

VYTVOŘENÍ OCHRANNÉ ZNÁMKY

Úvod do problematiky
ochranných známek pro malé
a střední podniky



SVĚTOVÁ ORGANIZACE
DUŠEVNÍHO VLASTNICTVÍ

Předmluva

Předmluva

Tato příručka je první ze série příruček „Duševní vlastnictví pro podniky“. Zabývá se ochrannými známkami, ústředním prvkem marketingové a značkové strategie každé firmy.

Tato příručka se snaží popsat problematiku ochranných známek z podnikatelské perspektivy. Její přístup je praktický a popis je ilustrovaný příklady a obrázky, které usnadňují porozumění textu. Doporučuje se, aby malé a střední podniky (SME) používaly tuto příručku s cílem zapojení strategie ochranných známek do své celkové podnikatelské strategie. WIPO uvítá připomínky k této příručce za účelem jejího dalšího vylepšování tak, aby vyhovovala potřebám malých a středních podniků na celém světě.

Ve spolupráci s institucemi jednotlivých států a s místními partnery je možné vypracovat národní verze této příručky. V této souvislosti se doporučuje, aby se tyto organizace obrátily na WIPO, když budou potřebovat kopii příručky pro účely vytvoření národní verze.

Kamil Idris,
Generální ředitel WIPO





Obsah

1. <u>Ochranné známky</u>	3
2. <u>Ochrana známek</u>	6
3. <u>Typy ochranných známek</u>	15
4. <u>Používání ochranných známek</u>	17
5. <u>Vynucování práv k ochranným známkám</u>	21

1. Ochranné známky

Co je ochranná známka?

Ochranná známka je označení, která dokáže odlišit výrobky nebo služby vyráběné nebo poskytované jedním podnikem od výrobků a služeb jiného podniku.

Za ochrannou známku se mohou považovat veškerá charakteristická **slova, písmena, číslíce, kresby, obrázky, tvary, barvy, logotypy, etikety nebo jejich kombinace**, které se používají k odlišení výrobků nebo služeb. V některých zemích se za ochranné známky považují i **reklamní slogany** a lze je jako takové zaregistrovat na národních registračních úřadech pro ochranné známky. Stále vyšší počet zemí také umožňuje registraci méně tradičních forem ochranných známek, jako jsou jednotlivé barvy, trojrozměrné značky (tvary výrobků nebo obalů), zvukové značky (zvuky) nebo čichové vjemy (vůně). Nicméně mnoho zemí stanovilo pravidla na to, co lze zaregistrovat jako ochrannou známku, obvykle tak, že umožňují registraci jen takových známek, které lze vnímat zrakem nebo graficky zobrazovat.

Příklady:

Slovo:

YAHOO!

S laskavým svolením Yahoo

Logotyp:



Reprodukováno s laskavým svolením společnosti
Penguin Books Limited

Kombinace písmen a logotypu:



©1986 WWF - Světový fond na ochranu přírody

® WWF - registrovaný vlastník ochranné známky

Trojrozměrná známka (tvar výrobku):



Toblerone ® je ochranná známka registrovaná společností
Kraft Foods Group (c) 1986

K čemu jsou ochranné známky?

Hlavní funkcí ochranné známky je umožnit zákazníkům identifikovat produkt (ať se jedná o výrobek nebo službu) konkrétní společnosti tak, aby jej odlišili od stejných nebo podobných výrobků konkurence. Spotřebitelé, které jsou spokojeni s konkrétním produktem, si pravděpodobně v budoucnosti stejný produkt pořídí znovu. Z toho důvodu musí mít možnost snadno rozlišit identické nebo podobné produkty.

Ochranné známky hrají ústřední úlohu ve značkové a marketingové strategii firem tím, že jim umožňují odlišit sebe a jejich výrobky od konkurence, pomáhají jim definovat firemní image a reputaci výrobků v očích spotřebitelů. Tato image a reputace firmy vytváří důvěru, která je základem pro vybudování loajální klientely a vylepšování dobrého jména firmy. Spotřebitelé si často vytvoří citový vztah k určitým ochranným známkám a to na základě souboru požadovaných vlastností nebo prvků ztělesněných produkty, které takové ochranné známky nesou.

Ochranné známky také představují stimul pro firmy, aby investovaly do udržování nebo zlepšování kvality jejich produktů, aby dosáhly toho, že produkty označené ochrannou známkou budou mít pozitivní reputaci.

Hodnota ochranných známek

Pečlivě zvolená a pěstovaná ochranná známka představuje pro většinu firem **cenné podnikatelské aktivum**. Pro některé to může být nejcennější majetek, který vlastní. Odhady hodnoty některých nejslavnějších ochranných známek na světě, jako je Coca-Cola nebo IBM, překračují 50 mld. dolarů. Mají takovou hodnotu, protože spotřebitelé si cení ochranných známek, jejich reputace, image a souboru požadovaných vlastností a jsou ochotni zaplatit více za produkt, který nese ochrannou známku, již uznávají a která splňuje jejich očekávání. Z toho důvodu poskytuje ochranná známka s dobrou image a reputací jejímu vlastníkovu konkurenční výhodu.



S laskavým svolením IBM Deutschland GmbH

Proč by si vaše firma měla chránit své ochranné známky?

Zatímco si je většina firem vědoma důležitosti ochranných známek k odlišení svých produktů od produktů konkurenčních, ne všechny si uvědomují, že je důležité chránit si ochranné známky registrací.

Registrace podle příslušného zákona o ochranných známkách dává vaší firmě **exkluzivní právo bránit jiným firmám v prodeji identických nebo podobných produktů pod stejnou nebo zaměnitelně podobnou značkou.**

Bez registrace ochranné známky mohou vaše investice do propagace produktu přijít vniveč, protože konkurence může používat stejnou nebo zaměnitelně podobnou známku pro identické nebo podobné produkty. Když některý konkurent použije podobnou nebo stejnou značku, bude to zavádějící pro zákazníky, kteří si koupí produkt konkurence a přitom budou v domnění, že si kupují produkt vaší firmy. Nejenže to může vést ke snížení zisku vaší společnosti, může to také poškodit reputaci i image vaší firmy, obzvláště když bude kvalita konkurenčního výrobku horší.

Vzhledem k hodnotě ochranných známek a vlivu, který může ochranná známka mít na úspěch produktu na trhu, je důležité zajistit, aby byla příslušná známka registrovaná na relevantních trzích. Navíc lze **registrovanou ochrannou známku poskytovat jiným firmám prostřednictvím licence.** Díky tomu vám může ochranná známka poskytovat další příjmy, nebo se může stát základem pro **franšízovou (koncesní) smlouvu.**

Příležitostně se může registrovaná ochranná známka s dobrou reputací u spotřebitelů také použít k získání financování od finančních institucí, které jsou si stále více vědomy důležitosti ochranných známek pro podnikatelský úspěch.

Ochranné známky:

- zaručují, že spotřebitelé dokážou rozlišovat mezi produkty
- umožňují firmám odlišovat jejich výrobky
- představují marketingový nástroj a jsou základem pro budování image a reputace značky
- se mohou licencovat a představují přímý zdroj příjmů z licenčních poplatků
- jsou základním prvkem franšízových smluv
- mohou být cenným majetkem podniku
- stimulují podniky k investování do udržení a zlepšení kvality produktů
- mohou být užitečné při získávání finančních zdrojů

2. Ochrana známek

Jak si může vaše firma chránit své ochranné známky?

Ochranné známky se chrání prostřednictvím **registrace**, popř. v některých zemích také na základě **používání**. I tam, kde se ochranné známky chrání používáním, doporučuje se zaregistrovat si ochrannou známku tak, že vyplníte příslušnou přihlášku k registraci na úřadu pro ochranné známky ve vaší zemi (některé úřady poskytují možnost registrace on-line). Registrace známky poskytuje silnější ochranu, obzvláště v případě konfliktu s identickou nebo zaměnitelně podobnou známkou. Při registraci ochranné známky jsou často velmi užitečné služby známkového zástupce (v některých státech jsou dokonce povinné).

Je registrace obchodního jména vaší společnosti dostatečná?

Mnoho lidí si myslí, že když si zaregistrují svůj podnik a jeho **obchodní jméno** v obchodním rejstříku, je toto jméno automaticky chráněno ochrannou známkou. To je poměrně běžný omyl. Je důležité chápat rozdíl mezi obchodním jménem a ochrannou známkou.

Obchodní jméno je plné jméno vaší firmy, jako např.: „Blackmark International Ltd“ a identifikuje vaši firmu. Je často zakončeno písmeny Ltd. (s.r.o.), Inc. (a.s.), nebo podobnými zkratkami, které označují právní formu společnosti.

Naproti tomu ochranná známka je značka, která odlišuje produkt(y) vaší společnosti. Jedna firma může mít různé ochranné známky. Např. společnost Blackmark International, Ltd. může prodávat jeden výrobek pod značkou BLAC-KMARK, ale jiný pod značkou REDMARK. Firmy mohou používat konkrétní ochrannou známku k označení všech svých výrobků, řady výrobků nebo konkrétního typu výrobku. Některé firmy mohou také jako ochrannou známku používat své jméno nebo jeho část a v takovém případě by si jej měly jako ochrannou známku zaregistrovat.

