

2. ČÁST

ROZLIŠOVACÍ ZPŮSOBILOST OCHRANNÉ ZNÁMKY

1

POVAHA

- **Možná nestálost** rozlišovací způsobilosti

získání



ztráta



znovunabytí

2

ZTRÁTA ROZLIŠOVACÍ ZPŮSOBILOSTI

- **Zduhovění známky** výrobku či služby jedné osoby pro označení **druhu** výrobku či služby od kohokoli
= zvrtný právní stav

např. PILS, PILSNER pro světlé pivo ležák, CELOFAN pro druh obalu, LINOLEUM pro druh podlahoviny, TEFLON pro druh pánve, LUX pro vysavač, XEROX pro kopírku, ZETOR pro traktor aj.

3



4



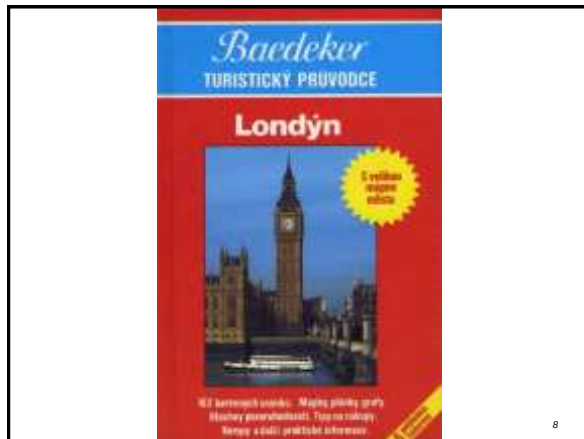
5



6



7



8



9



10

ZÁPISNÉ PŘEKÁŽKY

1. **absolutní**
= taxativní zákonné důvody odmítnutí ochrany (výluky) posuzované *ex offio*
 - **důkazní břemeno nese zápisný úřad**
 - **zásada v pochybnostech ve prospěch přihlašovatele**
2. **relativní**
= podané soukromé námítky proti zápisu ze starších soukromých práv třetích osob
 - **důkazní břemeno nese namítatel**

11

ODMÍTACÍ DŮVODY ☹

1. **nemožnost** tvořit ochrannou známku
viz neschopnost grafického znázornění
✗ notový přepis znělek v CZ 🎵
2. **nedostatek** rozlišovací způsobilosti
např. pouhé ornamenty, druhová označení
✗ původní svérázné znaky obsahu a formy
 - individualizace zboží (upoutání pozornosti spotřebitele)

12

Ad 2

- **Objektivní posouzení celkového dojmu**
označení jako **celku** (ráz celku)
s přihlédnutím k **povaze** výrobků či služeb
 - ☛ **schopnost spotřebitele** podle známky **rozeznat zdroj** (původ) výrobků či služeb
 - ✗ pouhý druh výrobku či služby
*např. UMĚLECKÁ AGENTURA,
AUTODOPRAVA, CESTOVNÍ KANCELÁŘ*

13

Ad 2

- **Stupně rozlišovací způsobilosti**
 1. **zvlášť vysoký stupeň**
nutný u označení zboží denní spotřeby
 2. **vysoký stupeň**
 - a. označení fantazijní či smyšlená, *např. KODAK*
 - b. označení obvyklá, avšak s jiným významem
např. CAMEL pro cigarety
 - c. označení náznaková nebo sugestivní

14

Ad 2

- **Rozlišující barevnost**
 1. barvy základní
= **volná** dostupnost každému
 2. zvláštní odstíny barev
= **monopol** známkoprávní

15

Ad 2 PŘÍPAD JAWA

Označení JAWA pro motocykly
z iniciál jmen původních vlastníků

✗

zamítnutí přihlášky ochranné známky v Indii
z důvodu druhového označení
„jawa“ v jednom bengálském nářečí = jezdit

16

Ad 2 PŘÍPAD ŽLUTÉ BARVY

Žlutá barva představuje pro průměrného spotřebitele jednu ze základních barev, kterou si přihlašovatel nemůže přivlastňovat pro veškeré známky týkající se výrobků ve třídách, pro které je žádána ochrana.

