.

Základní verze **Zákonů pro lidi** poskytuje:

- předpisy Sbírky zákonů a Sbírky mezinárodních smluv České republiky s možnostmi vyhledat, zobrazit a vytisknout jakýkoliv předpis v aktuálním znění, citovat jakékoliv jeho ustanovení a zjistit, co se v předpisu změnilo a jaké změny lze v budoucnu očekávat.
- aktuální i historická znění směrnic, nařízení, rozhodnutí a základních smluv Evropské unie
- soudní rozhodnutí Nejvyššího, Nejvyššího správního a Ústavního soudu se základními možnostmi hledání

2. Více "muziky" přihlášeným uživatelům

Podstatně více možností dostávají uživatelé, kteří se k **Zákonům pro lidi** přihlásí. Všechny benefity pak mohou využívat uživatelé s předplatným prémiové služby **PLUS** a uživatelů **STUDENT** - viz. přehledová tabulka:

Důkaz: obsahem stránky na adrese https://www.zakonyprolidi.cz/clanek/seznam-vlastnosti-a-funkci.htm

Služba je označována jako „Zákony pro lidi" také ve svém vymezení v rámci podmínek užití:

Podmínky použití služby Zákony pro lidi

Vítejte ve službě Zákony pro lidi!

Před tím, než začnete používat naše služby a před založením uživatelského účtu si, prosíme, pečlivě přečtěte tyto Podmínky a dále naše Zásady a Cookie pravidla. Děkujeme.

1. Úvodní ustanovení

1.1 My, společnost **AION CS, s.r.o.**, IČ 60738634, se sídlem T. G. Masaryka 1280, 760 01 Zlín, vedená u Krajského soudu v Brně pod vložkou C a sp. zn. 18117 (dále jen „**my**" nebo „**poskytovatel služby**"), vám prostřednictvím webových stránek dostupných na adrese https://www.zakonyprolidi.cz/ poskytujeme službu spočívající ve zpřístupnění uživatelského rozhraní webové aplikace **Zákony pro lidi** (dále jen „**webová aplikace**"), která slouží především k poskytování:

Důkaz: obsahem stránky dostupné na adrese https://www.zakonyprolidi.cz/clanek/podminky-pouziti.htm

Další použití označení najdeme na portálu věnovanému webinářům, které zajišťují Zákony pro lidi jako součást svých služeb:



Důkaz: obsahem stránky na adrese https://www.udalosti.zakonyprolidi.cz/webinare

Na webových stránkách přihlašovatel dále zveřejňuje v rámci své propagace reference některých uživatelů. I zde je služba označována jako „Zákony pro lidi", jak je patrné z přehledu níže. Přihlašovatel uvádí vždy osobu poskytující referenci, náhled na umístění reference na webu a znění reference, kde je patrné použití označení Zákony pro lidi:

Zákony pro lidi.cz nejsou jen web, ale také velmi užitečný zdroj dat. Již delší dobu odsud prostřednictvím API získáváme texty některých předpisů pro naše weby Podnikatel.cz, Měšec.cz a Business.center.cz a všechno funguje na jedničku.



f

Zákony pro lidi jsou pro mě prvním a jediným místem, kam koukám, pokud potřebuji nahlédnout do české legislativy. Skvělá funkčnost, provázání norem a legislativních dokumentů, to vše je skvělé. A že je velká většina dostupná zdarma pro každého, je neuvěřitelné. Už několik let si platím verzi Plus za pouhých 1 890 Kč za rok (!), hlavně proto, abych takto skvělou službu podpořil. Za cenu jednoho kafe měsíčně je k nezaplacení.



Zákony pro lidi PLUS používá také John Gealfow, předseda spolku Nugis Finem, neziskové organizace, která se specializuje na vzdělávání právníků i široké veřejnosti.

Zákony pro lidi používám již přes 8 let. Provázely mě od počátku mého studia na právnické fakultě přes práci na soudech, v advokátní kanceláři i během mé akademické kariéry. Jedná se o neuvěřitelně přehledný, praktický a intuitivně ovladatelný nástroj a v těchto oblastech nechává všechny ostatní konkurenční nástroje daleko za sebou. Jestli jsem z něčeho ale vážně nadšený, tak je to funkce poznámek.

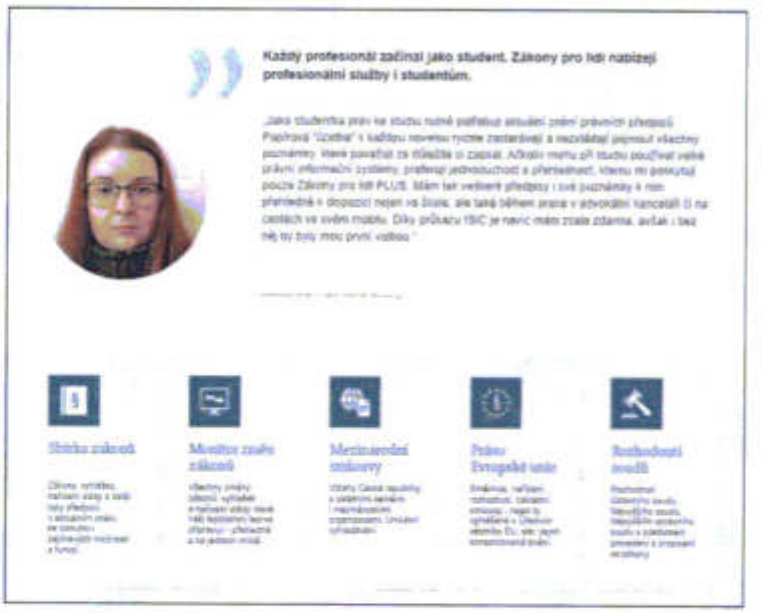


Zákony pro lidi jsem používal už jako student práv. Nadchla mě rychlost přístupu, jednoduchost vyhledávání a přehlednost portálu. V současné době pracuji jako advokát, často v zahraničí, a Zákony pro lidi využívám denně. Zjistil jsem, že díky vychytávkám na předplacené službě Plus se stránky přizpůsobily mým potřebám, takže teď už jde vlastně o můj ryze osobní pracovní nástroj. A to včetně všech odkazů a poznámek, které mohu v případě potřeby sdílet.



Každý profesionál začínal jako student. Zákony pro lidi nabízejí profesionální služby i studentům.

Jako studentka práv ke studiu nutně potřebuji aktuální znění právních předpisů. Papírová "úzetka" s každou novelou rychle zastarávají a nezvládají pojmout všechny poznámky, které považuji za důležité si zapsat. Ačkoliv mohu při studiu používat velké právní informační systémy, preferuji jednoduchost a přehlednost, kterou mi poskytují pouze Zákony pro lidi PLUS. Mám tak veškeré předpisy i své poznámky k nim přehledně k dispozici nejen ve škole, ale také během praxe v advokátní kanceláři či na cestách ve svém mobilu. Díky průkazu ISIC je navíc mám zcela zdarma, avšak i bez něj by byly mou první volbou.

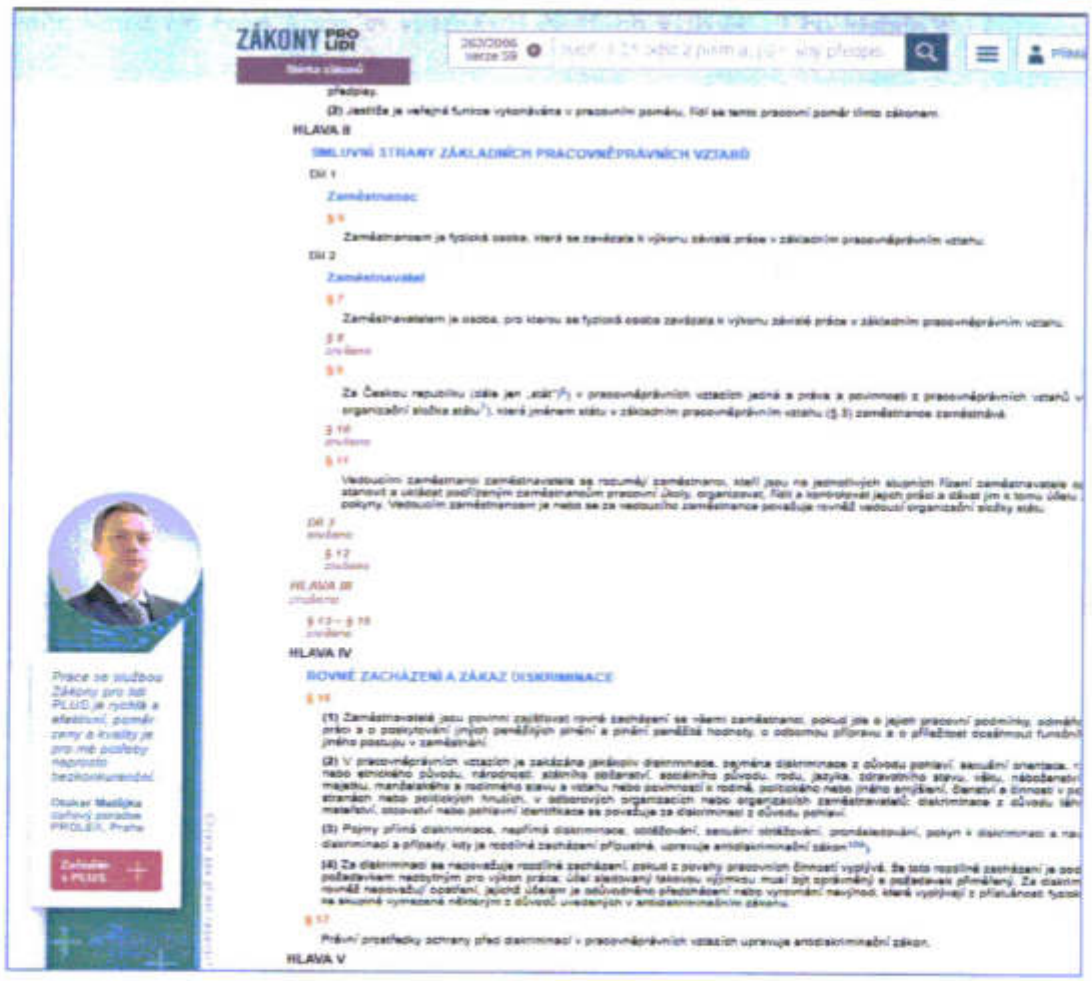


Důkaz: obsahem stránky na adrese https://www.zakonyprolidi.cz/

Konečně na webových stránkách přihlašovatel využívá medailonky s dalšími uživatelskými referencemi. Tyto jsou umístěny na stránkách všech zobrazených předpisů pro nepřihlášené uživatele. Každý medailonek obsahuje slovní spojení „Zákony pro lidi", jak je vidět z následujícího přehledu a ukázky umístění na webu:

	Zákony pro lidi PLUS nabízejí skvělý poměr „cena-výkon".
	Zákony pro lidi ve verzi PLUS mi již několik let usnadňují práci. Zvláště oceňuji rychlost, s jakou lze konkrétní právní předpis v aktuální podobě vyhledat, a také jednoduchost a možnost využití nástrojů (asistentů).
	Stále on-line, možnost mít na jednom místě i důvodové zprávy, lepší ovladatelnost než konkurenční právní licence... Zákony pro lidi PLUS jsou skvělý přehledný program.
	K Zákonům pro lidi PLUS jsem přešla od mnohonásobně dražší konkurence a jsem jim již několik let věrná. Oceňuji především to, že se služba stále zdokonaluje.
	Zákony pro lidi PLUS prošly v poslední době zajímavým vývojem, a díky tomu poskytují velmi užitečné služby nejen pro ty, kdo se potřebují seznámit s textem právního dokumentu.
	V Zákonech pro lidi PLUS jsme našli neocenitelný nástroj pro práci našeho exekutorského úřadu. Umožňuje nám rychlou a snadnou orientaci v právních předpisech i související judikatuře, a tím i efektivnější výkon exekuční činnosti.
	Zákony pro lidi PLUS poskytují pro mou lektorskou i odbornou poradenskou činnost opravdovou podporu.
	Zákony pro lidi PLUS využívám z důvodu velmi pohodlného vyhledávání a přívětivého uživatelského prostředí, včetně přehledného barevného rozlišení. Za více než přijatelnou částku dostávám nadstandardní službu.
	Zákony pro lidi PLUS jsou pro mne důležitým pracovním nástrojem, který šetří můj čas a udržuje pořádek v mé kanceláři.
	Naprosto vše, co ke své práci potřebuji zjistit či ověřit, řeším s pomocí služby Zákony pro lidi PLUS. Snadno, jednoduše a k naprosté spokojenosti.
	Jako přísedící Krajského soudu v Brně bych si výkon své funkce nedovedl bez využívání služeb Zákony pro lidi PLUS už ani představit. Graficky přívětivé, praktické a rychlé vyhledávání velice usnadňuje práci a šetří čas.
	Zákony pro lidi PLUS nabízejí přesně to, co potřebuji ve své profesi – jsou přehledné, široce využitelné a v neposlední řadě i cenově vstřícné.
	Práce se službou Zákony pro lidi PLUS je rychlá a efektivní, poměr ceny a kvality je pro mé potřeby naprosto bezkonkurenční.