Kdo je oprávněn zažádat si o registraci ochranné známky?

Obecně platí, že zažádat si může každý, kdo chce ochrannou známku používat nebo kdo chce její používání umožnit třetím stranám. Může to být buď fyzická nebo právnická osoba.

Je registrace ochranné známky povinná?

Není sice povinná, ale velmi se doporučuje, protože registrace poskytuje exkluzivní práva na to, aby bylo možné zabránit neoprávněnému používání ochranné známky.

Jaké bývají hlavní důvody pro zamítnutí přihlášky?

Při výběru ochranné známky je užitečné znát druhy označení, které obvykle neprocházejí schválením pro registraci. Žádosti o registraci ochranné známky se obvykle odmítají z důvodů, kterým se říká „absolutní důvody“ v následujících případech:

- **Obecné výrazy.** Např. když bude vaše firma chtít prodávat židle pod ochrannou známkou ŽIDLE, bude taková ochranná známka zamítnuta, protože se jedná o obecné označení daného produktu.
- **Popisné výrazy.** Toto jsou slova, která se v obchodě obvykle používají k popsání příslušných produktů. Např. označení SLADKOST není možné zapsat jako ochrannou známkou pro čokoládu, protože je popisné. Ve skutečnosti by se považovalo za nespravedlivé dát jednomu výrobcí čokolády exkluzivní právo na používání slova sladkost při prodeji jeho produktů. Podobnou námitku by pravděpodobně vzbudily hodnotící nebo pochvalné výrazy jako „RYCHLÝ“, „NEJLEPŠÍ“, „KLASICKÝ“ nebo „INOVATIVNÍ“, pokud nejsou součástí jinak odlišné značky. V takových případech je možné do registrace zahrnout klauzuli, která stanoví, že se exkluzivita na příslušnou část ochranné známky nevztahuje.
- **Klamavé ochranné známky.** Toto jsou takové ochranné známky, které mohou být zavádějící nebo matoucí pro spotřebitele vzhledem k povaze, kvalitě nebo geografickému původu produktu. Např. ochranná známka na margarín obsahující KRÁVU by byla pravděpodobně odmítnuta, protože by mohla být zavádějící pro spotřebitele, kteří si budou takovou známkou spojovat s mléčnými výrobky (tj. máslem).
- **Známky považované za odporující společenské objednávce nebo morálce.** Slova a obrázky, které podle všeobecného názoru porušují všeobecně přijímané morální normy a nebo znevažují náboženské přesvědčení se obecně nepřijímají k registraci jako ochranné známky.
- **Vlajky, erby, oficiální označení a emblémy států a mezinárodních organizací,** které byly předány Mezinárodnímu Výboru WIPO, jsou obvykle z registrace vyloučeny.

Žádosti se rovněž zamítají z „relativních důvodů“, když je ochranná známka v konfliktu s předchozími známkovými právy. Dvě stejné (nebo velmi podobné) ochranné známky na stejný typ produktu by mohly způsobit zmatení spotřebitelů. Některé úřady pro ochranné známky provádějí kontrolu, zda nedochází ke konfliktu se stávajícími známkami, včetně známých neregistrovaných známek, jako standardní součást svého registračního procesu, zatímco mnoho ostatních tak činí jen, když je ochranná známka napadena třetí stranou po publikaci. V každém případě pokud se zjistí, že ochranná známka je stejná jako nějaká stávající nebo je jí zaměnitelně podobná, bude zamítnuta či zrušena podle postupu konkrétního úřadu.

Je proto rozumné nepoužívat takové ochranné známky, které by mohly být považovány za zaměnitelně podobné některým stávajícím známkám.

Co je třeba mít na paměti při výběru nebo vytváření ochranné známky?

Výběr nebo vytváření vhodné ochranné známky je zásadní krok, protože představuje důležitý prvek marketingové strategie vašeho podniku. Takže jaká by měla být vhodná ochranná známka pro váš produkt. Je evidentní, že neexistují pevná nebo striktní pravidla. Nicméně následující pětibodový seznam by vám měl pomoci.

Pětibodový kontrolní seznam pro výběr vaší ochranné známky

- Zkontrolujte, zda zvolená ochranná známka odpovídá všem **právním požadavkům** na registraci (viz důvody k zamítnutí žádostí na str. 7).
- Proveďte si **průzkum ochranných známek** za účelem kontroly, zda vaše ochranná známka není stejná jako některá existující na trhu, nebo zda není nějaké známce zaměnitelně podobná (viz str. 11).
- Dbejte na to, aby se známka dobře **četla, psala a pamatovala** a aby byla vhodná pro všechny typy reklamních médií.

Zkontrolujte, zda známka nemá nějaké **nežádoucí konotace** ve vašem jazyce popř. v jazycích potenciálních exportních trhů.

- Zkontrolujte, zda je možné si zaregistrovat odpovídající **doménu** (tj. internetovou adresu) (další informace o vztahu mezi ochrannými známkami a názvy domén jsou uvedeny na str. 19).

Při výběru jednoho nebo více slov pro ochrannou známku byste také měli vzít v úvahu souvislosti výběru určitých typů slov:

- **Vymyšlená nebo imaginární slova.** Jedná se o nová slova bez skrytého nebo skutečného významu. Vymyšlená slova mají výhodu, že se snadno registrují a je u nich větší pravděpodobnost, že budou ze své podstaty dobře rozlišujícími slovy. Na druhou stranu ovšem se tato slova hůře pamatují, což vyžaduje větší úsilí při propagaci těchto produktů.

Příklad:

Kodak je registrovaná ochranná známka společnosti Eastman Kodak



S laskavým svolením společnosti Eastman Kodak

- **Libovolná slova:** Toto jsou slova, která mají nějaký význam, ale tento význam nemá žádný vztah k produktu, který propagují. I u těchto slov bývá registrace snadná, ale k vytvoření spojení mezi známkou a produktem v myšlení spotřebitelů bývá zapotřebí masivní reklamní kampaň.

Příklad: Známká ELEPHANT k označení mobilních telefonů.

- **Sugestivní známky.** Toto jsou známky, které narážejí na jednu nebo více vlastností produktu. Účinek sugestivních známek je v tom, že působí jako určitá forma reklamy. Určité riziko ale spočívá v tom, že v některých zemích se sugestivní známky mohou považovat za příliš popisné.

Příklad: Ochranná známka SUNNY (slunečné) na elektrická topná tělesa má naznačovat, že výrobek je určen k vyzařování tepla a udržování vašeho domova v teple. Nicméně některé registrační úřady by takovou známku možná považovaly za příliš popisnou a nezaregistrovaly by ji.

Bez ohledu na to, jaký typ známky si zvolíte, je důležité, abyste nenapodobovali stávající ochranné známky. Nepatrně změněná známka konkurenční firmy nebo nesprávně napsaná slavná známka nebude pravděpodobně zaregistrována.

Příklad: EASY WEAR je registrovaná ochranná známka oblečení pro dospívající mládež. Bylo by nerozumné prodávat stejné nebo podobné produkty pod značkou EEZYWARE, protože taková značka by se považovala za zaměnitelně podobnou stávající ochranné známce a jako ochranná známka by nebyla zaregistrována.

Registrace ochranné známky po jednotlivých krocích

Přihlašovatel

Jako první krok musíte zaslat nebo podat správně vyplněnou žádost o registraci ochranné známky, která bude obsahovat kontaktní údaje vaší firmy, grafické zobrazení známky (může se požadovat zvláštní formát), popis výrobků a služeb a/nebo tříd, pro které chce váš podnik získat registraci ochranné známky a zaplatit příslušný poplatek.

Pozor, že některé registrační úřady (např. v USA nebo Kanadě) mohou také požadovat důkaz o používání nebo prohlášení, že vaše firma má v úmyslu ochrannou známku používat. Přesné informace o procesu žádání o registraci dostanete na příslušném úřadu pro ochranné známky.

Úřad pro ochranné známky

Jednotlivé kroky úřadu pro ochranné známky při registraci se v jednotlivých zemích liší, ale obecně řečeno, postupují podle podobného vzoru:

Formální průzkum: Úřad pro ochranné známky prozkoumá, zda žádost splňuje administrativní požadavky nebo formality (tj. zda byl zaplacen správný poplatek a zda je žádost správně vyplněna).

Věcný průzkum: V některých zemích úřad pro ochranné známky také zkoumá, zda žádost odpovídá všem věcným požadavkům (např. zda známka nepatří do kategorie, která je vyloučena z registrace podle zákona o ochranných známkách a zda není v konfliktu s nějakou stávající známkou v registru v příslušných třídách).

Publikace a oponentura: V mnoha zemích se ochranná známkách uveřejní ve věstníku s tím, že třetí strany mají určitou dobu na podání námitek proti registraci. V mnoha dalších zemích se známka uveřejňuje ihned po registraci s určitou dobou umožňující podání žádosti na zrušení registrace.