17

Ad 2

- **Volné značky bez rozlišovací způsobilosti známkoprávní**
např. ozubené kolo pro stroje,
✳ *pro mražené potraviny,*
běžné geometrické obrazce, přímky, čáry,
tečky: → ◀ ∪
běžné obaly, matematické symboly
 - ✗ výtvarné ztvárnění (grafické dílo)
 - ✗ průmyslový vzor

18

Ad 2

- **Slogany**
 - ✓ bez známkoprávní rozlišovací způsobilosti, *např. Jsme tu pro Vás! Dokážeme poradit!*
 - ✓ se známkoprávní rozlišovací způsobilostí, *srv. drobná díla literární*

19

Ad 2

- | | |
|---|---|
| • Označení rozlišující
(distinktivní) | • Označení popisné
(deskriptivní) |
| údaj o původu zboží
u osoby | údaj např.
o vlastnosti zboží
nebo o druhu zboží
(generické) |

20

Ad 2 PŘÍPAD POČASÍ

Označení „Počasí“ nemá pro přihlášenou službu „televizní vysílání“ rozlišovací způsobilost, neboť televizní vysílání týkající se stavu nebo předpovědi počasí zajišťují v podstatě všechny televizní stanice. Toto označení tudíž neplní základní funkci ochranné známky, spočívající v rozlišení služeb pocházejících od různých poskytovatelů. Pro jiné výrobky a služby pak takto přesně definovaný pojem může klamat veřejnost o jejich povaze.

Jakl 355.

21

Ad 2 PŘÍPAD INTERNET A SHOPPER

Ze zápisu do rejstříku ochranných známek je vyloučeno označení, jehož význam je všeobecný a které nemá žádné originální znaky, které by mohly individualizovat zboží a služby, pro které je dané označení přihlašováno.

Jakl 391₂



- 3. označení výlučně vlastnosti** výrobku či služby, *např. určení druhu, jakosti, množství, velikosti, účelu, hodnoty, zeměpisného původu, doby výroby či poskytnutí služby aj. vlastnosti,*
kupř. DRY, SELECTED, EXTRA, MINI, MIKRO, SUPER, Speciál, ležák, jarní brambory, židle, instantní káva, PRIMA, nejlepší, ŠUMAVA, alpská

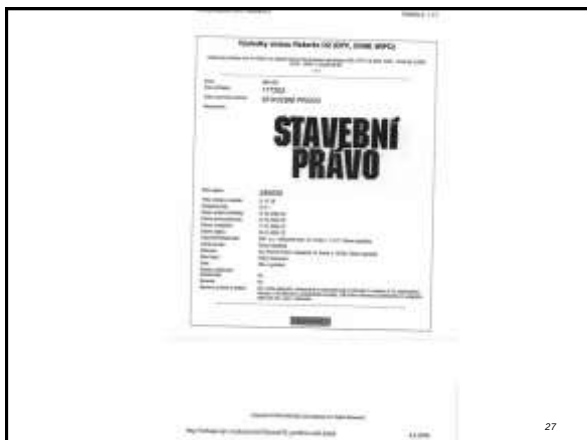
23



- 4. označení výlučně obvyklé** v běžném jazyce nebo v poctivých obchodních zvyklostech *např. běžná slova ze slovní zásoby, kupř. PRÁVNÍK, Made in EU*
- ✗ **důkaz** získání rozlišovací způsobilosti pro výrobky či služby (ad 2. – 4.)
důkazní břemeno přihlašovatele



24



Ad 4

• Hlediska získání rozlišovací způsobilosti

1. vžitost v obchodním styku
 - a. dlouhodobost užívání
 - b. četnost užívání
 - c. způsob užívání
2. jiné

28

Ad 4

PŘÍKLADY

„<http://www.holahej.cz/>“

SAHARA pro sušenky

ARKTIK pro motorový olej

29



5. **označení výlučně tvarem** z povahy výrobku či k technickému výsledku nebo dává výrobku podstatnou užžitnou hodnotu

např. tvar boty pro obuv, tvar baterky pro kapesní svítilny, tvar lahve pro obalové sklo srv. tvar výrobku nebo obalu chráněný průmyslovým vzorem, např. láhev ve tvaru skřítka, zubní kartáček ve tvaru zvířátka srv. možný souběh průmyslového vzoru se známkou

30

Ad 5 PŘÍPAD ZABALENÝCH BONBONŮ

*Pouhý tvar výrobku, který se běžně používá, nedává
označení, tvořenému tímto tvarem, rozlišovací
způsobilost.
Nic neřeší, jestliže je přihláška podána v
barevném
provedení.*

*Rozh. ÚPV O-143720 z 22. 11. 02.*³¹



6. označení v rozporu s:

- a. **veřejným pořádkem**, např. jméno nebo obraz člověka zasloužilého o stát či národ, žijícího či historického, (MASARYK, HUS, KAREL IV.), název či zkratka orgánu veřejné moci (NKÚ) nebo právnické osoby veřejného práva (ČTK, ČT, ČRo)
- b. **dobrými mravy**, např. necudné, hanlivé, lascivní, neslušné, nevkusné, kupř. pornografické, navozující násilí, drogy nebo národní, rasovou či politickou nesnášenlivost

32

Ad 6

• Zásada zužujícího používání překážky veřejného pořádku

- omezení soukromých poměrů
co nejméně (**minimalizace zásahů**
do soukromých poměrů)

33

Ad 6 PŘÍPAD LADY DIANA

*Označení obsahující jména osob, které se
určitým
způsobem zasadily o dění v současném světě,
jsou
vyloučena ze zápisu, neboť jejich použití v
ochranné
známce by se přičilo veřejnému pořádku.*

34

Ad 6 PŘÍPAD MONA LISA

*Slovní označení shodné s názvem všeobecně
známého obrazu neodporuje veřejnému
pořádku ani dobrým mravům,
neboť není v rozporu se žádnými
společenskými ani ústavními zásadami České
republiky.*

z. č. 174/88 Sb.

Jakl 416.

35

Ad 6 PŘÍPAD TESLA

přihláška ochranné známky TESLA

×

Nikola Tesla, známé jméno vynálezce
tesla, jednotka magnetické indukce

↓

vyjádření TEchnika SLAboproudá

36





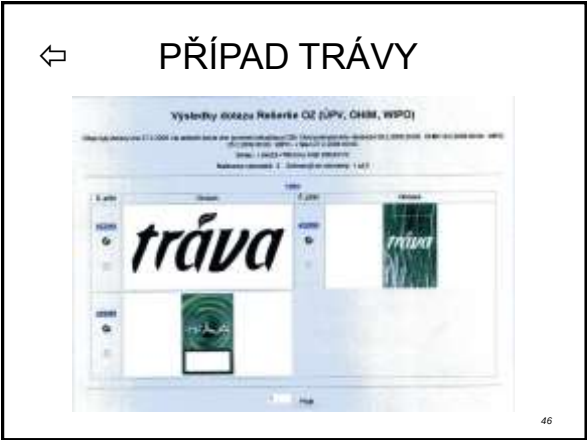
43



44



45



46



47



48

×



49



50



51



52



7. **označení potencionálně klamavé** (deceptivní)
*např. o povaze, podstatě, jakosti, vlastnosti,
zeměpisném původu výrobku či služby,
o trvání již zaniklého podniku,
kupř. VIT bez vitamínů, LACT bez mléka,
HOLLYWOOD pro české filmy, označení
pochvalné (laudatori), jako TOP, UNIVERSUM,
kupř. PARIS pro nepařížskou kosmetiku, ČISTÁ
VLNA, ač i umělá textilní vlákna, nepravdivé
vročení ZAL. 1896, jméno nebo portrét třetí osoby
bez vztahu k výrobku či službě*

54

Ad 7 PŘÍPAD DATA NAROZENÍ MANŽELKY

Přihláška známky:

CANTONA STANDARD ORIGINAL JEANS
QUALITY CLOTHING TRADE MARK CANTONA
PATTERN JEANS MAY 18 1963

- ☛ **způsobilá klamat veřejnost o historii** společnosti (o dni založení společnosti nebo o dni zavedení výroby džínsových oděvů)

- ☛ **zápisná překážka** (rozh. ÚPV: O-152959 z 19. 6. 02)

55

Ad 7 PŘÍPAD TOYOTA

Je-li přihlášené označení součástí obchodního jména světově známé firmy, pod jejímž názvem byly obchodovány různé výrobky, včetně těch, pro které je žádán zápis tohoto přihlašovaného označení, je takové označení spotřebitelskou veřejností také s touto firmou spojováno, čímž může dojít ke klamání spotřebitelů.

56

Ad 7

- **Potencionální klamavost označení**
hlediskem dojem průměrného spotřebitele



- ✓ při obvyklém přehledu a běžné orientaci na trhu s průměrnými znalostmi
- ✓ při běžné informovanosti a přiměřené pozornosti a obezřetnosti



57



8. pro **vína** či **lihoviny** se **zeměpisným označením**, aniž by měly takový původ, *např. MORAVIA pro víno z vinařské oblasti Čechy, TOKAJ pro víno z jiné než maďarské nebo slovenské tokajské oblasti*
9. **označení chráněné** čl. 6 ter PUÚ, **jehož užití je předmětem zvláštního veřejného zájmu**

viz znaky státní svrchovanosti, jako erby a vlajky, a zavedené úřední, zkušební, puncovní a záruční značky, kupř. ČSN, DIN, ESC, erby, vlajky aj. symbolické znaky, kupř. akronymy, mezinárodních organizací, kupř. UN, UNESCO, WIPO, WTO aj.