	Na Zákonech pro lidi PLUS je vše přehledně uspořádáno, oceňuji zejména služby porovnávání znění, kde lze "na pár kliknutí" vyvolat sledování provedených změn v právních předpisech.
	Při přechodu na placenou verzi Zákonů pro lidi PLUS jsem hned první den při prohlížení Rozhodnutí soudů narazil na rozsudek, který jsem marně dlouhou dobu hledal. Díky tomu jsem získal částku, která mi předplatila PLUS na několik set let dopředu.
	Zákony pro lidi PLUS používám zhruba jeden rok a jsem velmi spokojená a často i překvapená, jak kvalitní služba to je.
	Na Zákonech pro lidi PLUS oceňuji přehlednost, aktuálnost, rychlost a také odkazy na dřívější znění zákonů.
	V provozní praxi mi Zákony pro lidi PLUS poskytují to nejcennější: rychlou informaci! V počítači i jako apka v telefonu.
	Jako auditor využívám Zákony pro lidi PLUS poměrně často. Oceňuji hlavně možnost nastavení oblíbených předpisů, odkazování na konkrétní paragrafy a psaní poznámek.



Důkaz: obsahem podstránek portálu Zákony pro lidi, např. https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-262

Intenzita užití přihlašovaného označení na webových stránkách

Co se týče intenzity užití přihlašovaného označení na webových stránkách přihlašovatele, je směrodatné, kolik uživatelů dané stránky navštíví, a tedy kolik zákazníků, respektive potenciálních zákazníků vnímá označení „Zákony pro lidi" ve spojení s danou službou a jaký je tedy zásah relevantní veřejnosti.

Dle názoru přihlašovatele s každým zobrazením stránky portálu s viditelně umístěným vyobrazením přihlašovaného označení roste intenzita, s jakou návštěvník portálu (který je ze své povahy členem relevantní veřejnosti) vnímá a pamatuje si přihlašované označení, asociuje si jej s relevantními výrobky a službami a zejména jej začíná vnímat jako označení původu produktů, což je primární funkcí ochranné známky.

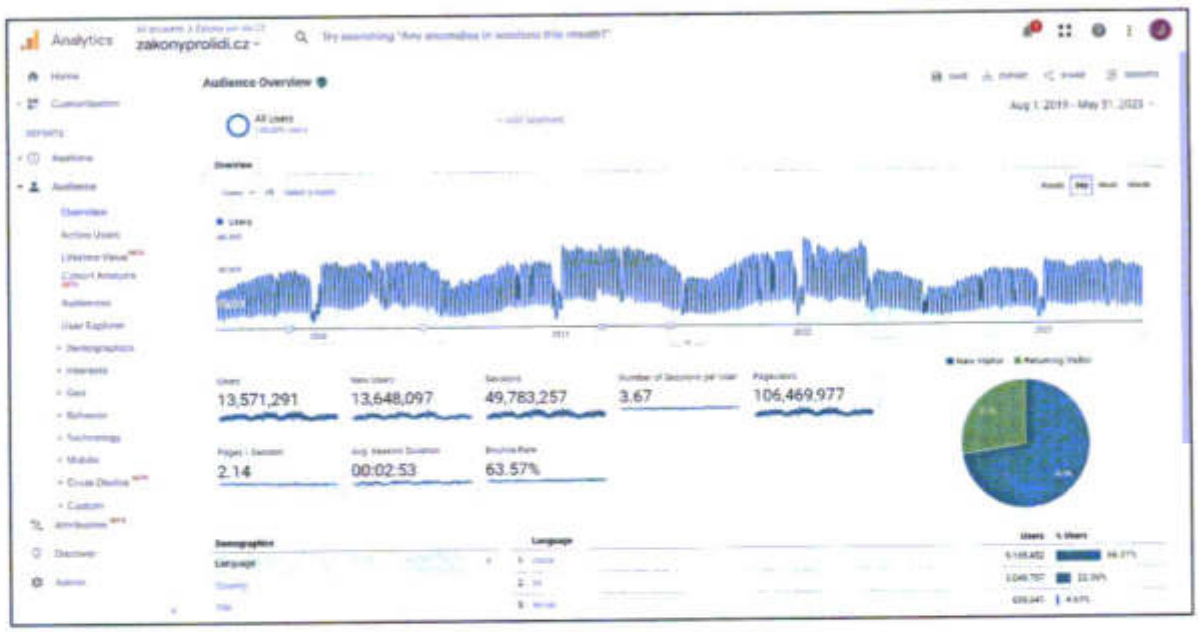
Přihlašovatel si dovoluje uvést, že pro účely získávání informací o návštěvnosti webu existují různé technologie sloužící k provedení měření, přičemž každá může vykazovat data s jinou odchylkou, nicméně informace by se neměly fundamentálně lišit.

Z dlouhodobě prováděných měření interními nástroji přihlašovatele a obdobně též externím nástrojem „Google Analytics" od společnosti Google vyplývají následující závěry:

1. V období od 01.08.2019 do 31.05.2023 (tedy za cca 4 roky) byl portál přihlašovatele zobrazen **106.469.977**krát.

2. V období od 01.08.2019 do 31.05.2023 (tedy za cca 4 roky) na portál přihlašovatele zavítalo celkem **13.571.291 unikátních uživatelů**.

Pro přehlednost uvádí přihlašovatel příslušný snímek obrazovky z nástroje Google Analytics:



Důkaz: Informace z nástroje Google Analytics (příloha 1)

3. Dle interního měřícího nástroje přihlašovatele dochází od roku 2019 k zobrazení stránek na portálu průměrně **27 milionkrát ročně**, celkem za 4 roky přibližně **109 milionkrát** – což odpovídá informacím z měřícího nástroje Google Analytics (bod 1).

4. Dle interního měřícího nástroje přihlašovatele od roku 2019 navštěvuje portál přihlašovatele cca **5,4 milionu unikátních uživatelů ročně**.

5. Dle interního měřícího nástroje přihlašovatele od roku 2019 zaznamenává portál přihlašovatele cca **12,6 milionu návštěv ročně**.

Důkaz: Informace z interního měřícího nástroje (příloha 2)

Kromě využívání veřejných služeb portálu (které již samy o sobě představují poskytování služeb přihlašovatele) mají uživatelé možnost se zaregistrovat.

Dle interní statistiky přihlašovatele je navíc v rámci služby **přes 50 000 registrovaných uživatelů**.

Jedná se o osoby, které se na portálu přihlašovatele, prostřednictvím kterého přihlašovatel poskytuje své služby, aktivně zaregistrovaly. Pro registraci je nutné vyplnit osobní údaje a projevit souhlas s dohodou o vedení uživatelského účtu a profilu. To jsou aktivity, které vyžadují výraznou pozornost a cílevědomé jednání. U těchto uživatelů přihlašovatel uzavírá, že zcela jednoznačně jsou informování o tom, že přihlašované označení slouží jako označení původu služeb, které od přihlašovatele čerpají.

Vzhledem k enormnímu počtu zobrazení stránek přihlašovatel konstatuje, že není možné se domnívat, že by informovaný a obezřetný spotřebitel se zvýšenou pozorností (a koneckonců ani s průměrnou) nezískal asociaci mezi přihlašovaným označením a výrobky/službami přihlašovatele. To je zesíleno ve vztahu k uživatelům, kteří aktivně provedli registraci.

b. V rámci e-mailových newsletterů

Přihlašovatel registrovaným uživatelům dále zasílá e-mailové upozornění (pokud toto uživatele neodmítli). Informační e-maily přihlašovatel zasílá **44 600** registrovaných uživatelů.

Podstatné je, že v hlavičce každého e-mailu je pozdrav „Milí uživatelé Zákonů pro lidi".

Přihlašovatel uvádí několik snímků obrazovek těchto e-mailů pro příklad a ilustraci umístění přihlašovaného označení:



Celkem přihlašovatel takto rozeslal minimálně 26 rozesílek informačních e-mailů (pokaždé všem dotčeným uživatelům).

Přihlašovatel shrnuje, že zasíláním e-mailů přihlašovatel dále podporuje povědomí uživatelů z řad relevantní veřejnosti a jejich asociaci přihlašovatele s přihlašovaným označením. Jak registrace, tak odběr e-mailových notifikací dle názoru přihlašovatele svědčí o jednoznačném vztahu relevantní veřejnosti ke značce (reprezentované přihlašovaným označením) přihlašovatele.

Důkaz: Celkový přehled rozesílek informačních e-mailů (příloha 3)

c. V reklamě a na sociálních sítích

Přihlašovatel uvádí, že ve svých obchodně-propagačních aktivitách spoléhá na „standardní" placenou reklamu pouze v minimální míře. Jak je ostatně patrné i z výše poskytnuté dokumentace, primárními cestami propagace jsou tzv. organické či virální kanály, založené na tom, že uživatelé a další třetí osoby v hojné míře sami výrobky a služby přihlašovatele zmiňují, využívajíc při tom přihlašovaného označení.

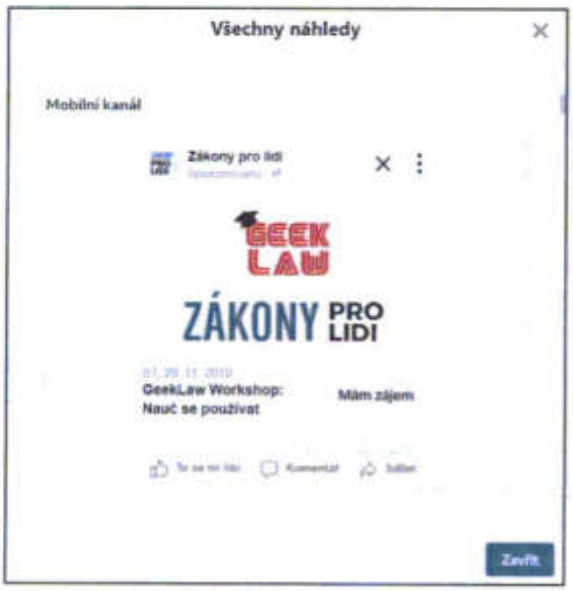
Co se týče aktivně tvořené/distribuované reklamy, využívá přihlašovatel několik kanálů. Jednak placenou propagaci vybraných příspěvků na sociálních sítích (primárně Facebook, případně LinkedIn), jednak reklamní banner na vlastní služby umístěný na vlastních webových stránkách, a dále také pravidelnou publikaci nepropagovaných příspěvků na sociálních sítích Facebook, X (dříve Twitter), LinkedIn a Instagram.

Níže pro úplnost nicméně přihlašovatel uvádí příklady takových aktivit. Jako důkazy předpokládá přihlašovatel relevantní snímky obrazovek ze sociální sítě Facebook a dalších, ze kterých je patrné, že ve vizuálních materiálech šířených v rámci příspěvků bylo využito přihlašované označení v kontextu propagace relevantního zboží a služeb, a dále exportované informace (statistiky) získané z daných platforem. Vzhledem k historickému odstupu a

nemožnosti získat zpětně širší penzum dokumentace si přihlašovatel dovoluje k důkazu případně označit vlastní čestné prohlášení o pravdivosti uvedených informací.

Placená propagace na sociální síti Facebook

Přihlašovatel propagoval například příspěvek obsahující pozvánku na osobní a zároveň internetem přenášené školení práce s informačním systémem Zákony pro lidi. Jedná se o příspěvky publikované 13. a 14. 11. 2019. a propagované po dobu v řádu dnů až týdnů.



K tomuto tématu proběhla propagace dvěma propagovanými (placenými) příspěvky na sociální síti Facebook, které oslovily celkem 5753 uživatelů.