Registrace: Jakmile úřad dojde k rozhodnutí, že neexistují žádné důvody k zamítnutí žádosti, ochranná známka se zaregistruje a vydá se registrační certifikát, který zpravidla platí 10 let.

Obnovení: Znamka se může obnovovat bez omezení po zaplacení příslušných poplatků za obnovení, ale registrace se může u určitých výrobků a služeb zrušit úplně, pokud se známka nepoužívá určité období uvedené v zákonu o ochranných známkách.

Jak dlouho trvá registrace ochranné známky?

Doba potřebná pro registraci ochranné známky se v jednotlivých zemích výrazně liší, obvykle je v rozsahu od tří měsíců do dvou let, přičemž tato doba mj. závisí na tom, zda úřad pro ochranné známky provádí věcný průzkum. Dbejte na to, abyste si o registraci ochranné známky zažádali s dostatečným předstihem tak, aby byla zajištěna její včasná registrace za účelem provádění reklamní a marketingové kampaně pro daný produkt.

Jaké náklady jsou spojené s vytvořením, ochranou a používáním ochranné známky?

Je důležité správně vyhodnotit a naplánovat si výdaje spojené s vytvořením a registrací ochranné známky:

- Mohou to být náklady spojené s vytvářením loga nebo slova používaného jako ochranná známka, protože mnoho firem si tuto práci objednává u externích dodavatelů.
- Další náklady může představovat průzkum stávajících ochranných známek (viz níže).
- Další jsou náklady na registrační proces, které se liší podle počtu zemí a kategorií produktů (nebo tříd ochranných známek, viz str. 12). Podrobný přehled o nákladech na registraci získáte od úřadu pro ochranné známky ve vaší zemi.

- Firmy, které využijí služeb profesionálního zástupce pro ochranné známky ponechají další náklady na tohoto zástupce, ale pravděpodobně ušetří hodně času a energie v průběhu procesu registrace.

Jak lze zjistit, že by zvolená známka mohla být v konfliktu s jinými registrovanými známkami? Co je průzkum ochranných známek?

Než si podáte žádost o registraci ochranné známky, měli byste zajistit provedení řádného **průzkumu ochranných známek**. Tento průzkum se provádí za účelem zjištění, zda známku, kterou chcete používat, nebo podobnou, nemá již zaregistrovaná jiná firma na stejné nebo podobné produkty.

Průzkum ochranných známek si můžete provádět buď sami, nebo můžete využít služeb zástupce pro ochranné známky. V obou případech lze provádět průzkum přes národní úřad pro ochranné známky (což může být zdarma nebo za poplatek) nebo prostřednictvím komerčně provozované databáze ochranných známek. V každém případě je třeba mít na paměti, že takový průzkum může být jen předběžný. Může být obtížné stanovit, že vámi zvolená ochranná známka není „zaměnitelně podobná“ některé již zaregistrované ochranné známce. V takovém případě může být konzultace se zkušeným

zástupcem, který je obeznámen s praxí úřadu a se soudními rozhodnutími, velmi užitečná.

Než navštívíte zástupce pro ochranné známky, možná budete chtít zjistit, zda má váš národní úřad pro ochranné známky (nebo komerční provozovatel) volně přístupnou databázi ochranných známek, kterou byste mohli využít k provedení předběžného průzkumu. Seznam

databází ochranných známek najdete na internetových stránkách WIPO na:

[/ecommerce.wipo.int/databases/trademark/](http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark/)

Ochranné známky jsou klasifikovány do „tříd“ podle výrobků nebo služeb, které označují (viz systém mezinárodního třídění v příloze II). Proto byste mohli začít tím, že se seznámíte s 45 různými třídami ochranných známek.

Dobře utříděný systém

Při vyplňování žádosti o registraci ochranné známky se od vás bude ve většině zemí požadovat, abyste uvedli výrobky a/nebo služby, pro něž chcete svou ochrannou známku zaregistrovat a abyste je zařadili do tříd. Tyto třídy vycházejí ze **systému třídění ochranných známek**. Systém třídění ochranných známek umožňuje ukládat údaje o registrovaných ochranných známkách přehledným způsobem podle typů výrobků a služeb. Díky tomu lze v databázích ochranných známek informace snadno vyhledávat. Zásadní důležitost má, abyste si zaregistrovali ochrannou známku ve všech třídách, ve kterých chcete ochrannou známku používat.

Nejrozšířenější systém třídění je Mezinárodní třídění výrobků a služeb pro účely zápisu ochranných známek (podle Niceské dohody), který má 34 tříd pro výrobky a dalších 11 pro služby.

Další informace o Niceském systému najdete v příloze II. Viz také:

www.wipo.int/classifications/en/nice/about/.

Příklad:

Jak jsou produkty roztříděny? Uvedme si příklad. Když vaše firma vyrábí nože a vidličky, potom byste si měli podat žádost na odpovídající výrobky ve třídě 8. Pokud ale chcete prodávat kuchyňské potřeby (např. nádoby, pánve a hrnce), je třeba stejnou ochrannou známku zaregistrovat také ve třídě 21. V některých zemích je potřeba podat zvláštní žádost na každou třídu produktů, zatímco v jiných zemích můžete žádat o různé třídy pomocí jedné žádosti.



Je potřeba k podání žádosti o ochrannou známku použít služeb zástupce pro ochranné známky?

Obecně platí, že ve většině zemí se zastoupení zástupcem nevyžaduje, žádost si můžete podat sami. Nicméně služby zástupce pro ochranné známky, který má praxi v provádění průzkumů ochranných známek a je obeznámen s podrobným postupem při registraci ochranných známek, vám může ušetřit čas, zajistí, že budete žádat o ochranu ve správných třídách a zaručí, že nedojde k zamítnutí žádosti z absolutních důvodů. Když budete žádat o ochrannou známku v zahraničí, může se požadovat, abyste žádost podávali přes zástupce, který bydlí v dané zemi.

Informace o potřebě zastupování vám podá příslušný úřad pro ochranné známky, který vám také poskytne seznam oficiálně schválených zástupců pro ochranné známky (viz příloha I).

Jak dlouho je chráněná registrovaná ochranná známka?

I když se doba ochrany může lišit, ve velkém počtu zemí se registrované známky chrání po dobu 10 let. Registrace se může prodlužovat na neurčito (obvykle na po sobě následující období 10 let) za předpokladu, že jsou včas zaplacený příslušné poplatky. Zajistěte, aby byl ve vaší firmě někdo zodpovědný za včasné obnovení ochranných známek ve všech zemích, kde pokračuje váš zájem o prodej daných produktů.

Zadání návrhu ochranné známky externí firmě

Návrh ochranné známky je kreativní proces. Ve většině zemí tvůrce automaticky vlastní autorské právo k tvůrčí a umělecké práci, jako je výtvarná část ochranné známky. Z tohoto důvodu, když si objednáte vytvoření známky u externí firmy, je obvykle nejlepší vyjasnit problémy s vlastnictvím autorského práva v původní smlouvě a/nebo zajistit, aby bylo autorské právo k ochranné známce formálně převedeno na vaši firmu.

Platí registrace známky provedená ve vaší zemi mezinárodně?

Práva vyplývající z registrace ochranné známky jsou běžně omezena na území, kterého se týkají, tj. platná registrace ochranné známky ve vaší zemi vám běžně dává práva jen ve vaší zemi, pokud se známka nepovažuje za známku známou (informace o známých známkách najdete na str. 16).

Stojí za to uvažovat o registraci ochranné známky v zahraničí?

Všechny hlavní důvody pro registraci ochranné známky ve vaší zemi také platí pro uplatňování vašich produktů na zahraničních trzích. Proto se silně doporučuje, abyste si známku zaregistrovali v zahraničí, pokud se exportem zabýváte v současnosti nebo máte v úmyslu se jím zabý-

vat v blízké budoucnosti. Export výrobků, které budou označeny výraznou ochrannou známkou, pomůže spotřebitelům lépe si tyto výrobky zapamatovat a umožní vaší firmě budovat si reputaci a image u cizích spotřebitelů, což může v konečném důsledku znamenat vyšší zisk.

Jak probíhá registrace ochranné známky v zahraničí?

Jestliže jste si zaregistrovali ochrannou známku své firmy v zemi jejího sídla (domovské zemi) a chcete začít příslušné produkty vyvážet nebo udělit licenci na používání ochranné známky v jiných zemích, doporučuje se, abyste si ochrannou známku zaregistrovali v zahraničí. Existují tři hlavní způsoby, jak to provést:

Národní cesta: Vaše firma si může podat žádost k úřadu pro ochranné známky v každé zemi, v níž má zájem o ochranu tak, že vyplní příslušný formulář v požadovaném jazyce a zaplatí požadovaný poplatek. Jak již bylo uvedeno výše, některé země mohou žádat, abyste při registraci využili služeb místního zástupce.

Regionální cesta: Pokud chcete žádat o ochranu v zemích, které jsou členy regionálního systému ochranných známek, můžete si podat žádost o registraci s účinkem na území všech členských států tak, že podáte přihlášku na příslušném regionálním úřadu. Regionální úřady pro ochranné známky jsou:

- Africká regionální organizace duševního vlastnictví
- Úřad Beneluxu pro ochranné známky
- Úřad pro harmonizaci vnitřního trhu EU
- Africká organizace duševního vlastnictví.