✗ souhlas k zápisu

58



59

Ad 9

Srv. z. č. 3/93 Sb., o státních symbolech ČR
z. č. 352/01 Sb., o užívání státních
symbolů ČR

60



61



62



63



64



65



66





←

10. jiné znaky, emblémy a erby, jejichž užití je předmětem zvláštního veřejného zájmu, *např. dopravní značky, olympijská symbolika*

✗ souhlas k zápisu

srv. z. č. 60/00 Sb., o ochraně olympijských symbolik



79



80



11. znak vysoké symbolické hodnoty

i. náboženský symbol

např. ✠ ☩ ☆ ☾ ☪

*jména svatých, zeměpisné údaje
památných míst, kupř. Svatý kopeček,
Kozí hrádek, označení ostatků*

ii. jiný znak této hodnoty

např. skautská lilie

81

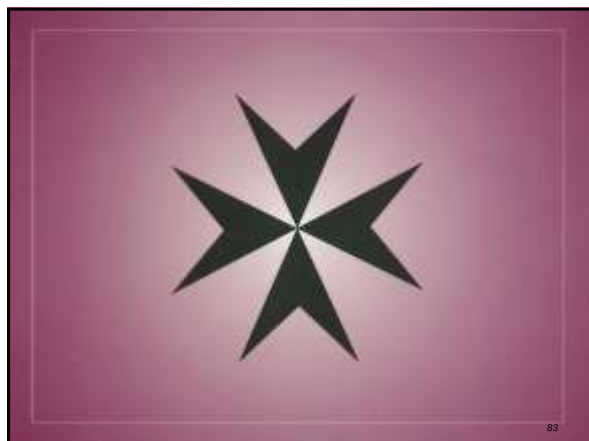


• Stupně symbolické hodnoty znaků

1. vysoký ☛ zápisná překážka
2. střední (běžný)
3. malý

• Posouzení hodnotového významu

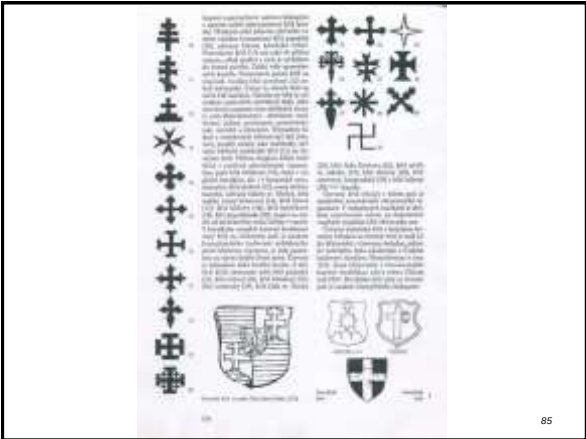
82

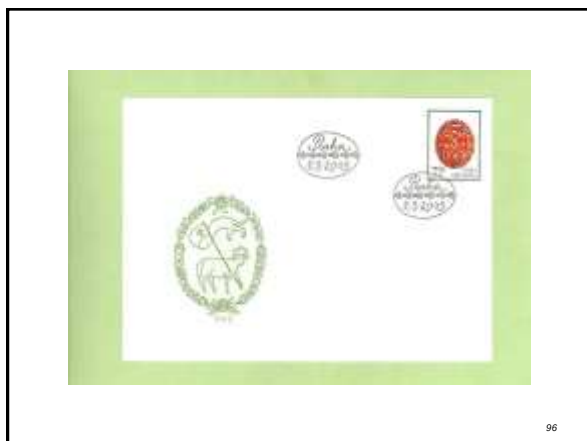


83



84



[illegible][illegible][illegible]



Ad 11 PŘÍPAD PRAŽSKÉHO JEZULÁTKA

Obsahuje-li ochranná známka zobrazení světově známé sošky s bohatou historií, která je součástí kulturního bohatství celého národa, není možné, aby privilegium k využívání tohoto označení s vysokou symbolickou hodnotou bylo přiznáno kterémukoli jedinci, potažmo aby jeho využívání mohlo být na komerční bázi, a proto je užívání takového označení v rozporu se zájmy společnosti.