	Příspěvek 1	Příspěvek 2	Celkem
Dosah	834	4919	5753 uživatelů
Náklady v Kč			

* * *

Dalším propagovaným příspěvkem byla pozvánka na diskusi pořádanou formou placeného webináře přihlašovatelem. Jedná se o příspěvek publikovaný 26.09.2023. Přihlašované označení je použito v nadpisu (na obrázku zcela nahoře) a dále v textu ve formulaci „...Pavla Gardavského ze Zákonů pro lidi..." a konečně na obrázku téměř dole jako označení služby vedle tlačítka Zaregistrovat se.





K tomuto tématu proběhla propagace jedním propagovaným (placeným) příspěvkem na sociální síti Facebook, který oslovil 2098 uživatelů.

Dosah	5536 uživatelů
Náklady v Kč	Cca

Nepropagované příspěvky na sociálních sítích

Přihlašovatel dále rozšiřuje povědomé o značce tím, že pravidelně publikuje nepropagované příspěvky na sociálních sítích. Níže přihlašovatel uvádí příklady grafiky spojené s těmito příspěvky, na které je patrné užití přihlašovaného označení.

Na obrázku níže je patrné použití výrazu *„...novou funkcí Zákonů pro lidi..."* a níže *„Webinář Zákonů pro lidi..."*.



Obrázek 1 Sociální síť: X (dříve Twitter). Počet zobrazení: 103

Na obrázku níže je patrné použití výrazu *„... ze Zákonů pro lidi..."*



Obrázek 2 Sociální síť: X (dříve Twitter). Počet zobrazení: 100

Na obrázku níže je patrné použití výrazu *„...Pavla Gardavského ze Zákonů pro lidi..."*



Obrázek 3 Sociální síť: X (dříve Twitter). Počet zobrazení: 12 tisíc

Důkaz:

- stránkou přihlašovatele na platformě X (dříve Twitter): https://twitter.com/zakonyprolidi
- stránkou přihlašovatele na sociální síti Facebook: https://www.facebook.com/zakonyprolidi/

Dále přihlašovatel uvádí statistiky počtu tzv. sledujících uživatelů – tedy počtu lidí, kteří odebírají kanál příspěvků přihlašovatele na dané sociální síti:

Počet sledujících k 01.01.2025	
Facebook	4,1 tis.
X (Twitter)	1270
LinkedIn	162
Instagram	1100

II. Využívání výrazu „Zákony pro lidi" třetími subjekty

a. Ve vyhledávání

Hledanost označení značí, že je dané označení v řadách veřejnosti zakořeněné a vnímané jako mající určitý obsah.

Vyhledávání termínu **"zákony pro lidi"** na Google za období 7. 8. 2023 – 6. 12. 2024:

Zobrazení odkazu na www.zakonyprolidi.cz:	431.962

Proklik na www.zakonyprolidi.cz:	390.224

Jak je patrné z uvedené tabulky, za období posledních 16 měsíců se 431.962 lidem, kteří do vyhledávače Google zadali tvar přesně odpovídající přihlašovanému označení, ukázal odkaz na web přihlašovatele, a z nichž téměř 400 tisíc na tento odkaz kliklo. To přihlašovatel považuje za validaci toho, že lidé zcela běžně chápou textové označení „Zákony pro lidi" jako identifikující danou službu, a tedy jako způsobilé odlišit výrobky a služby přihlašovatele od jiných.

Důkaz: zachycením obrazovky s příslušnými daty z měřicí aplikace Google Search Console (příloha 4)

b. Aktivní odkazování na služby přihlašovatele třetími stranami

i. Články v on-line magazínech

Níže popisované příklady užití přihlašovaného označení se vztahují k případům, kdy je na internetových stránkách třetích osob referováno o výrobkách a službách přihlašovatele.

Přihlašovatel si dovoluje pro přehlednost připojit tabulku, ve které je vždy uveden úryvek textu z příslušného článku, obsahující přihlašované označení „Zákony pro lidi", a pod ním informaci o datu článku a odkaz na zdroj.

Přihlašovatel konstatuje, že jak autoři, tak čtenáři těchto publikací, tak budou přihlašované označení vnímat jako označení konkrétního zdroje – tedy konkrétní služby, přes kterou jsou dostupné informace z oblasti práva, což způsobí další zakotvení asociace mezi přihlašovaným označením a službami přihlašovatele u příslušníků relevantní veřejnosti. Toto je dále posíleno skutečností, že přihlašované označení je často uvedeno jako zdroj informací vedle silných značek typu ČTK, Ministerstvo dopravy ČR, iDNES apod.

Co se týče intenzity dopadu na relevantní veřejnost, časově jsou odkazované články seřazeny dle data publikace, sahající do roku 2020, tedy po dobu posledních 4 let. Konkrétní počty čtenářů není možné jednoznačně vyčíslit, nicméně přihlašovatel vybírá webové portály s očekávanou stabilní vysokou návštěvností, jako je web TV Nova, Českého rozhlasu, iDNES, Živě.cz, Advokátní deník, Extra.cz, ePrávo a další. Lze tedy s velmi vysokou jistotou prohlásit, že množství čtenářů těchto informací bude opravdu podstatné.

Co (možná) nevíte o Zákonech pro lidi? Umí nejen zobrazovat předpisy ...	
05.08.2020	https://advokatnidenik.cz/2020/08/05/serial-ad-co-mozna-nevite-o-zakonech-pro-lidi-1-umi-vic-nez-jen-zobrazovat-predpisy/
Rozhodnutí soudů už na stránkách Zákony pro lidi nechybí ...	
21.08.2020	https://advokatnidenik.cz/2020/08/21/rozhodnuti-soudu-uz-na-strankach-zakony-pro-lidi-nechybi/
Chytré vyhledávání na webu Zákony pro lidi vám ušetří čas ...	
12.11.2000	https://advokatnidenik.cz/2020/11/12/chytre-vyhledavani-predpisu-na-zakonech-pro-lidi-vam-usetri-namahu-i-cas/
Web Zákony pro lidi zdraží předplatné, do konce roku ale nechá původní ceny	

Předplatné specializovaného webu Zákony pro lidi, který provozuje společnost AION CS, s.r.o. ...	
26.11.2000	https://www.mesec.cz/aktuality/web-zakony-pro-lidi-zdrazi-predplane-do-konce-roku-ale-necha-puvodni-ceny/
Zákony pro lidi používá měsíčně půl milionu lidí, český právní řád je jeden z nejsložitějších v ...	
24.01.2021	https://www.facebook.com/DVTV.cz/posts/chceme-z%C5%AFstat-slu%C5%BEba-kter%C3%A1-slou%C5%BE%C3%AD-aby-%C4%8Dlov%C4%9Bk-p%C5%99i%C5%A1el-a-na%C5%A1el-oproti-jin%C3%BDm-slu%C5%BEb%C3%A1m/2791351024447219/
Vývoj eSbírky sleduje rovněž I , který stojí za webem Zákony pro lidi. ...	
14.02.2022	https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/cesko-esbirka-egovernment-vlada-ministerstvo-vnitra-vit-rakusan_2202140500_sto
Zdroj: Česká televize, ČTK, Zákony pro lidi, iDNES, Přehledně24 ...	
08.07.2022	https://www.prehledne24.cz/domaci/snemovna-zrychlene-schvalila-novelu-zakona-o-evidenci-skutecnych-majitelu-145-poslancu-ze-153-hlasovalo-pro/
... stojí v Trestním zákoníku (viz například web Zákony pro lidi) ...	
26.07.2022	https://www.extra.cz/spadla-klec-leo-beranek-ma-na-krku-dalsi-obvineni-po-podpore-terorismu-ho-stihaji-i-za-vezensky-klip-kluky-z-basy-cab70
... uvádí server Zákony pro lidi.	
26.11.2022	https://udalosti247.cz/domaci/na-kradeze-u-samoobsluznych-pokladen-doplaci-i-nevinni/
Zdroj informací: I – Lesy České republiky, Zákony pro lidi	
22.12.2022	https://zena-in.cz/clanek/pro-vanocni-stromek-ani-chvoji-do-lesa-nechodte-varuji-lesaci-za-kradez-hrozi-tucna-pokuta?ref=lgo#google_vignette
Zdroj: Zákony pro lidi	
31.12.2022	https://www.autozive.cz/ostrileni-ridici-lak-vlasy/
Podrobné znění mezinárodní dohody o otevřeném nebi najdete na portálu Zákony pro lidi.	
17.02.2023	https://www.prahain.cz/politika/napeti-mezi-cinou-a-usa-muze-vyustit-v-ozbrojeny-konflikt-rika-exministr-zahranici-cyril-svoboda-11345.html
A slavné Zákony pro lidi na tom nejsou o nic lépe. ...	
23.03.2023	https://www.zive.cz/clanky/obcansky-zakonik-propojeny-s-ai-srozumitelne-odpovi-aniz-by-vas-nutil-do-paragrafu/sc-3-a-221370/default.aspx
Zdroj: Zákony pro lidi	

25.08.2023	https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-moravska-amazonie-je-o-krok-bliz-ziskat-vyssi-ochranu-ne-vsichni-se-raduji-235916

... cituje zákon web Zákony pro lidi.

04.09.2023	https://udalosti247.cz/spotrebitel/volali-jste-na-tohle-cislo-muzete-dostat-pokutu-200-000-korun/

... Zákon č. 216/1994 Sb. o rozhodčím řízení. Zákony pro lidi - Sbírka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění

14.09.2023	https://www.epravo.cz/top/clanky/postup-pri-reseni-sporu-prostrednictvim-med-arb-116942.html

... Zdroj: Ministerstvo dopravy ČR / Zákony pro lidi

11.12.2023	https://tn.nova.cz/auto/clanek/532472-prehled-ridicum-se-od-ledna-postavi-do-cesty-nove-znacky-co-budou-znamenat

Když si totiž přečtete jeho aktuální znění na webu Zákony pro lidi, paragraf 106, odstavec 4 a písmeno e) zcela vylučuje (tj. zakazuje) ...

30.12.2023	https://www.extra.cz/zpravy-analyza-marian-jurecka-porusil-zakon-mejdan-na-ministerstvu-byl-nejen-nemoralni-ale-i-nelegalni-99ec8

Připomíná také fakt, že soukromé společnosti jako Zákony pro lidi či ASPI tyto služby dávno poskytují.

08.01.2024	https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/esbirka-zakony-online-legislativa-otevrena-data-konsolidacni-balicek.A240108_151747_domaci_nema

... nebo jaký je její vztah k soukromým projektům, jako jsou Zákony pro lidi nebo Beck-online.

08.01.2024	https://www.lupa.cz/clanky/e-sbirka-ukazuje-jak-neotevirat-data/

Přitom komerční právní systémy jako Zákony pro lidi či ASPI předpis již dnes obsahují.

08.01.2024	https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/esbirka-zakony-legislativa-online-otevrena-data_2401080700_cib

Když si totiž přečtete jeho aktuální znění na webu Zákony pro lidi, paragraf 106 ...

22.02.2024	https://www.extra.cz/zpravy-komentar-jurecka-dojede-na-devadesatkove-manyry-party-behem-strelby-na-univerzite-uz-se-resi-0bf48

... cituje web Zákony pro lidi znění zákona o pozemních komunikacích.

10.03.2024	https://udalosti247.cz/spotrebitel/jezdite-na-semaforu-na-oranzovou-za-to-hrozi-pokuta/

Oběma mužům může podle paragrafu 158, 1. odstavce zákona číslo 40/2009 Sbírky trestní zákoník (dostupné na webu Zákony pro lidi) ...

