

# Olimpiada Przedsiębiorczości uratowana

**ZNAKI TOWAROWE**  
**Międzynarodowy Komitet**  
**Olimpijski z siedzibą w**  
**Szwajcarii przegrał kolejny**  
**spór z Urzędem Patentowym.**

Nazwa Olimpiada Przedsiębiorczości nie jest podobna do zarejestrowanych przez MKOl znaków towarowych The Olympics, Olympic i Olimpiad – orzekł Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie, oddalając skargę MKOl.

W poprzedniej sprawie, zakończonej nieprawomocnym wyrokiem WSA z 27 lutego 2012 r., zaskarżonym przez MKOl do Naczelnego Sądu Administracyjnego, chodziło o znak towarowy Prestige Olympic, zarejestro-

wany na rzecz firmy Barlinek SA. Teraz poszło o znak słowno-graficzny Olimpiada Przedsiębiorczości, którym posługuje się Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych. Organizowana od 2005 r. olimpiada przedsiębiorczości, adresowana głównie do uczniów szkół ponadgimnazjalnych, jest jedną z największych olimpiad przedmiotowych.

W 2011 r. Urząd Patentowy oddalił sprzeciw MKOl na przyznanie Fundacji praw do tego znaku. MKOl twierdził, że jest on podobny do jego wspólnotowych znaków. Używanie go zmierza do wykorzystania ich renomy poprzez wywoływanie skojarzeń z ruchem olimpijskim.

UP nie dopatrzył się podobieństwa w żadnej ze sfer: wizualnej, fonetycznej ani znaczeniowej na tyle istotnego, by wprowadzało w błąd odbiorców. Znak Olimpiada Przedsiębiorczości nie wywołuje też skojarzeń ze sportem i ruchem olimpijskim. Nie było więc potrzeby badania, czy nie narusza renomy znaków MKOl.

Fundacja poparła ocenę UP.  
– W Polsce i za granicą bogata jest tradycja używania słowa olimpiada na określenie konkursów tematycznych – przypomniała podczas rozprawy rzeczniczka patentowa Ewa Niesiobędzka-Krause, reprezentująca Fundację.

Monika Zielińska, rzeczniczka patentowa reprezentująca MKOl, miała inne zdanie.

– Decyzja oddalająca sprzeciw MKOl wpisuje się w linię orzecznictwa UP, która uniemożliwia ochronę znaków renomowanych. Urząd stawia bowiem warunek, że aby badać renomę znaków, muszą one być na tyle podobne, by wprowadzały w błąd odbiorcę – argumentowała.

Sąd zgodził się jednak z UP. To, że znaki są niepodobne, oznacza, że nie mogą wprowadzać odbiorcy w błąd. Skoro UP tak je ocenił, nie ma potrzeby badania renomy znaków MKOl. Wyrok jest nieprawomocny.

–Danuta Frey

**sygnatura**  
**akt**

VI SA/Wa  
2349/12