98
Iakl



Ad 11 PODRUHÉ PŘÍPAD PRAŽSKÉHO JEZULÁTKA

Je-li přihlašovaná ochranná známka tvořena světově známou soškou s bohatou historií, která je součástí kulturního bohatství celého národa, není možné, aby privilegium k využívání tohoto označení s vysokou symbolickou hodnotou bylo přiznáno kterémukoli jedinci.

101





103



• Druhy symbolů

1. náboženské
2. olympijské, viz *právo olympijské symboliky*
3. obchodní, např. *ochranné známky*
4. politické
5. jiné, např. *symboly společné duchovní přitažlivosti, kupř. skautské*

104



12. užívání v rozporu s právním předpisem či mezinárodní smlouvou

viz Ženevské úmluvy z 12. 8. 1949 na ochranu
obětí války (č. 64/54 Sb.) a dodatkové protokoly,
viz z. č. 126/92 Sb., o ochraně znaku a názvu
Červeného kříže a o Československém
červeném kříži

105



13. zjevný nedostatek dobré víry podání příhlášky (*mala fides*)

- přihlašovatel věděl nebo vědět měl či mohl
o právu jiného či o veřejném statku
 - ✗ spekulace na nabídku úplatného
převodu postiženému
 - ✗ parazitování na pověsti
nebo zneužití již získané rozlišovací
schopnosti jiné známky

106



DOBŘÁ VÍRA

- *Bona fides*
stav vlastního upřímného a pevného
přesvědčení o subjektivním právu
nebo o jednání po právu,
pramenícího z objektivně ospravedlnitelných
důvodů,
kdy člověk nevěděl, neměl vědět nebo nemohl
vědět o opaku,
s nímž právní řád spojuje právní následky
např. vydržení práva, *mala fide* závazek vydat i užítky
z bezdůvodného obohacení, zápisná překážka známky.

107

JUDIKATURA: Škoda zápisem

*Tvrdí-li žalobce, že mu zápisem ochranné známky
„AVÍZO
s myšákem“ do rejstříku vznikla škoda, jedná se o
škodu*

nezákonným rozhodnutím.

*Z předcházejícího úředního postupu správního úřadu
nelze*

*vytrhnout část s tím, že v ní došlo k nesprávnému
úřednímu*

*postupu, když nakonec je tvrzeno, že škoda vznikla až
zápisem.*

Nárok na náhradu škody však nelze uplatnit, pokud 108

SPRÁVNÍ PROCES

- **Zvláštní druh správního řízení ve věcech známkových**

zák. o ochr. zn., podpůrně spr. ř.

1. řízení nesporné

- a. přihlašovací
- b. zapisovací ohledně práv vč. vzdání se práv
- c. změnové
- d. poplatkové

109



2. řízení sporné

- a. námitkové
- b. zrušovací
- c. zneplatňovací

110

PŘIHLAŠOVACÍ ŘÍZENÍ

1. **Doručení přihlášky** označení s **právem přednosti** od doručení
2. **Formální průzkum** náležitostí přihlášky a zaplacení správního poplatku
3. **Věcný průzkum** zápisné způsobilosti
4. **Zveřejnění přihlášky** ve Věstníku ÚPV
5. Event. **připomínky**
6. Event. **námítky**
7. **Zápis** označení do rejstříku ochranných známek s účinky od zápisu; platnost 10 let od doručení přihlášky
8. **Oznámení zápisu** ve Věstníku ÚPV

111

IN DUBIO MITIUS

*Vzniknou-li v průběhu řízení pochybnosti,
nechť je rozhodnuto nikoliv k tíži
přihlašovatele.*

Jakl 104.

112

ABSOLUTNÍ PRÁVO PŘEDNOSTI

- **Vznik**
- 1. ze zákona doručením přihlášky
- 2. úředním přiznáním práva přednosti z první přihlášky ve členském státě Unie na ochranu průmyslového vlastnictví nebo WTO (unijní priorita) či dle vzájemnosti; důkazem **prioritní doklad** bez ohledu na výsledek řízení o první přihlášce

113

PROCESNÍ ZASTOUPENÍ

- **Bez povinného procesního zastoupení**
- 1. advokátem
- 2. patentovým zástupcem
- ✗ povinné procesní zastoupení zahraniční osoby

114



3. ČÁST

ÚČINKY OCHRANNÉ ZNÁMKY

116

PŘÁVA Z OCHRANNÉ ZNÁMKY

1. výlučné (monopolní) **právo užívací** ve spojení s výrobky či službami, pro něž je chráněna
2. **právo zápovědi** užívat v **obchodním styku** shodné nebo podobné označení)
3. **právo zakázat užívání** nehodným obstaravatelem zápisu
4. **právo dispoziční**

117

MRAVNÝ VÝKON PRÁV

- **Generální legální příkaz**
výkonu práv v souladu s dobrými mravy a oprávněným zájmy jiných

§ 3/1 o. z.