19.03.2024	https://www.prahain.cz/krimi/bitka-a-vandalstvi-policie-zas-17645.html

Jeho znění naleznete například v Elektronické Sbírce zákonů a mezinárodních smluv nebo na webu Zákony pro lidi. Zdroj: Zákony pro lidi, Policie ČR	
07.04.2024	https://www.newstream.cz/money/zmeny-v-povinnem-ruceni-a-co-vse-se-od-dubna-zmenilo-pro-motoristy-i-vsechna-vozitka
Odsoudit někoho v jeho nepřítomnosti samozřejmě lze, jak upozorňuje nález ústavního soudu uveřejněný na webu Zákony pro lidi.	
01.05.2024	https://www.extra.cz/zpravy-sandor-o-vybusich-ve-vrbeticich-nechapu-proc-rusy-nezeneme-pred-soud-to-neni-normalni-d2729
Pro projekt serveru Zákony pro lidi (zakonyprolidi.cz), nazvaný "Zákony pro lidi s experty", jsem připravil několik prezentací ...	
06.05.2024	https://www.isvs.cz/zakony-pro-lidi-s-experty-11-vysvetlujicich-videi/
Obec pak nesmí v dané otázce rozhodnout v rozporu s výsledkem referenda. Zdroj: Zákony pro lidi	
11.05.2024	https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/otazku-vysvetlujeme-dum-od-domu-dolni-lutyne-na-karvinsku-se-pripravuje-na_2405110500_fil
Jejich seznam uvádí novela zákona o ochraně přírody a krajiny, jejíž kompletní znění je uvedené na webu Zákony pro lidi.	
20.06.2024	https://udalosti247.cz/spotrebitel/za-zaslapnuti-hmyzu-hrozi-pokuta/
jedno z cenově dostupných řešení nabízí portál Zákony pro lidi. ! ředitel společnosti AION CS, která ho provozuje, potvrzuje, že portál e-Sbírky vnímají „v zásadě jako zdravou konkurenci, se kterou se Zákony pro lidi budou přetahovat o uživatele".	
11.07.2024	https://www.lupa.cz/clanky/neni-co-zobrazovat-reaguje-vnitro-na-nefungujici-verejny-portal-e-legislativy/
Před několika měsíci spustil server Zákony pro lidi inovativní službu s názvem Zákony pro lidi s experty.	
20.08.2024	https://www.isvs.cz/egdilna-spolupracuje-na-projektu-zakony-pro-lidi-s-experty/
Nechat zbytečně nastartovaný motor stojícího auta je totiž zákonem zakázané, jak stojí na webu Zákony pro lidi.	
01.09.2024	https://udalosti247.cz/spotrebitel/pokuta-za-pouzivani-klimatizace/
Za porušení tohoto zákazu totiž hrozí pokuta až 500 000 korun pro nepodnikatele a až pět milionů pro podnikatele, jak píše web Zákony pro lidi.	
11.10.2024	https://udalosti247.cz/spotrebitel/pokuta-500-000-kc-za-platbu-v-hotovosti/

ii. Wikipedie

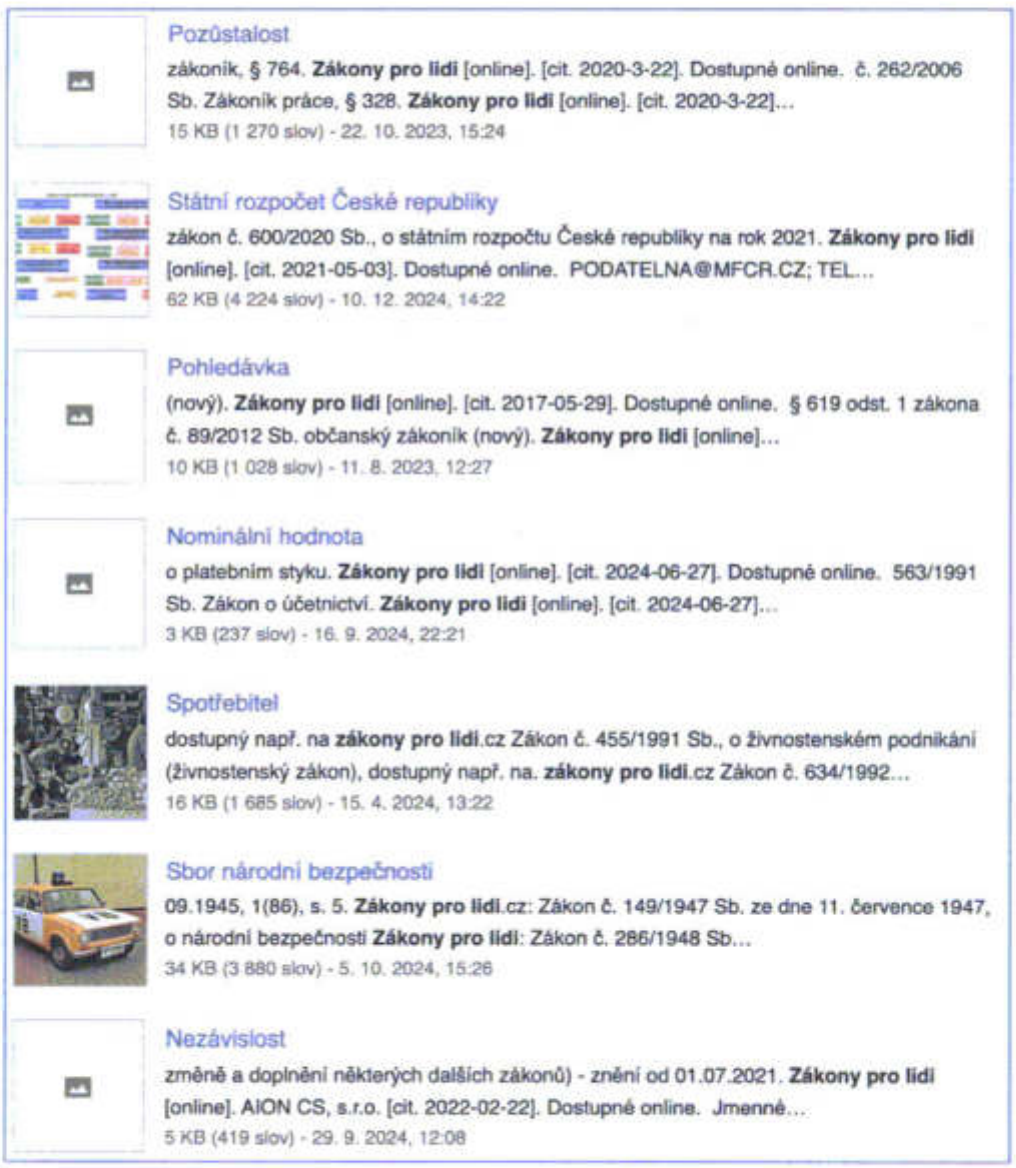
Služba Zákony pro lidi má již **od roku 2014** vlastní definici v internetové encyklopedii Wikipedia, kde je uvedeno, že se jedná o *„internetový projekt společnosti AION CS. Zdarma nabízí archiv všech českých a československých právních předpisů ze Sbírky zákonů od roku 1945 až do současnosti jak v původním, tak i aktuálním znění"*.

Toto přihlašovatel považuje za důkaz, že označení Zákony pro lidi je již po značnou dobu přítomné na trhu a spojováno s jeho službami.

Důkaz: obsahem stránky na adrese https://cs.wikipedia.org/wiki/Zákony_pro_lidi

Dále je na Wikipedii mnohokrát služba Zákony pro lidi zmíněna jako zdroj informací. Pokud provedeme vyhledávání na Wikipedii s požadavkem na zobrazení stránek, které přesně obsahují přihlašované označení, získáme 560 výsledků. Pro ilustraci přihlašovatel uvádí náhled.

Přihlašovatel konstatuje, že čtenáři daných stránek na české Wikipedii mají možnost vnímat přihlašované označení coby referenci na službu poskytující informace o právních předpisech. Budou tak přihlašované označení vnímat jako označení konkrétního zdroje – tedy konkrétní služby, přes kterou jsou dostupné informace z oblasti práva, což způsobí další zakotvení asociace mezi přihlašovaným označením a službami přihlašovatele u příslušníků relevantní veřejnosti.



Pozůstalost

zákoník, § 764. **Zákony pro lidi** [online]. [cit. 2020-3-22]. Dostupné online. č. 262/2006 Sb. Zákoník práce, § 328. **Zákony pro lidi** [online]. [cit. 2020-3-22]...

15 KB (1 270 slov) - 22. 10. 2023, 15:24

Státní rozpočet České republiky

zákon č. 600/2020 Sb., o státním rozpočtu České republiky na rok 2021. **Zákony pro lidi** [online]. [cit. 2021-05-03]. Dostupné online. PODATELNA@MFCR.CZ; TEL...

62 KB (4 224 slov) - 10. 12. 2024, 14:22

Pohledávka

(nový). **Zákony pro lidi** [online]. [cit. 2017-05-29]. Dostupné online. § 619 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb. občanský zákoník (nový). **Zákony pro lidi** [online]...

10 KB (1 028 slov) - 11. 8. 2023, 12:27

Nominální hodnota

o platebním styku. **Zákony pro lidi** [online]. [cit. 2024-06-27]. Dostupné online. 563/1991 Sb. Zákon o účetnictví. **Zákony pro lidi** [online]. [cit. 2024-06-27]...

3 KB (237 slov) - 16. 9. 2024, 22:21

Spotřebitel

dostupný např. na **zákony pro lidi**.cz Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), dostupný např. na. **zákony pro lidi**.cz Zákon č. 634/1992...

16 KB (1 685 slov) - 15. 4. 2024, 13:22

Sbor národní bezpečnosti

09.1945, 1(86), s. 5. **Zákony pro lidi**.cz: Zákon č. 149/1947 Sb. ze dne 11. července 1947, o národní bezpečnosti **Zákony pro lidi**: Zákon č. 286/1948 Sb...

34 KB (3 880 slov) - 5. 10. 2024, 15:26

Nezávislost

změně a doplnění některých dalších zákonů) - znění od 01.07.2021. **Zákony pro lidi** [online]. AION CS, s.r.o. [cit. 2022-02-22]. Dostupné online. Jmenné...

5 KB (419 slov) - 29. 9. 2024, 12:08

Důkaz: stránkou s přehledem výsledků vyhledávání na adrese https://cs.wikipedia.org/w/index.php?search=%22Z%C3%A1kony+pro+lidi%22&title=Speci%C3%A1ln%C3%AD:Hled%C3%A1n%C3%AD&profile=advanced&fulltext=1&advancedSearch-

current=%7B%22fields%22%3A%7B%22phrase%22%3A%22%5C%22Z%C3%A1kony+pro+lidi%5C%22%22%7D%7D&ns0=1&ns100=1&ns102=1

iii. Citace v akademických pracích

Konečně je na název služby přihlašovatele „Zákony pro lidi" mnohokrát odkazováno v akademických publikacích.

V součtu se jedná o 8995 odkazů na „Zákony pro lidi" v odborných publikacích, jak plyne z údajů na stránkách odkazovaných níže. To znamená, že nejméně takovéto množství publikací uvádí jako zdroj (zřejmě) informací o právních předpisech právě „Zákony pro lidi". Jak autoři, tak čtenáři těchto publikací, tak budou přihlašované označení vnímat jako označení konkrétního zdroje – tedy konkrétní služby, přes kterou jsou dostupné informace z oblasti práva, což způsobí další zakotvení asociace mezi přihlašovaným označením a službami přihlašovatele u příslušníků relevantní veřejnosti.

Důkaz:

Výsledky vyhledávání na Google Scholar:
https://scholar.google.com/scholar?start=60&q=%22z%C3%A1kony+pro+lidi%22&hl=cs&as_sdt=0,5&as_ylo=2020 (5430 výsledků)

Výsledky vyhledávání v archivu závěrečných prací Univerzity Karlovy:
https://dspace.cuni.cz/discover?query=%22z%C3%A1kony+pro+lidi%22&submit=
(1663 výsledků)

Výsledky vyhledávání v archivu závěrečných prací Masarykovy univerzity:
https://is.muni.cz/thesis/?q=%22z%C3%A1kony+pro+lidi%22&search=1 (1902 výsledků)

Závěr

Výše prezentované důkazy svědčí o masivním rozsahu užívání přihlašovaného označení, a to z hlediska množstevního, časového, tak z pohledu různých kanálů, kterými je značka v přihlašované podobě komunikována (potenciálním) zákazníkům ze strany relevantní veřejnosti.

Přihlašované označení ve spojení s příslušnými výrobky a službami bylo zobrazeno ve **vyšších desítkách milionů případů**, přičemž mnoho uživatelů tak činilo opakovaně. Dosah vůči unikátním uživatelům, kteří činí **pravidelně 10 až 12 milionů za kalendářní rok**.

Časový rozsah, ve kterém mělo přihlašované označení možnost působit v intenzivním rozsahu na uživatele činí dle předložených důkazů **alespoň 4 roky**.