Mezinárodní cesta: Pokud je vaše země členem Madridského systému a vaše ochranná známka byla zaregistrovaná v této zemi popř. s účinkem pro tuto zemi (nebo máte podanou přihlášku), můžete využít Madridský systém (spravovaný WIPO) k zaregistrování své známky ve více než 70 zemích, které jsou členy systému.

Výhody používání Madridského systému

Hlavní výhody používání Madridského systému jsou, že vlastník ochranné známky může svou známku zaregistrovat ve všech členských zemích tím, že podá:

- jednu mezinárodní přihlášku;
- v jednom jazyce
- za podmínek jednoho poplatku a jedné termínů.

Potom lze mezinárodní registraci udržovat a obnovovat pomocí jedné procedury.

Další informace o mezinárodní registraci známek získáte buď na svém národním úřadu pro ochranné známky nebo na internetové stránce WIPO: www.wipo.int/madrid/. Seznam členských zemí Madridského systému je uveden v příloze III.

3. Typy ochranných známek

obchodní známky	Známky používané k odlišení určitých výrobků jako těch, které vyrábí konkrétní podnik.
známky služeb	Známky používané k odlišení určitých služeb jako těch, které poskytuje konkrétní podnik.
kolektivní známky	Známky používané k odlišení výrobků nebo služeb, vyráběných nebo poskytovaných členy sdružení.
certifikační známky	Známky používané k odlišení výrobků nebo služeb, které vyhovují určitému souboru norem a byl jim udělen certifikát příslušným certifikačním úřadem.
všeobecně známé známky	Známky, které se považují za všeobecně známé na daném trhu a v důsledku toho požívají větší ochrany.

Co je známka služby?

Známka služby je svoji povahou podobná obchodní známce. Obě mají rozlišující úlohu; zatímco obchodní známky odlišují výrobky jednoho podniku od výrobků jiného podniku, známky služeb plní tutéž funkci u služeb. Služby mohou být jakéhokoli typu, např. finanční, bankovní, cestovní, reklamní nebo stravovací, aby-
chom jich jmenovali jen několik. Známky služeb lze registrovat, obnovovat, rušit a licencovat za stejných podmínek jako známky obchodní (známky výrobků).

Příklad:



S laskavým svolením National Westminster Bank, Plc.

Co jsou kolektivní známky?

Kolektivní známku obvykle vlastní sdružení nebo družstvo, jehož členové používají kolektivní známku při prodeji svých produktů. Sdružení obvykle stanoví soubor kritérií pro používání takové kolektivní známky (např. kvalitativní standardy) a umožní jednotlivým firmám používat známku, pokud tyto standardy splňují. Kolektivní známky mohou představovat efektivní způsob společného marketingu skupiny firem, které se domnívají, že by si spotřebitelé jednotlivé známky hůře zapamatovali, nebo které chtějí zjednodušit přijetí svých produktů u velkých distributorů.

Příklad: Kolektivní známku Melinda používá 5200 členů 16 družstev pěstitelů jablek v oblastech Valle di Non a Valle di Sole (Itálie), které založily konsorcium Melinda v roce 1989.



S laskavým svolením konsorcia Melinda

Co jsou certifikační známky?

Certifikační známky se udělují za splnění definovaných norem, ale nejsou vázány na žádné členství. Může je používat každý, jehož produkty splňují určité zavedené normy. V mnoha zemích je hlavní rozdíl mezi kolektivními značkami a certifikačními značkami v tom, že kolektivní může používat jen určitá skupina podniků, např. členové sdružení, zatímco certifikační může používat každý, kdo splňuje normy dané vlastníkem certifikační známky.

Důležitým požadavkem na certifikační známku je, aby se subjekt, který podá přihlášku k registraci, považoval za „kompetentní k certifikaci“ příslušného produktu.

Příklad: Symbol Woolmark je registrovanou ochrannou (certifikační) značkou společnosti Woolmark. Woolmark je symbol zajištění kvality, který potvrzuje, že jím opatřené výrobky jsou vyrobené ze 100% nové vlny a vyhovují přísným kvalitativním požadavkům stanoveným společností Woolmark. Značka je zaregistrovaná ve 140 zemích a licence na ni je udělena výrobcům, kteří splňují tyto kvalitativní požadavky, v 67 zemích.



WOOLMARK

S laskavým svolením společnosti Woolmark

Co jsou všeobecně známé známky?

„Všeobecně známé známky“ jsou známky, které považuje za všeobecně známé kompetentní úřad země, v níž se žádá o ochranu. Všeobecně známé známky obvykle těží ze silnější pozice. Např. všeobecně známé známky mohou být chráněny, i když nejsou registrovány (nebo se ani nepoužívají) na daném území.

Navíc zatímco ochranné známky jsou obecně chráněny proti zaměnitelně podobným známkám jen, když se používají pro *stejně nebo podobné produkty*, všeobecně známé známky jsou chráněny proti zaměnitelně podobným známkám, i když označují zcela jiné produkty, pokud jsou splněny určité podmínky. Hlavním účelem této silnější ochrany je zabránit firmám v parazitování na reputaci všeobecně známé známky a/nebo předejít tomu, aby poškodili její reputaci nebo dobré jméno.

Příklad: Předpokládejme, že WONDERCOLA je ochrannou známkou slavného nealkoholického nápoje. Společnost Wondercola Inc. by tedy požádala automatické ochrany v zemích, kde se všeobecně známé známky těší silnější ochraně a kde je taková známka všeobecně známá jako značka nealkoholických nápojů. Ochrana by se vztahovala i na nesouvisející výrobky nebo služby. To znamená, že když se jiná firmy rozhodne prodávat jiné produkty, od triček po sluneční brýle, s označením WONDERCOLA. bude muset žádat společnost Wondercola Inc. o svolení, nebo riskuje žalobu za porušení známkových práv.

4. Používání ochranných známek

Můžete si zaregistrovat ochrannou známku, aniž byste ji předtím používali?

Žádost o ochrannou známku si můžete podat, i když jste ji ještě nepoužívali, ale některé země ji oficiálně nezaregistrují, dokud nepředložíte důkaz o jejím používání (např. v USA). Také ve většině případů dochází k tomu, že když se známka nepoužívá určitou danou dobu (obvykle tři až pět let) po registraci, může se z registru ochranných známek vymazat.

TM nebo ®?

Používání ®, TM, SM nebo ekvivalentních symbolů u ochranné známky není nutné a obecně neposkytuje žádnou právní ochranu navíc. Tyto symboly nicméně mohou představovat výhodný způsob, jak informovat ostatní o tom, že daná značka je ochrannou známkou a tak varovat případné porušitele či padělatele. Symbol (r) se používá po registraci ochranné známky, zatímco TM označuje, že daná značka je ochrannou známkou; SM se někdy používá pro známky služeb.

Jak používat ochranné známky v reklamě?

Pokud je známka zaregistrovaná s určitým vzorem nebo písmem, dbejte na to, aby ji používali přesně tak, jak byla zaregistrovaná. Pečlivě sledujte její používání, protože to je zásadní pro image výrobků vaší firmy. Je také důležité, abyste ochrannou známku nepoužívali jako běžné sloveso nebo podstatné jméno, aby u spotřebitelů nevznikl dojem, že se jedná o obecné slovo.

Může vaše firma používat stejnou známku pro různé produkty?

Firma může používat pro různé produktové řady různé ochranné známky. Firma se může podle své strategie rozhodnout, zda bude pro své produkty používat stejnou ochrannou známku a značku vždy rozšíří při uvedení nového produktu na trh, nebo zda bude pro každou produktovou řadu používat jinou známku.

Rozšíření stávající značky na nové produkty umožňuje, aby nové produkty těžily z image a reputace ochranné známky. Nicméně použití nové známky, konkrétnější a více odpovídající novému produktu, může být také výhodné a umožňuje firmě zaměřit nový produkt na konkrétní spotřebitelskou skupinu (děti, dospívající, atd.) nebo vytvořit konkrétní image pro novou řadu produktů. Mnoho firem si také zvolí strategii používání nové značky ve spojení se stávající značkou (např. Ferrero a Nutella).



NUTELLA® s laskavým svolením společnosti Ferrero, S.p.A.

Různé firmy používají různé strategie. Ať si zvolíte jakoukoli, vždy je třeba dbát na to, aby byla vaše ochranná známka zaregistrovaná pro všechny kategorie výrobků a/nebo služeb, pro které se používá, nebo bude používat.

Co je třeba mít na paměti při používání ochranných známek na internetu?

Používání ochranných známek na internetu vyvolalo množství kontroverzních právních problémů, které nemají snadné nebo jednotné řešení. Jeden závažný problém vychází ze skutečnosti, že ochranné známky jsou chráněny teritoriálně (tj. jen v zemi nebo regionu, kde je známka zaregistrovaná nebo kde s používá), zatímco dosah internetu je celosvětový. To vytváří problémy při řešení sporů mezi osobami nebo firmami, které právoplatně vlastní identické nebo zaměnitelné známky na identické nebo podobné výrobky či služby v různých zemích. Legislativa v této oblasti se dosud vyvíjí a přístup se může v různých zemích lišit.