118



4. ČÁST

SHODNOST NEBO PODOBNOST OCHRANNÝCH ZNÁMEK

TEST PRAVDĚPODOBNOSTI ZÁMĚNY OCHRANNÝCH ZNÁMEK

120

ÚČEL

- ✓ **Ochrana hospodářské investice**
do vybudování a udržování značky na trhu
 - ☛ požadavek **právního bezpečí**
obecná pravidla ☛ *case-by-case law*
 - ☛ požadavek **hospodářského bezpečí**
- ✓ **Ochrana spotřebitele** na trhu

121

PRÁVNĚ GLOBALIZOVANÉ PRÁVNÍ SMYŠLENKY

- **Účelem objektivizace působení pojmů**
X svévole
- **Obsahem:**
 1. právní doktríny
 2. judikatury
 3. zákonodárství

122

DRUHY

1. rozumný zákonodárce
2. rozumný člověk (člověk průměrného rozumu)
viz např. návrh o. z.
3. průměrný spotřebitel
viz právo známkové ⇒
4. informovaný uživatel
viz právo průmyslových vzorů
5. odborník
viz právo patentové

123

PRŮMĚRNÝ SPOTŘEBITEL ⇒

- **Smyšlenka** (fikce) **průměrného** (běžného) **spotřebitele** (*the average consumer*),
který přichází do styku s určitými výrobky
či službami a který je běžně informovaný
(*reasonably well-informed*) a přiměřeně
pozorný
a obezřetný (*reasonably observant and
circumspect*)
- **Stupně zkušenosti spotřebitele**
vzhledem k druhu výrobků nebo služeb:
 1. spotřebitel bez **profesionální znalosti**
 2. spotřebitel s **profesionální znalostí**

124



POJMOVÉ ZNAKY

1. **přiměřeně informovaný**
2. **přiměřeně pozorný**
3. **přiměřeně obezřetný** i vzhledem k druhu výrobku
či služby, *např. finanční služby*
4. **bez možnosti přímého srovnání** známek
a výrobků či služeb **vedle sebe**, tj. při vnímání jedné
po druhé s časovým odstupem
5. **vjemově zaměřený na celek** bez zabývání se
posuzováním různých detailů
6. **dojem okamžitý** bez rozboru

125



126



- **bez** nutnosti znaleckého posudku nebo výzkumu veřejného mínění

SD ES C-210/96 z 16. 7- 98:

Gut Springenheide GmbH and Rudolf Tusky v.

Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt – Amt für Lebensmittel übewachung

127



- **Objektivní měřítko**

srv. též fikci průměrného, rozumně uvažujícího čtenáře, diváka nebo posluchače v právu osobnostním, mediálním nebo soutěžním, *např. u nadsázky, satiry či reklamního přehánění*

128



Průměrný spotřebitel, „který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory,“ „Pojem průměrného spotřebitele není statistickým pojmem.“

rec. (18) směř. o nekalých obch. prakt., 29/2005 Ú. v.

131

⇐ VADY PRÁVNÍHO POSOUZENÍ

1. zjištění **úmyslu** nebo **znalosti konkrétní** osoby spotřebitele
2. zjištění **vnímání konkrétní** osoby spotřebitele
3. odvolání se na vlastní **subjektivní charakteristiky** osoby soudce, *např. na své vlastní znalosti, vzdělání, spotřebitelské návyky a upřednostňování*

130

JUDIKATURA 1

Kritériem pro zjištění zaměnitelnosti ochranné známky je hledisko průměrného spotřebitele, resp. způsobilost upoutat jeho pozornost.

Jakl 219.

131

JUDIKATURA 2

Průměrným spotřebitelem v prostředí Internetu je věcí znalý návštěvník webových stránek. Již „průměrný“ uživatel internetu (a tedy i potencionální návštěvník stránek účastníků řízení) si je vědom důležitosti každého písmene, číslice a znaménka v označení jakékoli adresy v internetové síti, a tedy i nezbytnosti naprosto přesného užití určitého doménového jména k otevření jím výhradně žádaných webových stránek (pokud

132

SHODNOST NEBO PODOBNOST

- **Opak odlišnosti** (rozlišovací účelu)
- **Shodnost** (identita) **známky a shodnost výrobků či služeb s pravděpodobností záměny na straně veřejnosti**
 - ☛ důvod nezapsání a důvod zneplatnění
 - ☛ námitkový důvod
- **Podobnost známky a podobnost výrobků či služeb s pravděpodobností záměny na straně veřejnosti**
 - ☛ námitkový důvod