Přihlašovatel konstatuje, že získání rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení je nutno považovat za logický a nevyhnutelný důsledek silné penetrace trhu, kdy vzhledem k šíři a intenzitě užívání lze uvažovat zcela nepochybně o tom, že drtivá většina relevantní veřejnosti se s přihlašovaným označením musela setkat, a s ohledem na opakovanost využívání služeb přihlašovatele a aktivní přístup uživatelů k registracím a odběru novinek je nutné dojít k závěru, že uživatelé mají silnou asociaci mezi přihlašovaným označením a výrobky a službami přihlašovatele a tedy je přihlašované označení způsobilé odlišit výrobky a služby přihlašovatele od jiných shodných či obdobných výrobků a služeb.

Toto je dále podpořeno skutečností, že **přes 50 tisíc uživatelů** se na portálu přihlašovatele, prostřednictvím kterého přihlašovatel poskytuje své služby, aktivně zaregistrovalo, čímž uzavřelo dohodu o vedení uživatelského účtu a profilu. U těchto uživatelů přihlašovatel uzavírá, že zcela jednoznačně jsou informování o tom, že přihlašované označení slouží jako označení původu služeb,

které od přihlašovatele čerpají. Nad rámec toho přihlašovatel zasílá přes **44 tisícům** registrovaných uživatelů novinky a aktualizace týkající se služeb, vše označené přihlašovaným označením, čímž dále podporuje jejich povědomí a asociaci s označením.

Dále přihlašovatel konstatuje, že přihlašované označení je hojně využíváno též třetími osobami v rámci referování na služby přihlašovatele, a to jak v odborných publikacích, on-line magazínech i na internetové encyklopedii Wikipedia. Z toho plyne vysoká míra všeobecné známosti v řadách veřejnosti, která standardně označení „Zákony pro lidi" používá pro referování na příslušné výrobky a služby přihlašovatele. Z pohledu získání rozlišovací způsobilosti toto přihlašovatel považuje za empirický důkaz toho, že k němu bezpochyby došlo.

Vzhledem k výše uvedenému má přihlašovatel za to, že přihlašované označení je způsobilé odlišit shodné výrobky a služby a v očích relevantní veřejnosti bude jednoznačně spojeno s přihlašovatelem, neboť ve smyslu § 5 zákona o ochranných známkách získalo rozlišovací způsobilost užíváním v obchodním styku.

Přihlašovatel proto navrhuje, aby bylo přihlašované označení zapsáno do rejstříku ochranných známek v celém rozsahu požadovaných výrobků a služeb, jak je uvedeno v přihlášce.

v zastoupení **AION CS, s.r.o.**

Pod označením „ROCK RADIO" tak probíhá rozhlasové vysílání na velké části území České republiky, a to již od roku 2008.

Důkaz: Licence k provozování rozhlasového vysílání (příklady z licenčních podmínek pro jednotlivá rádia), plná znění na www.rrtv.cz
Mapa ČR s aktuálním pokrytím ROCK RADIA

Rozhlasová stanice „ROCK RADIO " má týdenní poslechovost cca 200 000 posluchačů. Označení „ROCK RADIO" je pak po celou dobu vysílání každý den na uvedené rozhlasové stanici mnohokrát v rámci znělek slovně opakováno a je tak jako název vžito pro právě pro rozhlasovou stanici přihlašovatele.

Důkaz: Přehled poslechovosti rádií
CD s audionahrávkami znělek „ROCK RADIO"

Označení „ROCK RADIO" je přihlašovatelem dlouhodobě konstantně propagováno. Přihlašovatel podporuje a organizuje nejrůznější sportovní, kulturní a zábavní akce, a to právě pod označením „ROCK RADIO".

Důkaz: fotografie užití označení na sportovních, kulturních a zábavních akcích

Přihlašovatel dále užívá označení na velkém množství nejrůznějších propagačních předmětů, jako jsou např. trička, obchodních materiálů a na venkovní reklamě.

Důkaz: fotografie užití označení na propagačních a obchodních materiálech

Uvedené označení je používáno i prostřednictvím přihlašovatelovy webové domény www.rockovyradio.cz, na které je umístěna webová stránka přihlašovatele, věnující se hudební tematice, hudebnímu průmyslu, hitparádám a informující o pořadech uváděných na rozhlasové stanici ROCK RADIO. Prostřednictvím této webové stránky pak posluchači také mohou poslouchat hudební produkci online, získávat lístky na nejrůznější hudební produkce, sledovat fotografie apod.

Posluchači pak navštěvují také Facebookovou stránku ROCK RADIA, kterou sleduje 68 654 uživatelů a líbí se 73 075 uživatelům sociální sítě Facebook.

Důkaz: Webová stránka www.rockovyradio.cz
Facebookové stránky ROCK RADIA

O aktivitách ROCK RADIA pak byla napsána řada článků v internetových médiích.

Důkaz: internetové články o ROCK RADIU, také dostupné zde:
http://www.radiotv.cz/p_radio/sit-rockradio-spustila-vysilac-v-mlade-boleslavi/
https://www.mediaguru.cz/aktuality/rodina-rock-radii-muze-rozsirit-sve-pokryti/
https://www.mediaguru.cz/aktuality/rockradio-rozsirilo-pokryti-ziskalo-radio-gama/
https://mam.ihned.cz/c1-64379120-letni-kampan-rock-radia
https://mam.ihned.cz/c1-57633820-rock-radio-uz-hraje-v-teplicich-na-92-4-mhz

03. 10. 17

Přihlašovatel také do propagace označení „ROCK RADIO" masivně a dlouhodobě investuje. Roční investice propagace označení „ROCK RADIO" činí přibližně 1.000.000,-Kč.

Z výše uvedeného vyplývá, že přihlašované označení je na území České republiky dlouhodobě a intenzivně používáno, propagováno a zavedeno, a to nejen ve vizuální podobě na logu umístěném na propagačních materiálech a při sponzorování sportovních, kulturních a zábavních akcí, či na webových stránkách a sociálních sítích. Uvedené slovní označení „ROCK RADIO" je také po dobu mnoha let (pouze slovně) užíváno v rámci znělky rozhlasového vysílání s vysokou poslechovostí.

Přihlašovatel uvedené označení pro přihlašované třídy výrobků a služeb používá na českém trhu jako jediný. Spotřebitel označení jednoznačně spojuje s jeho přihlašovatelem a nepokládá je za obecně užívané označení. V důsledku zmiňovaného užívání vnímají spotřebitelé výrobek nebo službu, označené pouze ochrannou známkou, jejíž zápis je požadován, jako pocházející z podniku přihlašovatele, jehož služby jsou označením jednoznačně identifikovány a odlišeny od ostatních soutěžitelů.

03.10.17

Tento výpis z veřejných rejstříků elektronicky podepsal "MĚSTSKÝ SOUD V PRAZE [IČ 00215660]" dne 26.9.2017 v 13:56:33.
EPVid:3uDpeSUxsSLClp85dqw9pA

Výpis

z obchodního rejstříku, vedeného
Městským soudem v Praze
oddíl B, vložka 11148

Datum vzniku a zápisu: 1. října 2006

Spisová značka: B 11148 vedená u Městského soudu v Praze

Obchodní firma: MEDIA MARKETING SERVICES a.s.

Sídlo: Koperníkova 794/6, Vinohrady, 120 00 Praha 2

Identifikační číslo: 276 04 942

Právní forma: Akciová společnost

Předmět podnikání:

poskytování služeb v oblasti bezpečnosti a ochrany zdraví při práci

činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence

Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona

Předmět činnosti:

pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor

Statutární orgán - představenstvo:

předseda:

DANIEL SEDLÁČEK, dat. nar. 29. ledna 1970
Sojkovská 735/1, Dejvice, 160 00 Praha 6
Den vzniku funkce: 20. prosince 2011
Den vzniku členství: 20. prosince 2011

člen představenstva:

PAVEL LUPJAN, dat. nar. 9. září 1970
Högerova 1098/15, Hlubočepy, 152 00 Praha 5
Den vzniku členství: 20. prosince 2011

Člen představenstva:

JAN FAHOUN, dat. nar. 20. srpna 1978
Pod lipkami 1427/36, Smíchov, 150 00 Praha 5
Den vzniku členství: 1. března 2015

Způsob jednání: Jménem společnosti jedná představenstvo a to tak, že navenek za něj jedná jménem společnosti vždy předseda představenstva samostatně nebo dva členové představenstva společně.

Dozorčí rada:

člen dozorčí rady:

JAN NEUMAN, dat. nar. 6. října 1973
Ostružinová 1966, 252 28 Černošice
Den vzniku funkce: 16. června 2009

člen dozorčí rady:

Mgr. PETR ŠŤASTNÝ, dat. nar. 7. září 1980
Láskova 1810/4, Chodov, 148 00 Praha 4
Den vzniku funkce: 21. října 2014
Den vzniku členství: 21. října 2014

předseda dozorčí rady:

Ing. IVANA MENTLÍKOVÁ, dat. nar. 13. března 1965
Hákova 527/2, Horní Měcholupy, 109 00 Praha 10
Den vzniku funkce: 29. června 2016
Den vzniku členství: 22. června 2016

Jediný akcionář:

turistické oděvy, pracovní oděvy, oděvy pro volný čas, zejména pro sport, opasky; (26) oděvní doplňky neobsahující drahé kovy, jako knoflíky, spony do kravat, opasková spínadla, pouzdra na jehly, brože (oděvní doplňky), jehlice v rámci této třídy, monogramy (značky na prádlo), nárameníky, odznaky na oděvy nikoli ze vzácných kovů, ozdoby textilních výrobků, zejména na klobouky – v rámci této třídy, kožešinové ozdoby oděvní v rámci této třídy, oděvní doplňky; (28) vánoční stromečky umělé, ozdoby na vánoční stromečky, jako vánoční řetězy, umělé věnce, svícínky na svíčky pro vánoční stromečky, hry, hračky mechanické, hudební, fyzikální, včetně hraček pro domácí zvířata, tělocvičné a sportovní nářadí, jako míče hrací fotbalové, volejbalové, basketbalové, tenisové, míčky na stolní tenis, squash, badmintonové, rakety a pálky tenisové, na stolní tenis, badmintonové, squashové, chrániče loketní, kolenní a holenní (jako sportovní potřeby), míčky na hraní, rybářské potřeby včetně návnad v rámci této třídy, nářadí pro zimní sporty, nářadí pro sportovní hry, šermířské sečné a bodné zbraně, hrací karty; (35) zprostředkování nákupu a prodeje výrobků uvedených výše ve třídách 14, 16, 18, 24, 25, 26 a 28, pomoc při řízení obchodní činnosti v oblasti výrobků uvedených ve třídách 14, 16, 18, 24, 25, 26 a 28, činnost reklamní a inzertní, pronájem reklamních ploch, průzkum a analýzy trhů, rozmnožování dokumentů, distribuce zboží k reklamním účelům, marketing; (36) pronájem kanceláří a nemovitostí, služby správců nemovitostí; (39) doprava, přeprava a skladování, organizování cest; (41) pronájem a provozování tenisových dvorců a jiných sportovních zařízení, výchovná, zábavní, školicí a kulturní činnost, zaměřená zejména na kopanou, organizace společenských, sportovních, turistických, ekologických a kulturních akcí a slavností, pořádání táborů pro děti a mládež, pořádání školení, nakladatelská a vydavatelská činnost, neboť přihlašované označení je pro tyto výrobky a služby vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek na základě ustanovení § 4 písm. b) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, v platném znění (dále též „citovaný zákon").

Řízení o přihlášce ochranné známky **bude pokračovat pro následující seznam výrobků a služeb**:

(16) tiskoviny, časopisy, periodika, fotografie, propisky, papírové vlajky a vlaječky, sběratelské kartičky, plakáty, pohlednice, samolepky; (18) klíčenky; (24) vlajky a vlaječky s výjimkou papírových; (25) cvičební úbory, dresy, šály, čepice, zejména baseballové; (26) oděvní doplňky v podobě textilních nášivek; (41) činnost fotbalového klubu, pronájem a provozování stadiónů, sportovní činnost zaměřená zejména na kopanou.

Odůvodnění:

Výměrem Úřadu ze dne 23.1.2019 byl přihlašovateli sdělen výsledek věcného průzkumu přihlášky výše uvedené ochranné známky s tím, že přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu do rejstříku ochranných známek na základě ustanovení § 4 písm. b) citovaného zákona.

Dle ustanovení § 4 písm. b) citovaného zákona, se do rejstříku nezapíše označení, které nemá rozlišovací způsobilost.