Co je název domény a jaký má vztah k ochranným známkám?

Důležitý problém se týká konfliktu mezi ochrannými známkami a názvy domén. Názvy domén jsou internetové adresy a běžně se používají k hledání internetových stránek. Např. **název domény** „wipo.int“ se používá k vyhledání internetové stránky WIPO na www.wipo.int.

V průběhu času ale názvy domén začaly přestávat obchodní značky a tím se často dostávají do konfliktu s ochrannými známkami.

Proto je důležité, abyste si zvolili takový název domény, který není ochrannou známkou jiné firmy, obzvláště všeobecně známou ochrannou známkou. Je to proto, že zákony nebo soudy mnoha států hodnotí registraci ochranné známky jiné právnické nebo fyzické osoby jako název domény jako porušení ochranné známky, hovorově zvané kybersquatting. Když k tomu dojde, nejen že váš podnik bude muset změnit neb zrušit název domény, ale může také platit náhrady škod, popř. vysokou pokutu.

Abyste zjistili, zda je konkrétní ochranná známka již chráněná, můžete se přímo obrátit na národní nebo regionální úřady pro ochranné známky, z nichž mnohé provozují databáze s vyhledáváním na internetu. Seznam takových databází najdete na internetových stránkách WIP na: ecommerce.wipo.int/databases/trademark/

Na druhou stranu když ochrannou známkou vaší firmy používá jiná právnická nebo fyzická osoba jako název domény, nebo když se vaše ochranná známka stala obětí kybersquattingu, potom můžete podniknout kroky k zastavení zneužívání/porušování práv vaší firmy. V takovém případě je jednou z možností použít velice oblíbený administrativní postup řešení sporů o názvy domén na: arbiter.wipo.int/domains/. Tato stránka WIPO obsahuje vzor stížnosti a rejstřík tisíců případů názvů domén, které již byly vyřešeny.

Můžete udělit licenci na svou ochrannou známku jiným firmám?

Licence na ochranné známky se mohou udělovat jiným firmám. V takovém případě si vlastník ochranné známky vlastnictví ponechá a jen souhlasí s tím, že ochrannou známkou bude používat jedna nebo více dalších firem. Licence se obvykle uděluje za licenční poplatky a tento proces zahrnuje souhlas vlastníka ochranné známky, který se obvykle uděluje formou for-

mální licenční smlouvy. Podle povahy smlouvy si firma udělující licenci ponechává právo určité kontroly nad nabyvatelem licence, aby byla zaručena určitá úroveň kvality.

V praxi se licence na ochranné známky často udělují v rámci širších licenčních smluv, např. franšizových smluv nebo smluv obsahujících práva k dalšímu duševnímu vlastnictví, jako jsou patenty, know-how a určitý stupeň technické podpory při výrobě daného produktu.

Co má franšizová smlouva společného s ochrannými známkami?

Licence na ochrannou známku je základem franšizové smlouvy. V případě franšizové smlouvy je stupeň kontroly vlastníka ochranné známky nad příjemcem licence obvykle vyšší než v případě standardních licenčních smluv na ochranné známky. V případě franšízy umožňuje poskytovatel jiné osobě (příjemci franšízy) používat jeho způsob podnikání (včetně ochranných známek, know-how, zákaznických služeb, softwaru, výzdoby provozoven, atd.) v souladu s daným souborem předpisů a výměnou za finanční kompenzaci či poplatky.

Příklad: Restaurace prodávající kuřecí jídla působí pod ochrannou známkou NANDO'S. Vypracovala si systém přípravy a prodeje těch-

to produktů, které se prodávají ve velkých objemech a jednotným způsobem. Systém zahrnuje různé faktory, které přispívají k úspěchu restaurací NANDO'S, včetně receptur a metod přípravy jídel, které zajišťují stálou kvalitu produktů, střihu uniform obsluhy, architektury budov, stylu balení a řídicích a účetních systémů. Společnost NANDO'S propůjčuje své znalosti a zkušenosti příjemcům franšízy a ponechává si právo dohlížet nad provozovny těchto příjemců a kontrolovat je. Základním prvkem franšizových smluv je že příjemci franšízy mají právo a povinnost používat ochrannou známku NANDO'S.



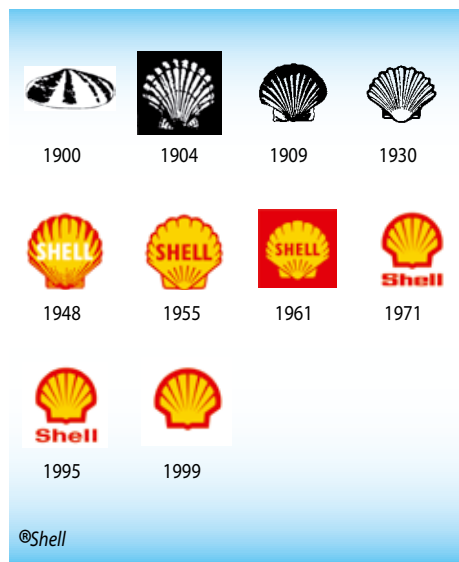
S laskavým svolením Nando's Group Holdings Ltd.

Existuje nějaké omezení prodeje nebo převodu ochranné známky na jinou firmu?

Je stále více možné nezávisle prodávat nebo převádět ochrannou známku z firmy, která ji aktuálně vlastní. V případě prodeje nebo převodu známky se může požadovat, aby se na úřadu pro ochranné známky uložila kopie příslušné smlouvy nebo její části.

Je potřeba registrovat všechny malé úpravy ochranné známky?

Mnoho ochranných známek, včetně těch nejslavnějších, ze v průběhu let změnilo nebo vyvinulo, aby se modernizovala image firmy či aby se známka přizpůsobila novým reklamním médiím. Znamky se mohou měnit nebo upravovat, ale vaše firma musí být opatrná a probrat s příslušným úřadem pro ochranné známky či kompetentním zástupcem, zda bude konkrétní změna vyžadovat podání nové přihlášky a platbu příslušných poplatků.



5. Vynucování práv k ochranným známkám

Co má váš podnik dělat, když bude někdo používat bez povolení jeho ochrannou známku?

Břemeno vynucování ochranné známky leží zejména na vlastníkově ochranné známky. Vaše společnost jako vlastní ochranné známky musí odhalit veškerá porušení a rozhodnout o tom, jaká opatření je třeba podniknout k vynucení práv k ochranné známce.

Když máte podezření, že někdo porušuje vaši ochrannou známku, je vždy užitečné vyžádat si odbornou konzultaci. Právník specializovaný v oblasti duševního vlastnictví bude tím prvním člověkem, který vám poskytne informace o stávajících možnostech ve vaší zemi a pravděpodobně i v sousedních zemích, jak zahájit akci proti padělání a porušování vaší známky a poskytne vám rady, jak si svá práva vynutit.

Když dojde k **porušení** vašich práv v oblasti ochranných známek, můžete svoji obranu začít odesláním dopisu (známého jako „zdržovací dopis“) údajnému porušiteli, v němž ho budete informovat o možné existenci konfliktu. Doporučuje se, aby se na formulaci takového dopisu podílel právník.

Když váš podnik usoudí, že porušení bylo **úmyslné** a zná místo porušování, potom se může za pomoci právníka specializujícího se na ochranné známky pustit do překvapující akce spočívající v získání příkazu k prohledání údajného porušitele a zabavení důkazů (obvykle od příslušného soudu nebo od policie) bez jeho předběžného varování.

Soudní moc může porušitele donutit k tomu, aby vaši firmu informoval o osobách účastnících se na výrobě a distribuci porušujících výrobků nebo služeb a jejich distribučních kanálech. Jako účinný odstrašující prostředek proti porušování může soudní moc na váš příkaz nařídít porušiteli zničení nebo likvidaci porušujících výrobků nebo materiálů mimo komerční kanály bez jakékoli kompenzace.

Aby se zabránilo **dovozu zboží s padělanými ochrannými známkami**, jsou v mnoha zemích k dispozici opatření na hranicích, která provádějí celní úřady. Jako vlastník ochranné známky může vaše firma žádat o pomoc celní úřady na hranicích, tj. zabránit distribuci padělaného zboží do vaší země. Pomoc celních úřadů obvykle vyžaduje zaplacení předepsaných poplatků.

V některých případech bývá efektivním způsobem řešení porušení práv k ochranným známkám **arbitráž nebo zprostředkování**. Obecnou výhodou arbitráže je, že je méně formální, kratší a levnější než soudní řízení a arbitrážní výrok bývá snadněji vynutitelný v mezinárodním měřítku. Výhodou zprostředkování je, že stranám zůstává kontrola nad procesem. Jako takové může pomoci zachránit dobré podnikatelské vztahy s jiným podnikem, se kterým váš podnik může chtít spolupracovat v budoucnosti. Další informace o arbitráži a zprostředkování najdete na internetových stránkách Střediska WIPO pro arbitráž a zprostředkování na:

[/arbitr.wipo.int/center/index.html](http://arbitr.wipo.int/center/index.html).