133

PRÁVNÍ VÝZNAM

1. právo **známkové**, viz *důvod zápisné nezpůsobilosti, známkové účinky*
 2. právo **nekalosoutěžní**
-
1. právo **mezinárodní**
 2. právo **komunitární**
 3. právo **vnitrostátní**

134

PRÁVNÍ POSOUZENÍ

- **Mimosoudní**
 1. narovnáci (dohoda o narovnání)
 2. konciliační (prostředník ke komunikaci)
 3. mediační (prostředník s návrhem)
 4. rozhodčí (rozhodce s nálezem)
- **Soudní v civilním řízení sporném**
 1. ochrana práva známkového
 2. ochrana práva před nekalou soutěží

135



- **Správní ve správním řízení sporném**
WIPO, OHIM, ÚPV
- **Soudní v komunitárním řízení** o předběžné otázce, *např. o výkladu směrnice na návrh soudu státu ES*, nebo **v soudním přezkumu správních rozhodnutí** SD ES, Soud prvního stupně SD ES v Lucemburku MS v Praze, NSS v Brně

136



- ☛ požadavek **jednotného výkladu** právního řádu a neurčitých právních pojmů
↓
požadavek mezinárodně a komunitárně **konformního** výkladu českého zákona
- **Judikatura SD ES**
a Soudu prvního stupně SD ES

137



PRÁVNÍ OTÁZKA



- **Právní kvalifikace** známek a výrobků či služeb co do jejich shodnosti nebo podobnosti s vyvoláním pravděpodobnosti záměny
srv. právní kvalifikaci dobrých mravů soutěže
 - ✗ dokazování skutku, *např. již nastalého skutku záměny na straně veřejnosti*
- **Důkazní břemeno jen u skutkových tvrzení**
- **Právní otázka i předběžná**

138



?

- **Formulace právní otázky:**

*„Zda na **straně veřejnosti** existuje **pravděpodobnost záměny** ochranné známky (...) a (...) z důvodu jejich podobnosti a z důvodu podobnosti výrobků nebo služeb, pro něž jsou všeobecně známy nebo zapsány či přihlášeny?“*

139

VĚDECKÉ METODY

- **Věda známkového práva:** součást právní vědy
 1. **popisná** metoda
 2. **srovnávací** metoda
 3. **metoda vnímání** fiktivním průměrným spotřebitelem
 4. **celkové hodnotící** metoda
 - ☛ právní **poznání** shodnosti nebo podobnosti
- **Právo vědní** Test pravděpodobnosti záměny ochranných známek; srv. např. Test poměrnosti cíle a prostředku, Test pojmových znaků autorských děl, trojstupňový test podle a. z. aj. vědecké testy
 - ☛ **přezkoumatelnost** závěru

140

ZNÁMKOVÉ TESTY VĚDECKÉ

1. **Test pravděpodobnosti záměny**
pro účely práva známkového
 2. **Test vyvolání nebezpečí záměny nebo klamných představ**
pro účely práva proti nekalé soutěži
 3. **Test snadné zaměnitelnosti**
pro účely práva trestního
- ☛ „odmystičtění“ legislativně právních pojmů

141

SOUVZTAŽNÉ PRÁVNÍ POJMY

1. shodnost známek a
 2. shodnost výrobků či služeb a (ES: předpoklad pravděpodobnosti záměny na straně veřejnosti v **důsledku obojí shodnosti** (*double identity test*))
1. podobnost známek a
 2. podobnost výrobků či služeb a
 - ☛ pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti v **důsledku obojí podobnosti** (*double similarity test*)

142

SHODA

- *Identity* = **naprostá** (úplná) **shoda**

1. slovní
2. obrazová (zraková)
3. výslovnostní
4. významová
5. výrobků či služeb

✗ podobnost

143

PŘÍKLADY SHODY ZNÁMEK

- pouze odlišná velikost prostorových známek (*3D marks*), např. *postavy na karosérii vozidla*
- pouze různé typy běžného písma nebo běžné velikosti písma
- pouhá záměna běžných velkých a malých písmen
- pouhé zbarvení černobíle zapsané známky

☛ **shoda známek**

144

PODOBNOST

- *Similarity*
 1. ve známkovém motivu
 2. ve známkovém prvku
 3. ve výrobcích nebo službách, pro něž je známka zapsána