Ochranná známka je označení, které je způsobilé odlišit shodné výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Obecně je při posuzování rozlišovací způsobilosti označení nutno vzít v úvahu dojem, jakým označení působí jako celek s přihlédnutím k povaze přihlášených výrobků a služeb. Aby označení mělo jako ochranná známka rozlišovací způsobilost, nestačí, aby se pouze odlišovalo od známých označení, ale svou formou i obsahem bylo do té míry originální, že jeho svérázné znaky mají schopnost individualizovat výrobky nebo služby, které jím mají být označeny.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Označení může být tvořeno i slovy užívanými v běžné řeči, avšak v takovém případě je nutné posoudit, nakolik souvisí takové označení s výrobky nebo službami, pro které je přihlašováno a zda neobsahuje i další prvky, které jsou schopny dodat označení jako celku potřebnou rozlišovací způsobilost.

Každé přihlašované označení se zásadně posuzuje především z hlediska průměrného spotřebitele. Průměrným spotřebitelem se rozumí zejména současní nebo potenciální spotřebitele daného druhu zboží nebo služeb, nebo osoby zapojené do distribuční sítě daného druhu výrobků nebo služeb, popřípadě obchodní kruhy zabývající se daným druhem výrobků nebo služeb, pro které se přihlašované označení užívá. Průměrným spotřebitelem je spotřebitel přiměřeně dobře informovaný, všímavý a obezřetný, přičemž je nutno také vzít v úvahu, že úroveň pozornosti se mění podle kategorie dotčených výrobků a/nebo služeb.
Vzhledem k charakteru nárokovaných výrobků a služeb ve třídách: *(14) drahé kovy a jejich slitiny, předměty z drahých kovů a jejich slitin, perly, diamanty, drahé kameny, polodrahokamy, jantar, šperky a klenoty, dublé, hodinky, hodinářské výrobky, časoměry, chronometry, budíky, pásky na hodinky, pouzdra na hodinky, šperkovnice, bižutérie, štras, brože (šperky), ozdobné jehlice (šperky), bižuterní klíčenky, manžetové knoflíky, kravatové spony a jehlice, medaile, medailóny, náramky, náhrdelníky, náušnice, odznaky z drahých kovů, ozdoby na klobouky z drahých kovů, taštičky z drahých kovů, vázy z drahých kovů, umělecká díla z drahých kovů v rámci této třídy, nádobí z drahých kovů, výrobky - imitace zlata v rámci této třídy, nitě z drahých kovů, sochy a sošky z drahých kovů, surové zlato a klenotnické zboží spadající do této třídy; (16) papír a výrobky z papíru, lepenky a kartonážní výrobky spadající do této třídy, tiskoviny, časopisy, periodika, knihy, výrobky knihařské, fotografie, psací potřeby, kancelářské potřeby kromě nábytku, učební a školní potřeby a pomůcky, tiskací písmena, štočky, papírové vlajky a vlaječky, obaly z papíru, tiskopisy, pohlednice, sběratelské kartičky, plakáty, známky, samolepky, potřeby pro umělce, štětce; (18) pracovní brašny, kožené výrobky pro průmyslové užití - v rámci této třídy, výrobky z kůže a náhražek kůže, surové kůže a kožešiny v rámci této třídy, jako kufry, deštníky, slunečníky, sedlářské výrobky, kabelky, příruční kabely, cestovní tašky, školní tašky, sportovní pytle, tašky jako sportovní suvenýry, taštičky na kosmetické potřeby, nákupní tašky, plážové tašky, ruksaky, klíčenky, náprsní tašky, peněženky; (24) vlajky a vlaječky s výjimkou papírových, tkaniny s výjimkou tkanin zařazených do jiných tříd, pokrývky včetně cestovních pokrývek, ložní prádlo, textilní zboží nezařazené v jiných třídách; (25) oděvy, saka, kalhoty, svetry, košile, obleky, sukně, pláště, kostýmy, cvičební úbory, dresy, kravaty, motýlky, šály, rukavice, klobouky, čepice, zejména baseballové, mikiny, ponožky, šle, spodní prádlo, blůzy, barety, šátky, podkolenky, boty, turistické oděvy, pracovní oděvy, oděvy pro volný čas, zejména pro sport, opasky; (26) oděvní doplňky neobsahující drahé kovy, jako knoflíky, spony do kravat, opasková spínadla, pouzdra na jehly, brože (oděvní doplňky), jehlice v rámci této třídy, monogramy (značky na prádlo), nárameníky, odznaky na oděvy nikoli ze vzácných kovů, ozdoby textilních výrobků, zejména na klobouky – v rámci této třídy, kožešinové ozdoby oděvní v rámci této třídy, oděvní doplňky; (28) vánoční stromečky umělé, ozdoby na vánoční stromečky, jako vánoční řetězy, umělé věnce, svícínky na svíčky pro vánoční stromečky, hry, hračky mechanické, hudební, fyzikální, včetně hraček pro domácí zvířata, tělocvičné a sportovní nářadí, jako míče hrací fotbalové, volejbalové, basketbalové, tenisové, míčky na stolní tenis, squash, badmintonové, rakety a pálky tenisové, na stolní tenis, badmintonové, squashové, chrániče loketní, kolenní a holenní (jako sportovní potřeby), míčky na hraní, rybářské potřeby včetně návnad v rámci této třídy, nářadí pro zimní sporty, nářadí pro sportovní hry, šermířské sečné a bodné zbraně, hrací karty; (35) zprostředkování nákupu a prodeje výrobků uvedených výše ve třídách 14, 16, 18, 24, 25, 26 a 28, pomoc při řízení obchodní činnosti v oblasti výrobků uvedených ve třídách 14, 16, 18, 24, 25, 26 a 28, činnost reklamní a inzertní, pronájem reklamních ploch, průzkum a analýzy trhů, rozmnožování*

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

dokumentů, distribuce zboží k reklamním účelům, marketing; (36) pronájem kanceláří a nemovitostí, služby správců nemovitostí; (39) doprava, přeprava a skladování, organizování cest; (41) činnost fotbalového klubu, pronájem a provozování stadiónů, tenisových dvorců a jiných sportovních zařízení, výchovná, zábavní, školicí, sportovní a kulturní činnost, zaměřená zejména na kopanou, organizace společenských, sportovních, turistických, ekologických a kulturních akcí a slavností, pořádání táborů pro děti a mládež, pořádání školení, nakladatelská a vydavatelská činnost, lze v daném případě ztotožnit průměrného spotřebitele se širokou veřejností.

Přihlašované označení je tvořeno spojením řadové číslovky „1.“, zkratky „FC“ a slovním prvkem „Slovácko“. Celé označení je pouze slovní, sestávající z písmen standardního typu latinské abecedy a arabské číslice, bez jakýchkoli dalších obrazových prvků či grafických úprav. Zkratka „FC“ (z anglického football club) přitom představuje běžně užívanou součást názvů fotbalových klubů, po vzoru zahraničních fotbalových klubů značně rozšířenou i v českém prostředí. Tato ve světě sportu běžně užívaná zkratka je doplněna prostým zeměpisným údajem „Slovácko“, přičemž Slovácko je označení národopisné oblasti na jihovýchodě Moravy, jejímž jádrem je Dolnomoravský úval. Použití řadové číslovky „1.“ před slovním spojením „FC Slovácko“ pak vyjadřuje, že se jedná o první fotbalový klub Slovácka, ať již ve významu první v časové posloupnosti či ve smyslu významný nebo dokonce nejvýznamnější slovácký fotbalový klub.

Jedná se o nedistinktivní označení postrádající jakékoli další rozlišující, originální prvky, které by mu dodaly potřebnou míru rozlišovací způsobilosti na trhu mezi více subjekty. Označení je tvořeno obecně frekventovanými slovy s číslovkou dodávající označení laudatorní zabarvení, které bude jako celek vnímáno průměrným spotřebitelem jako pouhé informativní sdělení o tom, že se jedná o významný fotbalový klub v určité zeměpisné oblasti. Výrobky a služby takto označené budou průměrným spotřebitelem vnímány jako výrobky a služby vztahující se k jakémukoli fotbalovému klubu v určité zeměpisné lokalitě, tedy na území Slovácka. Takto koncipované označení, tj. označení sestávající z pouhého zeměpisného určení místa a obecného názvu, resp. zkratky doplněné o číslovku, nedisponující potřebnou originalitou a postrádající určitou míru neobvyklosti a kreativity, nemůže být pro spotřebitele indikátorem původu takto označených výrobků a služeb. Označení spotřebiteli neumožňuje alespoň základní orientaci na trhu výrobků a služeb, které jsou poskytovány odlišnými subjekty a tyto výrobky a služby vzájemně identifikovat a individualizovat, včetně rozpoznání jejich zdroje.

Vzhledem k výše uvedenému Úřad dospěl k závěru, že průměrný spotřebitel pod přihlašovaným označením nebude schopen jednoznačně identifikovat obchodní zdroj nárokovaných výrobků a služeb, tedy odlišit takto označené výrobky a služby od obdobných takto označených výrobků a služeb jiných soutěžitelů, a přihlašované označení tak nemůže naplňovat základní, tj. rozlišovací funkci ochranné známky ve smyslu ustanovení § 4 písm. b) citovaného zákona.

Přihlašované označení by však přesto mohlo být do rejstříku ochranných známek zapsáno pro všechny nárokované výrobky a služby, a to tehdy, pokud by přihlašovatel prokázal, že takovéto označení získalo před tímto zápisem užíváním v obchodním styku ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám přihlašovatele rozlišovací způsobilost v souladu s ustanovením § 5 citovaného zákona.

Přihlašovatel byl dále poučen o možnostech a způsobech prokazování nabytí rozlišovací způsobilosti a o vhodných dokladech, které mohou tomuto účelu sloužit.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

K předložení takových dokladů, resp. k předložení vyjádření k výměru Úřadu byla přihlašovateli poskytnuta **lhůta do 23.3.2019**.

Ve lhůtě stanovené pro vyřízení výměru, která byla jedenkrát prodloužena, dne 23.5.2019, zaslal zástupce přihlašovatele následující doklady pro prokázání nabytí rozlišovací způsobilosti označení:

1) výpis z obchodního rejstříku.
2) stránka z deníku MF Dnes, sportovní rubrika, 20.5.2019.
3) náhled na aktuální tabulku nejvyšší fotbalové soutěže v ČR – idnes.cz (rubrika fotbal, 17.5.2019, 22.5.2019).
4) náhled na představení klubu přihlašovatele - aktualne.cz.
5) náhled na aktuální tabulku nejvyšší fotbalové soutěže v ČR – blesk/isport.cz (rubrika fotbal, 17.5.2019).
6) náhled na aktuální tabulku nejvyšší fotbalové soutěže v ČR – denik.cz (rubrika fotbal, 9.3.2019)
7) náhled na článek ze serveru novinky.cz (sportovní rubrika, 18.11.2017)
8) informace o návštěvnosti internetových stránek – idnes.cz
9) informace o návštěvnosti internetových stránek – isport.cz
10) informace o návštěvnosti internetových stránek – novinky.cz
11) náhled na první stránku internetové encyklopedie wikipedie.cz
12) náhled na první stránku vyhledavače google.cz.
13) náhled na oficiální webovou stránku přihlašovatele – www.fcslovacko.cz
14) náhled na oficiální fanshop přihlašovatele na stránce www.fanshop.fcslovacko.cz
15) náhledy na předměty merchandisingu se zapisovaným označením
16) náhledy na účty sociálních sítí s označením „1. FC Slovácko“ Instagram, Twitter)
17) vzorový zpravodaj, vzorová vstupenka jednorázová, permanentní
18) faktura na tisk zpravodajů v počtu 800 ks
19) prohlášení o počtu platících návštěvníků
20) karty se soupiskou týmů
21) fotografie Městského fotbalového stadionu Miroslava Valenty se zapisovaným označením
22) fotografie klubového autobusu
23) náhled na neoficiální webové stránky www.fcslovacko.com.
24) fotografie obalu CD s chorály klubu.
25) fotografie transparentu fanoušků na utkání
26) náhled na stránky FAČR s prezentací klubu přihlašovatele

Úřad posoudil předložené doklady jednotlivě i ve vzájemných souvislostech. Výsledek posouzení dokladů je následující:

Ad 1) Výpisy z Obchodního rejstříku dokládají pouze existenci subjektu FC Slovácko, a.s., nejedná se o doklady svědčící a o užívání přihlašovaného označení. Tyto doklady nejsou relevantní pro prokázání nabytí rozlišovací způsobilosti označení.