PŘÍLOHA I - užitečné internetové stránky

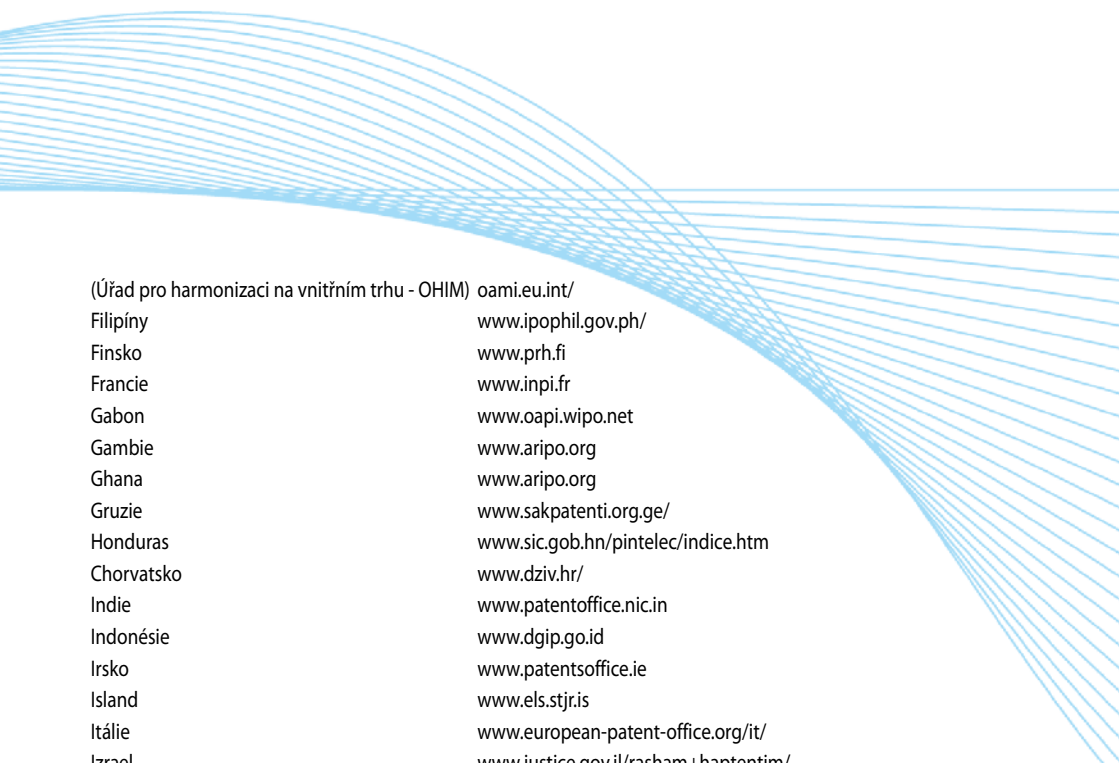
Odkazy na internetové stránky s užitečnými informacemi

- O dalších záležitostech v oblasti duševního vlastnictví z podnikatelské perspektivy:
www.wipo.int/sme/
- O ochranných známkách obecně:
 - „O duševním vlastnictví“ na stránkách WIPO:
www.wipo.int/about-ip/en/
 - Mezinárodní asociace ochranných známek:
www.inta.org
- O praktických aspektech týkajících se registrace ochranných známek, viz seznam internetových stránek národních a regionálních úřadů pro ochranné známky v příloze II nebo
www.wipo.int/news/en/links/ipo.
- O Madridském systému mezinárodní registraci známek:
www.wipo.int/madrid/en
- Seznam on-line databází ochranných známek vedených úřady průmyslového vlastnictví na celém světě:
ecommerce.wipo.int/databases/trademark/
- O mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu ochranných známek podle Niceské dohody:
www.wipo.int/classifications/en/ (pod Niceskou dohodou)
- O mezinárodním třídění obrazových prvků ochranných známek podle Vídeňské dohody:
www.wipo.int/classifications/en (pod Vídeňskou dohodou)
- O konfliktu mezi ochrannými známkami a názvy domén:
ecommerce.wipo.int/domains/
www.icann.org
- O procedurách alternativního řešení sporů o názvy domén:
arbitrator.wipo.int/domains/

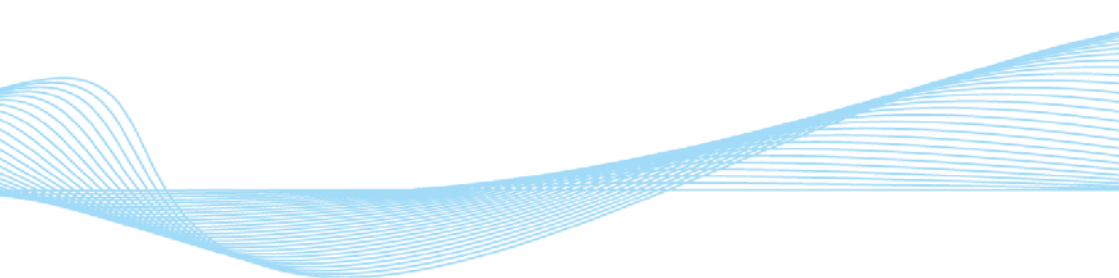
PŘÍLOHA II - internetové adresy

Internetové adresy národních a regionálních úřadů pro ochranné známky

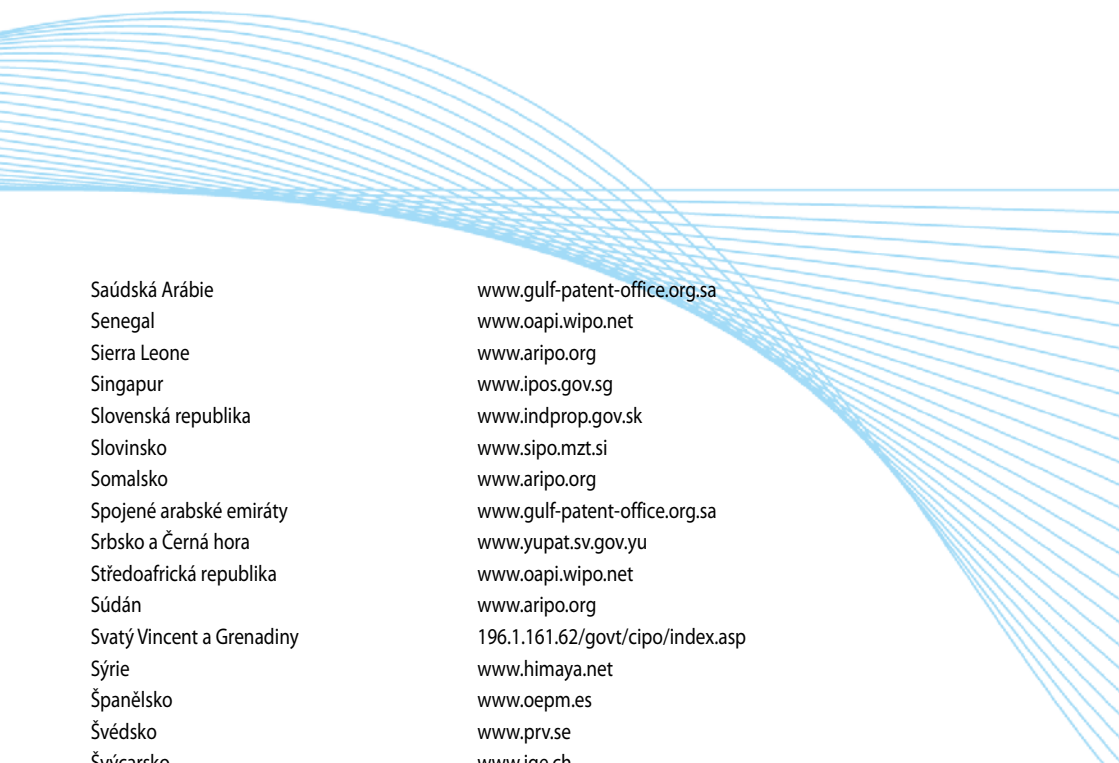
Africká regionální organizace pro duševní vlastnictví (ARIPO)	www.aripo.wipo.net/
Alžírsko	www.inapi.org
Andorra	www.omp.ad
Argentina	www.inpi.gov.ar/
Arménie	www.armpatent.org
Austrálie	www.ipaustralia.gov.au/
Bahrain	www.gulf-patent-office.org.sa/bahrainframe.htm
Barbados	www.caipo.gov.bb/
Belgie	www.european-patent-office.org/patlib/country/belgium
Belize	www.belipo.bz
Bělorusko	www.belgospatent.org/english/about/history.html
Benelux (Úřad pro průmyslové vzory Beneluxu - BDO)	www.bbtm-bbdlm.org/
Benin	www.oapi.wipo.net
Bolívie	www.senapi.gov.bo
Bosna a Hercegovina	www.bih.net.ba/zsmp
Botswana	www.aripo.org
Brazílie	www.inpi.gov.br
Bulharsko	www.bpo.bg/
Burkina Faso	www.oapi.wipo.net
Burundi	www.oapi.wipo.net
Čad	www.oapi.wipo.net
Česká republika	www.upv.cz
Čile	www.proind.gov.cl
Čína (známky)	www.saic.gov.cn
Čína	www.sipo.gov.cn
Čína: Hong Kong (SAR)	www.info.gov.hk/ipd
Čína: Macao (SAR)	www.economia.gov.mo
Dánsko	www.dkpto.dk/
Dominikánská republika	www.seic.gov.do/onapi/
Egypt	www.egypo.gov.eg
Estonsko	www.epa.ee
Euroasijský patentový úřad	www.eapo.org
Evropská unie	



(Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu - OHIM)	oami.eu.int/
Filipíny	www.ipophil.gov.ph/
Finsko	www.prh.fi
Francie	www.inpi.fr
Gabon	www.oapi.wipo.net
Gambie	www.aripo.org
Ghana	www.aripo.org
Gruzie	www.sakpatenti.org.ge/
Honduras	www.sic.gob.hn/pintelec/indice.htm
Chorvatsko	www.dziv.hr/
Indie	www.patentoffice.nic.in
Indonésie	www.dgip.go.id
Irsko	www.patentsoffice.ie
Island	www.els.stjr.is
Itálie	www.european-patent-office.org/it/
Izrael	www.justice.gov.il/rasham+haptentim/
Jamajka	www.jipo.gov.jm
Japonsko	www.jpo.go.jp
Jemen	www.aripo.org
Jihoafrická republika	www.cipro.gov.za
Jordánsko	www.mit.gov.jo
Kambodža	www.moc.gov.kh
Kamerun	www.oapi.wipo.net
Kanada	www.cipo.gc.ca
Katar	www.gulf-patent-office.org.sa
Kazachstán	www.kazpatent.kz
Keňa	www.kipo.ke.wipo.net
Kolumbie	www.sic.gov.co
Kongo	www.oapi.wipo.net
Korejská republika	www.kipo.go.kr
Kostarika	www.registracional.go.cr
Kuba	www.ocpi.cu
Kuvajt	www.gulf-patent-office.org.sa
Kypr	www.mcit.gov.cy/mcit/drcor/drcor.nsf
Kyrgyzstán	www.krygyzpatent.kg
Laos	www.stea.la.wipo.net/
Lesotho	www.aripo.org
Libanon	www.economy.gov.lb



Lichtenštejnsko	www.european-patent-office.org
Litva	www.vpb.lt/
Litva	www.vpb.lt
Luxemburg	www.etat.lu/EC/
Macao	www.economia.gov.mo
Maďarsko	www.hpo.hu/
Makedonie	www.ippo.gov.mk/
Malajsie	www.kpdnhq.gov.my/
Malawi	www.aripo.org
Mali	www.oapi.wipo.net
Maroko	www.ompic.org.ma/
Mexiko	www.impi.gob.mx/
Moldávie	www.agepi.md/
Monako	www.european-patent-office.org/patlib/country/monaco/
Mongolsko	www.mongol.net/ipom
Mosambik	www.aripo.org
Namibie	www.aripo.org
Německo	www.dpma.de
Nepál	www.ip.np.wipo.net
Nigérie	www.oapi.wipo.net
Nizozemí	www.bie.minez.nl
Norsko	www.patentstyret.no
Nový Zéland	www.iponz.govt.nz
Omán	www.gulf-patent-office.org.sa
Africká organizace duševního vlastnictví (OAPI)	www.oapi.wipo.net/
Panama	www.mici.gob.pa/comintf.html
Peru	www.indecopi.gob.pe/
Pobřeží slonoviny	www.oapi.wipo.net
Polsko	www.uprp.pl/
Portugalsko	www.inpi.pt/
Rakousko	www.patent.bmwa.gv.at/
Republika Kongo	www.anpi.cg.wipo.net
Rumunsko	www.osim.ro
Ruská federace	www.rupto.ru
Řecko	www.gge.gr
Salvádor	www.cnr.gobs.sv



Saúdská Arábie	www.gulf-patent-office.org.sa
Senegal	www.oapi.wipo.net
Sierra Leone	www.aripo.org
Singapur	www.ipos.gov.sg
Slovenská republika	www.indprop.gov.sk
Slovinsko	www.sipo.mzt.si
Somalsko	www.aripo.org
Spojené arabské emiráty	www.gulf-patent-office.org.sa
Srbsko a Černá hora	www.yupat.sv.gov.yu
Středoafriká republika	www.oapi.wipo.net
Súdán	www.aripo.org
Svatý Vincent a Grenadiny	196.1.161.62/govt/cipo/index.asp
Sýrie	www.himaya.net
Španělsko	www.oepm.es
Švédsko	www.prv.se
Švýcarsko	www.ige.ch
Švýcarsko	www.ige.ch
Tádžikistán	www.tipat.org
Tanzanie	www.aripo.org
Thajsko	www.ipthailand.org
Togo	www.oapi.wipo.net
Trinidad a Tobago	www.ipo.gov.tt/home.asp
Tunisko	www.inorpi.ind.tn
Turecko	www.turkpatent.gov.tr
Turkmenistán	www.eapo.org
Uganda	www.aripo.org
Ukrajina	www.ukrpatent.org/
Uruguay	www.dnpi.gub.uy
USA	www.uspto.gov
Uzbekistán	www.patent.uz
Velká Británie	www.patent.gov.uk
Venezuela	www.sapi.gov.ve
Zambia	www.aripo.org
Zimbabwe	www.aripo.org Albánie www.alpto.gov.al

Poznámka:

Aktuální informace najdete na adrese: www.wipo.int/members/en/a

www.wipo.int/directory/en/urls.jsp

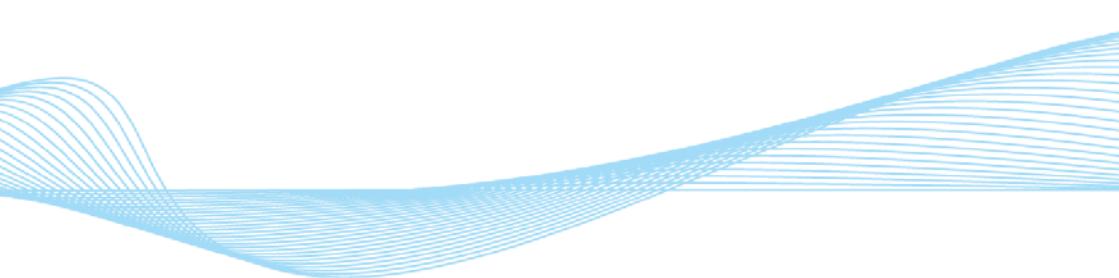
PŘÍLOHA III - Niceské třídění

Mezinárodní třídění výrobků a služeb pro účely zápisu ochranných známek podle Niceské dohody

Výrobky

1. Chemikálie používané v průmyslu, vědě a fotografii, v zemědělství, zahradnictví a lesnictví; nezpracovaný syntetický kaučuk, nezpracované umělé hmoty; hnojiva; směsi pro hašení ohně; preparáty pro popouštění kovu a pájení; chemické látky pro uchovávání potravin; látky pro činění kůže; lepidla používaná v průmyslu.
2. Barvy, fermeže, laky; ochranné nátěry proti korozi a proti stárnutí dřeva; barviva; mořidla surová přírodní pryskyřice; kovové fólie a kovový prášek pro natěrače, malíře pokojů, tiskaře a malíře.
3. Bělící prostředky a ostatní přípravky pro praní prádla; přípravky pro čištění, leštění, drhnutí a broušení; mýdla; voňavkářské zboží, esenciální oleje, kosmetika, vlasové šampony; prostředky na čištění zubů.
4. Průmyslové oleje a tuky; maziva; látky na absorpci prachu, zvlhčování a vázání; paliva (včetně motorového lihu) a látky na svícení; svíčky a knoty na svícení.
5. Farmaceutické a veterinární preparáty; hygienické preparáty pro lékařské účely; dietetické látky uzpůsobené pro lékařské účely, potrava pro děti, leukoplasti, materiály pro ošetření ran; materiál pro plombování zubů, dentální vosk; dezinfekční prostředky; přípravky pro ničení hmyzu; protiplísňové přípravky, herbicidy.
6. Běžné kovy a jejich slitiny; kovové materiály pro stavebnictví; mobilní kovové stavby; materiály z kovu pro železniční trati; neelektrické kabely a dráty z běžných kovů; železářské zboží, železářský spojovací materiál; kovové trubky a potrubí; trezory; zboží z běžných kovů nezahrnuté do ostatních tříd, rudy.
7. Stroje a obráběcí stroje; spalovací a elektrické motory (vyjma motorů pro pozemní vozidla); spojovací a přenosové prvky strojů (kromě pozemních vozidel); zemědělské přístroje jiné než ruční; lihně.
8. Ruční nářadí a nástroje (ručně poháněné); přístroje; boční zbraně; holicí strojky.
9. Přístroje a nástroje pro vědu, námořnictví, zeměměřičství, fotografování, kinematografii, optiku, vážení, měření, signalizování, revize, ochranu života, a vyučování; přístroje a nástroje sloužící k vedení, spínání, transformaci, akumulaci, regulaci, nebo řízení elektřiny; přístroje pro nahrávání, přenos, nebo reprodukci zvuku, nebo obrazu; magnetické nosiče dat, nahrávací disky; automatické prodejní automaty a mechanismy pro mincové přístroje; kontrolní pokladny, počítačové přístroje, počítače a procesory; hasicí přístroje.
10. Chirurgické, lékařské, zubní a veterinární zařízení a nástroje, umělé končetiny, oční protézy a zubní protézy; ortopedické nástroje; šicí materiály.