Ad 2) – 10) Články a tabulky nejvyšší fotbalové soutěže a doklady o návštěvnosti webových stránek www.idnes.cz, www.isport.cz a www.novinky.cz svědčí o existenci fotbalového klubu „1. FC Slovácko“ i o míře návštěvnosti zmíněných informačních portálů, kde se přihlašované označení v předložených článcích vyskytuje.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Ad 11) Stránka internetové encyklopedie www.wikipedie.cz zachycuje historii fotbalového klubu „1.FC Slovácko". Samotná existence webové stránky bez doložení její návštěvnosti však nesvědčí o míře obeznámenosti průměrného spotřebitelské veřejnosti s tímto označením.

Ad 12) Pouhá existence přihlašovaného označení nesvědčí nic o míře obeznámenosti průměrné spotřebitelské veřejnosti s přihlašovaným označením.

Ad 13) Náhled na webové stránky svědčí o užívání dotčeného označení pro sportovní činnost. Stránky však nejsou podloženy doklady o jejich návštěvnosti, a tak nelze dovodit míru známosti tohoto označení v široké spotřebitelské veřejnosti.

Ad 14) Z výpisu webových stránek vyplývá, že pod přihlašovaným označením je provozován obchod různým artiklem (šály, mikiny a svetry, kšiltovky a čepice, soupravy a šortky, hrnky a sklo, dětské oděvy), který je označen logem fotbalového klubu. Stránky však nejsou podloženy doklady o jejich návštěvnosti, obchodování není doloženo fakturami či doklady o nákupu uvedených předmětů. Z tohoto důvodu nelze dovodit míru obeznámenosti široké spotřebitelské veřejnosti s činností takto označenou.

Ad 15) Z fotografií několika reklamních předmětů (klíčenka, šála, náramek, propisovací tužka) lze dovodit, že na předmětech je užíváno slovní označení „1. FC Slovácko". V případě zejména šál se však jedná o užití v kombinaci s dalšími obrazovými prvky, které významně mění rozlišovací způsobilost označení. Fotografie dále nejsou podloženy doklady o skutečně prováděném obchodu (tj. např. počty zákazníku, doklady o celkovém objemu prodeje apod.).

Ad 16) Z výpisů z účtů ze sociálních sítí je možné dovodit užívání přihlašovaného označení, avšak bez doložení návštěvnosti stránek nelze dedukovat míru obeznámenosti spotřebitelské veřejnosti s tímto označením.

Ad 17, 18) Ze vzorového zpravodaje a faktury vyplývá pouze jednorázový náklad této tiskoviny v r. 2019 v počtu 800 ks, avšak nikoli dlouhodobé a intenzivní užívání označení pro tiskoviny.

Ad 17), 19) Z fotografie vzorové vstupenky a ze seznamu, jehož autorem je přihlašovatel označení, nelze objektivně dovodit počty návštěvníků, kterým byla vstupenka prodána. Důkazní váha takového dokumentu je výrazně nižší než objektivní údaje z nezávislých zdrojů.

Ad 20) Fotografie karet nejsou doloženy doklady o počtu nákladů, a tedy nevypovídají o tom, do jaké míry byla tato tiskovina rozšířena mezi spotřebitelskou veřejnost.

Ad 21, 22, 24, 25) Z dokladů vyplývá užívání označení na stadionu a autobusu i na propagačním CD.

Ad 23) Z webových stránek vyplývá užití označení pro činnost fotbalového klubu, avšak pouhá existence webových stránek bez doložení jejich návštěvnosti nevypovídá nic o tom, do jaké míry vstoupilo do povědomí široké spotřebitelské veřejnosti.

Ad 26) Prezentace vypovídá pouze o existenci klubu 1. FC Slovácko, a.s., nikoli o užívání přihlašovaného označení pro nárokované výrobky a služby.

Celkovým zhodnocením všech dokladů Úřad dospěl k závěru, že **nebylo prokázáno nabytí rozlišovací způsobilosti přihlašovaného označení.**

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Označení může získat rozlišovací způsobilost dlouhodobým a intenzivním užíváním na nárokovaných výrobcích a službách. Jak již bylo konstatováno ve výměru ze dne 23.1.2019 je k prokázání rozlišovací způsobilost nutné předložit dostatek dokladů, na kterých by přihlašované označení figurovalo v té podobě, v jaké je přihlašováno, a které by zároveň jednoznačně dosvědčovaly, že označení skutečně užívá přihlašovatel ve vztahu ke všem nárokovaným výrobkům a službám. Obecně také platí, že vstup nedistinktivního označení do povědomí spotřebitele vyžaduje určitou intenzitu – z předložených dokladů musí vyplývat, jak velká část relevantní spotřebitelské veřejnosti měla možnost se s označením seznámit. Tyto údaje musí z dokladů jednoznačně vyplývat. Výše uvedené doklady, které byly předloženy, tato kritéria nesplňují.

Je nutno konstatovat, že doklady nesvědčí o žádném užívání označení pro nárokované služby ve tř. 36, 39, pro část služeb ve tř. 35 (pronájem reklamních ploch, průzkum a analýzy trhů), pro část služeb ve tř. 41 (je prokázáno pouze užití pro činnost fotbalového klubu, pronájem a provozování stadionů, sportovní činnost zaměřená zejména na kopanou). Dále z dokladů nevyplývá, že by označení bylo užíváno v podobě slovní na většině nárokovaných výrobků ve tř. 14, 16, 18, 24, 25, 26 a 28. Konkrétní detaily k dokladům jsou uvedeny níže.

Zástupce přihlašovatele předložil doklady, ze kterých vyplývá existence společnosti 1. FC Slovácko a.s. (doklady ad 1 a ad 26). Jak ochranná známka, tak zapsané obchodní jméno jsou právy na označení a jejich primární funkce je rozlišovací. Oba instituty však slouží k rozlišení jiných předmětů práva. Zatímco právo k obchodnímu jménu umožňuje identifikovat subjekt práva, funkcí ochranné známky je odlišit výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Kmen obchodního jména může být i ochrannou známkou, avšak pouze za předpokladu, že tento kmen má atributy ochranné známky, aby mohl plnit její funkci a mohl být zapsán do rejstříku ochranných známek. Skutečnost, že označení ve znění kmene zapsaného obchodního jména vykazuje dostatečnou distinktivitu pro zápis do obchodního rejstříku, neznamená, že dosahuje potřebnou míru distinktivity, která je vyžadována zákonem o ochranných známkách. Z výše uvedených důvodů nejsou pro uznání nabytí rozlišovací způsobilosti relevantní doklady ad 1), ad 26) neboť se týkají pouze činnosti společnosti 1. FC Slovácko, a.s. – přihlašované označení je sice součástí tohoto jména, avšak v případě obchodního jména se nejedná o označení nárokovaných výrobků a služeb, ale o název, pod kterým je subjekt zapsán v obchodním rejstříku. Jedná se tak o uvedení subjektu práv, nikoli o označení přihlášených výrobků a služeb.

Dále zástupce přihlašovatele předložil celou řadu dokladů, ze kterých vyplývá, že pod přihlašovaným označením je provozována sportovní činnost, jak je uvedeno výše. Tuto činnost přihlašovatel provozuje pod přihlašovaným označením již řadu let. Z dokladů však nelze vydedukovat, jak velká část relevantní spotřebitelské veřejnosti se měla možnost s označením seznámit – u výpisů z webových stránek chybí doložení návštěvnosti těchto stránek (kromě dokladů ad 2) – 10), kde se jedná obecně o návštěvnost nadřazených médií), chybí doklady o průměrné návštěvnosti internetových stránek, rovněž chybí doklady svědčící o průměrné návštěvnosti sportovních utkání, o počtu prodaných vstupenek apod.

Dále z předložených dokladů vyplývá, že přihlašovatel vynakládá určité úsilí na propagaci přihlašovaného označení. Z dokladů však nelze vyčíst, o jak masivní propagaci se jedná – chybí doklady o částkách vynaložených na reklamu, celkový objem prodeje reklamních předmětů, počty zákazníků apod.

Úřad dále konstatuje, že z dokladů je patrné, že pod přihlašovaným označením je provozován nákup a prodej reklamních předmětů – služba ve tř. 35 - tj. výrobků spadajících do různých tříd. Samotné výrobky však jsou označovány buď pouze logem přihlašovatele

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

nebo přihlašovaným slovním označením, avšak vždy v kombinaci se zmíněným logem fotbalového klubu, které však výrazně mění rozlišovací způsobilost označení. Ve vztahu k těmto výrobkům tedy nejde o užívání předmětného označení v podobě, jak je přihlašováno k zápisu do rejstříku ochranných známek. Z dokladů také nelze dovodit např. údaje o objemu prodeje, počty zákazníků, návštěvnost e-shopu apod.

Navíc ze seznamu nárokovaných výrobků se zde vyskytuje pouze jejich zlomek. V žádném případě nelze z předložených dokladů dedukovat prodej např. drahých kovů, uměleckých děl, vánočních stromečků, hraček, pracovních brašen, kabelek, plážových tašek soch, rybářských potřeb, textilních výrobků vyjma šál a celé řady dalších výrobků, které si přihlašovatel nárokuje k zápisu v přihlášce ochranné známky. Kupř. ve vztahu k výrobkům tř. 16 se přihlašované označení vyskytuje pouze na zlomku výrobků nárokovaných v této třídě (jedná se časopis, vstupenky, sběratelské karty, v žádném případě se nejedná např. o kancelářské potřeby, štočky, potřeby pro umělce, knihy apod., které jsou ve tř. 16 nárokovány). Avšak ani tyto doklady nejsou podloženy konkrétními počty nákladů těchto tiskovin – kromě počtu 800 ks časopisu v r. 2019, tak aby bylo možno konstatovat, že byly rozšířeny mezi velkou část relevantní spotřebitelské veřejnosti.

Shrnutím předložených dokladů Úřad konstatuje, že přihlašovatel prokázal užívání přihlašovaného označení pouze pro část nárokovaných služeb ve tř. 35 (zprostředkování nákupu a prodeje výrobků uvedených výše ve třídách 14, 16, 18, 24, 25, ~~26 a 28~~), a 41 (činnost fotbalového klubu, pronájem a provozování stadionu, sportovní činnost, zaměřená zejména na kopanou) a na části nárokovaných výrobků (konkrétně náramky ve třídě 14, tiskoviny a časopisy, vstupenky, sběratelské karty a z psacích potřeb pouze propisky ve třídě 16, klíčenky ve třídě 18 a šály ve třídě 25), u nichž se však většinou přihlašované označení vyskytuje v kombinaci s logem přihlašovatele, což ovlivňuje rozlišovací způsobilost označení. Z předložených dokladů nelze vyčíst intenzitu tohoto užívání. Není možné z nich dovodit, v jaké míře se předmětné označení dostalo do povědomí široké spotřebitelské veřejnosti ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám. Pro ostatní nárokované výrobky a služby nebylo prokázáno ani užívání.

Přihlašovatel byl následně opět poučen o možnosti překonání vytčené výluky zápisu označení do rejstříku ochranných známek na základě předložení dokladů svědčících o nabytí rozlišovací způsobilosti označení užíváním v obchodním styku ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám přihlašovatele v době před jeho zápisem dle ustanovení § 5 citovaného zákona. Zároveň byl přihlašovatel znovu poučen o možnostech a způsobech prokazování této skutečnosti jakož i o povaze vhodných dokladů, které mohou tomuto účelu sloužit.

K předložení takových dokladů, resp. k vyjádření k výsledku věcného průzkumu přihlašovaného označení byla přihlašovateli poskytnuta **lhůta do 4.2.2021**.

Ve dvakrát prodloužené lhůtě, dne 4.6.2021 předložil přihlašovatel prostřednictvím svého zástupce své vyjádření a následující doklady k prokázání nabytí rozlišovací způsobilosti:

Přihlašovatel je přesvědčen, že přihlašované označení „1. FC SLOVÁCKO" naplňuje předpoklady k tomu, aby bylo do rejstříku ochranných známek dle ust. §5 zákona zapsáno. Provozuje a vykonává sportovní činnosti v oblasti fotbalu (kopané) pod přihlašovaným označením nepřetržitě od roku 2004. Jako člen Fotbalové asociace České republiky („**FAČR**") se účastní s mnoha svými týmy fotbalových soutěží v České republice a zároveň je i provozovatelem úspěšné fotbalové akademie pro mládež. Od sezóny 2009/2010 přihlašovatel působí se svým „A" týmem v nejvyšší fotbalové soutěži v České republice (1. lize), a to spolu s fotbalovými týmy SK Slavia Praha, AC Sparta Praha atd. Přihlašované

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

označení je přihlašovatelem dlouhodobě a intenzivně užíváno ve vztahu k nárokovaným výrobkům a službám, v důsledku čehož dle mínění přihlašovatele významná část relevantní veřejnosti měla možnost se s přihlašovaným označením seznámit, a tato také rozpozná, že dotčené výrobky a služby pocházejí z určitého zdroje.

Veškerá fotbalová a obchodní činnost přihlašovatele je dlouhodobě prezentována pod přihlašovaným označením „1. FC SLOVÁCKO", a to i ve sdělovacích prostředcích – v rozhlasovém a televizním vysílání (O2TV, ČT sport), v regionálním tisku, v celostátních denících (tištěných i internetových) a v internetových rubrikách. Žádný jiný fotbalový klub uvedené označení „1. FC SLOVÁCKO" nepoužívá.

Příkladmý výčet existujících webových stránek s prezentací přihlašovatele a náhledy některých článků obsahující přihlašované označení přihlašovatel předložil Úřadu již v předchozím vyjádření. Nově přihlašovatel předkládá informace o návštěvnosti internetových domén www.fcslovacko.cz, www.fanshop.fcslovacko.cz a také neoficiální domény založené samotnými spotřebiteli www.fcslovacko.com (dle mínění přihlašovatele je existence této domény coby aktivity spotřebitelů – fanoušků dokladem o získání rozlišovací způsobilosti zapisovaného označení).

Z uvedených dokladů vyplývá, že od roku 2011 doménu www.fcslovacko.cz navštívilo celkem více jak 4,6 mil. uživatelů, doménu www.fanshop.fcslovacko.cz navštívilo téměř 193 tis. uživatelů, a doménu www.fcslovacko.com navštívilo téměř 5,9 mil. uživatelů. K tomu dále uvádí, že návštěvnost internetových sportovních rubrik na stránkách idnes.cz, isport.cz a novinky.cz se pohybuje v řádech sta tisíc návštěv denně.

Předmětné označení je používáno také v internetové encyklopedii www.wikipedie.cz a na účtech sociálních sítí, které jsou v poslední době relevantní veřejností často vyhledávány a navštěvovány. Účet přihlašovatele na sociální síti Facebook sleduje 23,2 tis. uživatelů, účet na sociální síti Instagram sleduje 7,7 tis. uživatelů, a účet na sociální síti Twitter sleduje přes 3,0 tis. uživatelů. Účet přihlašovatele na sociální síti Facebook navštíví denně až 83 tis. uživatelů, stránku přihlašovatele na wikipedie.cz navštíví měsíčně až 2,3 tis. uživatelů. Tyto skutečnosti přihlašovatel dokládá informacemi o sledovanosti a o návštěvnosti ze sociálních sítí Facebook, Instagram a Twitter a internetové encyklopedie www.wikipedie.cz.

Předmětné označení je užíváno při propagaci (reklamě) fotbalové činnosti přihlašovatele na tiskovinách, předmětech fotbalového merchandisingu (propagační vlaječky, magnetky, přívěšky, hrnky apod.) a také v rámci reklamy jako je plošná inzerce, rozhlasové a televizní vysílání a jiné reklamní kampaně. To přihlašovatel dokládá řadou faktur prokazujících vynaložené náklady na reklamu, propagaci a reklamní předměty.

Zápasy fotbalových týmů přihlašovatele se ve fotbalové lize odehrávají na Městském fotbalovém stadionu Miroslava Valenty v Uherském Hradišti majícím kapacitu 8.121 diváků. Počet platících návštěvníků na utkáních týmu „A" přihlašovatel dokládá mj. informacemi o počtu zaplacených vstupů na tato utkání v sezóně 2015/2016 (celkem 69.861), sezóně 2016/2017 (celkem 64.132), sezóně 2017/2018 (celkem 62.853), sezóně 2018/2019 (celkem 72.671), a sezóně 2019/2020 (celkem 58.864). Přihlašovatel dále dokládá finanční uzávěrky za organizaci týkající se výnosů za vstupenky za fotbalová utkání všech fotbalových týmů přihlašovatele (nejen týmu „A"), a to opět za výše uvedené sezóny.

Jako doklad o tom, že reklamní předměty jsou označovány předmětným označením i bez loga přikládá fotografii propisky se zapisovaným označením ve slovní podobě.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Výše uvedené přihlašovatel dokládá následujícími doklady:

1 - informace o návštěvnosti internetových stránek – fcslovacko.cz
2 - informace o návštěvnosti internetových stránek – fanshop.fcslovacko.cz
3 - informace o návštěvnosti internetových stránek – fcslovacko.com
4 - informace o sledovanosti sociální sítě – facebook.cz a instagram.cz
5 - informace o sledovanosti sociální sítě – twitter.cz
6 - informace o návštěvnosti sociální sítě – facebook.cz
7 - informace o návštěvnosti internetových stránek – wikipedie.cz
8 - faktura – na tisk zpravodajů
9 - faktura – na tisk pohledů
10 - faktura – na přívěšky s potiskem
11 - faktura – na plechové hrnky s potiskem
12 - informace o nákladech na propagaci (reklamu) fotbalové činnosti v letech 2016 – 2020
13 - informace o nákladech na reklamní předměty a tiskoviny v letech 2016 – 2020
14 - informace o počtu platících návštěvníků za sezóny 2015/2016 – 2019/2020
15 - finanční uzávěrky za organizaci za sezóny 2015/2016 – 2019/2020
16 - fotografie propisky s označením „1. FC SLOVÁCKO“

Přihlašovatel je přesvědčen, že na základě předložených dokladů je prokázáno nabytí rozlišovací způsobilosti označení pro přihlašovatele a jeho výrobky a služby, a požaduje proto jeho zápis do rejstříku.

Úřad zhodnotil předložené doklady samostatně i ve vzájemných souvislostech a dospěl k následujícímu uzávěru:

Z předložených dokladů ad 1) – 3) vyplývá, že ve vztahu ke sportovní činnosti zaměřené zejména na kopanou se s předmětným označením v souvislosti s přihlašovatelem mohla seznámit dostatečně široká veřejnost. Z vysoké návštěvnosti a doby průměrně strávené na internetové stránce fanshop.fcslovacko.cz lze dovodit, že se zde široká spotřebitelská veřejnost mohla seznámit s nabídkou reklamních předmětů přihlašovatele pod předmětným označením. To napomáhá prokázání získané rozlišovací způsobilosti i ve vztahu k doloženým reklamním předmětům.

Relativně vysoká návštěvnost příslušných sociálních sítí doložená ad 4) – 6) a internetové stránky na wikipedie.cz rovněž svědčí ve prospěch přihlašovatele a jeho služeb fotbalového klubu a sportovních činností v souvislosti s přihlašovaným označením. I tyto doklady podpořily závěr o získané rozlišovací způsobilosti pro tyto služby.

Doklady ad 8) a 9) svědčí o nákladech vynaložených na tisk zpravodajů a pohlednic, nikoli však o jejich prodeji spotřebitelské veřejnosti. V souvislosti s dalšími doklady (týkajícími se návštěvnosti utkání, prodeje vstupenek a účetních uzávěrek) však hrají podpůrnou roli a lze v kombinaci s nimi dospět k závěru, že ve vztahu k těmto výrobkům je možné považovat označení za příznačné pro přihlašovatele.

Faktury ad 10) a 11) dokládají náklady vynaložené na přívěsky s potiskem a na potištěné plechové hrnky, avšak rovněž nevypovídají nic o jejich prodeji spotřebitelské veřejnosti. Přívěsky figurují v účetních uzávěrkách a na fanshopu, tudíž vůči nim lze tento doklad považovat rovněž za podpůrný jako v předchozím případě. Plechové hrnky však nebyly

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

přihlašovatelem nárokovány k ochraně, tudíž je doklad o pořízení těchto výrobků pro prokazování rozlišovací způsobilosti označení ve vztahu k nim bezpředmětný.

Informace ad 12) představuje interní zprávu o nákladech vynaložených na reklamu a propagaci přihlašovatele pod dotčeným označením v průběhu let 2016 – 2020. Nejedná se o objektivní, nezávislý důkaz, ale o jednostranné vnitřní údaje přihlašovatele, které jsou zčásti podpořeny některými fakturami ze dne 23.5.2019. Jedná tak pouze o podpůrný dokument.

Ad 13) náklady na reklamní předměty a tiskoviny rovněž představují pouze vnitřní dokument přihlašovatele, který nelze považovat za důkaz objektivní hodnoty, nicméně vypovídají o množství pořízených reklamních předmětů a tiskovin a nákladů na ně vynaložených v průběhu let 2016 – 2020. V souvislosti s dalšími doklady hrají rovněž podpůrnou, avšak nikoli zanedbatelnou roli. V souvislosti s údaji o sledovanosti fanshopu a příkladmými fakturami vypovídají o dlouhodobém užívání označení ve vztahu k tištěným propagačním materiálům a merchandisingovým výrobkům.

Doklady ad 14) a 15) představují doklad o míře návštěvnosti samotných fotbalových utkání v průběhu let 2016 – 2020 na stadionu přihlašovatele. Ačkoli se rovněž jedná o interní nástroj, v souvislosti s ostatními doklady dokreslují míru obeznámenosti relevantní spotřebitelské veřejnosti s dotčeným označením ve vztahu k přihlašovateli a jeho činnosti fotbalového klubu a sportovním činnostem. Dokládají rovněž užívání označení pro provozování stadionu po tuto dobu.

Fotografie propisky ad 16) svědčí o tom, že přihlašovatel užívá předmětné označení ve slovní podobě přinejmenším na reklamních propiskách.

Celkovým zhodnocením dokladů předložených 23.5.2019 a 4.6.2021 dospěl Úřad k závěru, že předložené doklady **svědčí o získané rozlišovací způsobilosti** pro část nárokovaného seznamu výrobků a služeb, a to v rozsahu: ***(16) tiskoviny, časopisy, periodika, fotografie, propisky, papírové vlajky a vlaječky, sběratelské kartičky, plakáty, pohlednice, samolepky; (18) klíčenky; (24) vlajky a vlaječky s výjimkou papírových; (25) cvičební úbory, dresy, šály, čepice, zejména baseballové; (26) oděvní doplňky v podobě textilních nášivek; (41) činnost fotbalového klubu, pronájem a provozování stadiónů, sportovní činnost zaměřená zejména na kopanou.***

Pro nárokované výrobky: *náramky ve třídě 14 a služby tř. 35 (zprostředkování nákupu a prodeje výrobků uvedených výše ve třídách 14, 16, 18, 24, 25)* lze z předložených dokladů ze dne 23.5.2019 dovodit užívání předmětného označení v souvislosti s přihlašovatelem, avšak nebyla doložena intenzita a dlouhodobost tohoto užívání v takové míře, aby bylo možné dospět k závěru, že předmětné označení ve vztahu k těmto výrobkům a službám přihlašovatele získalo rozlišovací způsobilost.

Pro ostatní nárokované výrobky a služby nebylo prokázáno ani užívání předmětného označení.

S ohledem na výše uvedené Úřad rozhodl, jak je uvedeno výše.

Poučení:

Podle ustanovení § 42 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů, lze proti tomuto rozhodnutí podat u Úřadu ve lhůtě jednoho měsíce ode dne jeho doručení rozklad. O rozkladu rozhoduje předseda Úřadu. Včas podaný rozklad má odkladný účinek. Lhůtu k podání rozkladu nelze prodloužit a její zmeškání nelze prominout.

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718

Podle zákona č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, se za přijetí rozkladu platí správní poplatek ve výši 1 000 Kč, který je splatný ve lhůtě pro podání rozkladu. Není-li poplatek zaplacen ve lhůtě splatnosti, považuje se rozklad za nepodaný. Věcné odůvodnění rozkladu musí být Úřadu předloženo ve lhůtě jednoho měsíce ode dne podání rozkladu. Lhůtu k podání odůvodnění rozkladu nelze prodloužit a její zmeškání nelze prominout.

vedoucí oddělení ochranných známek I.

Za správnost vyhotovení: JUDr. Iva Koutná
podepsáno elektronicky

Úřad průmyslového vlastnictví, Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6, upv.gov.cz
Tel.: 220 383 111, E-mail: posta@upv.cz, Fax: 224 324 718