11. Zařízení sloužící ke svícení, topení, výrobě páry, vaření, smažení, sušení, ventilaci; zásobníky vody a hygienická zařízení.
12. Dopravní prostředky; zařízení pro pohyb po zemi, ve vzduchu, nebo po vodě.
13. Střelné zbraně; munice a náboje; výbušniny; zábavná pyrotechnika.
14. Vzácné kovy a jejich slitiny, zboží z drahých kovů, nebo jimi pokovované, nezahrnuté v ostatních třídách; šperky, drahé kameny; hodinářské a časoměřičské nástroje.
15. Hudební nástroje.
16. Papír, karton a produkty vyrobené z těchto materiálů (nezahrnuté v ostatních třídách); tiskoviny, knihařský materiál; fotografie; papírnické zboží; lepicí pásy pro papírnictví nebo domácí účely; materiály pro výtvarníky; malířské štětce; psací stroje a kancelářské potřeby (vyjma nábytku); pomůcky pro školení a vyučování (vyjma přístrojů); plastové materiály pro balení (nezahrnuté v ostatních třídách); tiskařská písmena; kopírovací papíry.
17. Guma, gutaperča, pryskyřice, azbest, slída a zboží vyrobené z těchto materiálů a nezahrnuté v ostatních třídách; plasty v lisované formě používané při výrobě; obaly, dokončovací a izolační materiály; ohebné nekovové trubky.
18. Kůže a imitace kůže a zboží vyrobené z těchto materiálů (nezahrnuté v ostatních třídách); surová kůže, usně; kufrý a cestovní zavazadla; deštníky, slunečníky a vycházkové hole; biče, popruhy a jezdecké postroje.
19. Stavební materiály (nekovové); nekovové pevné trubky pro stavebnictví; asfalt, dehet a živice; nekovové mobilní konstrukce; nekovové sochy.
20. Nábytek, zrcadla, obrazové rámy; výrobky (nezahrnuté v ostatních třídách) ze dřeva, korku, třtiny, rákosu, proutí, rohoviny, kostí, slonoviny, kostic, mušlí, jantaru, perleti, mořské pěny a z napodobenin těchto materiálů, nebo z plastů.
21. Domácí a kuchyňské potřeby a nádoby (ne z drahých kovů, nebo jimi pokovované); hřebeny a houby; kartáče, štětky (vyjma malířských štětců); materiál na výrobu kartáčů a štětek; přípravky na čištění povrchů, drátěnky; nezpracované nebo polozpracované sklo (vyjma skla používaného ve stavebnictví); skleněné zboží, porcelán a hliněné výrobky nezahrnuté v ostatních třídách.
22. Lana, provazy, sítě, stany, rolety, plachtovina, celtovina, plachty, pytle a vaky (nezahrnuté v ostatních třídách), těsnící a vycpávkové materiály (kromě materiálů z gumy, nebo plastů); textilní materiály z hrubých vláken.
23. Příze a nitě, pro textilní využití.
24. Textil a textilní zboží, nezahrnuté v ostatních třídách; lůžkoviny a ubrusy.



25. Oblečení, obuv, pokrývky hlavy.
26. Výšivky a krajky, stuhy a lemovky; tlačítka, skoby a oka, špendlíky a hřebíky; umělé květiny.
27. Koberce, předložky, podložky a rohože, linoleum a ostatní materiály sloužící jako podlahová krytina; závěsy na stěny (ne textilní).
28. Hry a hračky, gymnastické a sportovní potřeby nezahrnuté v ostatních třídách, ozdoby na vánoční stromky.
29. Maso, ryby, drůbež a zvěřina; masové výtažky; konzervy, zavařené sušené a vařené ovoce a zelenina; aspiky, džemy, kompoty; vejce, mléko a mléčné výrobky, pokrmové oleje a tuky.
30. Káva, čaj, kakao, cukr, rýže, tapioka, ságo, kávová náhražka; mouka a výrobky vyrobené z obilí, chléb, pečivo a cukrovinky, zmrzlina; med, sirup; kvasnice, prášek do pečiva; sůl, hořčice, ocet, omáčky (ochucování); koření; cukrové polevy.
31. Zemědělské, zahradní a lesní plodiny a obilí nezahrnuté v ostatních třídách; živá zvířata; čerstvé ovoce a čerstvá zelenina; semena, přirozené rostliny a květiny; krmivo pro zvířata, slad.
32. Pivo; minerální a sycené vody a ostatní nealkoholické nápoje; ovocné nápoje a ovocné džusy; limonády a ostatní přípravky pro výrobu nápojů.
33. Alkoholické nápoje (kromě piva).
34. Tabák; kuřácké potřeby; zápalky.

Služby

35. Reklama; obchodní management; řízení podniků; kancelářské funkce.
36. Pojišťovnictví; finanční záležitosti; peněžní záležitosti; reality.
37. Stavby budov; opravy; instalační služby.
38. Telekomunikace.
39. Přeprava; balení a skladování zboží; cestovní agentury.
40. Zpracování materiálů.
41. Výuka; poskytování kurzů; zábava; sportovní a kulturní aktivity.
42. Vědecké a technické služby a s nimi spojený výzkum a projektování; průmyslová analýza a průzkumy; projektování a vývoj počítačového hardwaru a softwaru; právní služby
43. Stravovací služby; přechodné ubytování.
44. Lékařské služby; veterinární služby; zdravotní a kosmetická péče o lidské tělo, nebo zvířata; služby v zemědělství, zahradnictví a lesnictví.
45. Služby v personální a sociální oblasti poskytované jinými lidmi za účelem splnění potřeb jednotlivců; bezpečnostní služby pro ochranu majetku a lidí.

V říjnu 2003 podepsalo 72 států Niceskou dohodu. Tyto státy přijaly a používají Niceskou klasifikaci (třídění) pro účely registrace známek.

Poznámka:

Aktuální informace najdete na adrese:

www.wipo.int/classifications/fulltext/nice8/enmain.htm a

www.wipo.int/madrid/en/contact.html

PŘÍLOHA IV

Signatáři Madridské unie

(K lednu 2006)

Albánie (A&P)	Kyrgyzstán (A)
Alžír (A)	Lotyšsko (A&P)
Antigua a Barbuda (P)	Lesotho (A&P)
Arménie (A&P)	Libérie (A)
Austrálie (P)	Lichtenštejnsko (A&P)
Rakousko (A&P)	Litva (P)
Ázerbajdžán (A)	Lucembursko* (A&P)
Bělorusko (A&P1)	Monako (A&P)
Belgie* (A&P)	Mongolsko (A&P)
Bhútán (A&P)	Maroko (A&P)
Bosna a Hercegovina (A)	Mozambik (A&P)
Bulharsko (A&P)	
Čína (A&P)	
Chorvatsko (A)	
Kuba (A&P)	
Kypr (A&P)	
Česká republika (A&P)	
Korejská lidově demokratická republika (A&P)	
Dánsko (P)	
Egypt (A)	
Estonsko (P)	
Finsko (P)	
Francie (A&P)	
Gruzie (P)	
Německo (A&P)	
Řecko (P)	
Maďarsko (A&P)	
Island (P)	
Irsko (P)	
Itálie (A&P)	
Japonsko (P)	
Kazachstán (A)	
Keňa (A&P)	

Kontakt pro další informace

World Intellectual Property Organization

(Světová organizace duševního vlastnictví)

Adresa:

34, chemin des Colombettes

P.O. Box 18

CH-1211 Geneva 20

Švýcarsko

Tel.: 41 22 338 91 11

Fax: 41 22 733 54 28

E-mail: wipo.mail@wipo.int

nebo Newyorský koordinační úřad na:

Adresa:

2, United Nations Plaza

Suite 2525

New York, N.Y. 10017

USA

Tel.: 1 212 963 6813

Fax: 1 212 963 4801

E-mail: wipo@un.org

nebo Divizi SME (malé a střední podniky) na:

Adresa:

34, chemin des Colombettes

P.O. Box 18

CH-1211 Geneva 20

Švýcarsko

Fax: +41 22 338 87 60

E-mail: sme@wipo.int

Internet: <http://www.wipo.int/sme>

Navštivte internetovou stránku WIPO

na: <http://www.wipo.int>

a objednejte si z elektronického knihkupectví WIPO na: <http://www.wipo.int/ebookshop>

Publikace WIPO č. 900(E)

Vytvoření ochranné známky

1. čes. vyd. Praha, Úřad průmyslového vlastnictví 2008. 28s.

ISBN 978-80-7282-074-0

Orig.: ISBN 92-805-1152-X