= **předměty** vědeckého porovnání

145

ZÁSADY

- **Zásada shodnosti známek**
 1. shodnost ve všech známkových prvcích
- **Zásady podobnosti známek**
 1. čím podobnější, tím větší pravděpodobnost záměny
 2. čím větší rozlišovací způsobilost staré známky, tím větší pravděpodobnost záměny s ní
 3. vyšší stupeň podobnosti známek lze vyvážit nižším stupněm podobnosti výrobků či služeb a naopak

146

PODOBNOST ZNÁMEK

- **Hlediska běžného spotřebitele** při průměrné paměti a průměrném smyslu pro detail
 1. **hledisko zrakové** (vizuální)
 - i. vzhled
 - ii. obsah a rozložení obrazových prvků
 2. **hledisko výslovnostní** (fonetické): počet slov, shodnost nebo podobnost jednotlivých slov, počet a shodnost slabik, shodnost předpon, přípon a kmenů slov, shodnost výslovnostní struktury slov, *kupř.* **FEMME – FAM**, shodné nebo výslovnostně podobné souhlásky, shodné nebo podobné samohlásky aj.

147



3. **hledisko významové** (sémantické)
např. synonymní význam slova nebo obrazu
4. **hledisko seznamu výrobků nebo služeb**
5. **hledisko stupně podobnosti** (zřejmost rozlišení)
6. **hledisko celkového dojmu**
7. **jiné**
 - i. doba užívání na trhu
 - ii. územní rozsah užívání
 - iii. součást známkové řady
 - iv. známost na trhu aj.

148



- **Celkové hodnocení ukazatelů jednotlivě a v jejich vzájemné souvislosti** (*global assessment*)
 - ☛ možné převážení i jen 1 hlediska
- **Podobnost kombinované známky**
 - ✓ podobnost **slovního** prvku
 - ☛ způsobilost slovního prvku **zvukové** reprodukce
 - ✓ podobnost **obrazového** prvku
 - ✓ podobnost **kombinace** těchto prvků

149



- **Stupeň podobnosti známek:**

rozdíl mezi známkami je tak **malý** (běžně nezřejmý), že běžný spotřebitel by mohl známky snadno vzájemně **zaměnit** nebo si je snadno **splést**, a tak být uveden v omyl (zmaten) o původu výrobků či služeb u osob

 - ☛ **pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti** pokud jde o podobnost známek
 - ☛ **snadná zaměnitelnost** s trestními důsledky

150

Metropolis v. BRNĚNSKÝ METROPOLITAN

starší kombinovaná ochranná známka

Metropolitan,

zapsaná pro časopisy (16),

v.

přihlášená kombinovaná ochranná známka

BRNĚNSKÝ METROPOLITAN,

přihlášená pro časopisy (16)

151



152



153



154



155



KOVO v. Koyo

namítaná starší slovní grafická ochranná známka
KOVO,
zapsaná pro mj. stroje a součástky strojů
a přístrojů a strojní příslušenství (7)
v.
přihlášená ochranná známka
Koyo,
přihlášená pro mj. hnací hřídele, spojky, hnací
převody (7), (12)

157



158



159



160



PODOBNOST VÝROBKŮ NEBO SLUŽEB

- Význam**
zapsaná známka je chráněna **pouze** pro výrobky
či služby, **pro něž** je zapsána,
a ve státě, **pro něž** je zapsána
- Pojem**
= stejnost nebo blízkost **podstatných znaků**
výrobků či služeb
 - představa u průměrného spotřebitele,
že pocházejí od téže osoby
*např. od téhož výrobce oděvů, od téhož
ubytovatele, dopravce aj.*

162



VÁŽENÁ HLEDISKA

1. povaha výrobků či služeb z obchodního hlediska

- i. složení, *např. chemické*
- ii. principy fungování
- iii. fyzikální vlastnosti jako míra, hmotnost a tvar
- iv. způsob výroby či služby, *např. rukodělný*
- v. převažující surovina
- vi. užitná hodnota
- vii. vzhled
- viii. cena
- ix. vžitost
- x. příznačnost
- xi. proslulost aj.

163



2. **určení** (zamýšlený účel), *např. k čištění nábytku*
3. **způsob užití**, *např. nošení oděvu či telefonování*
4. **doplňující se** (komplementární) **povaha**
 - ☛ představa o stejné odpovědnosti původce za ně
5. **soutěžní povaha** (vzájemná vyměnitelnost)
6. **způsoby rozšiřování** (distribuční kanály)
např. umístění ve stejném obchodě, zásilkovým nebo podomním prodejem

164



7. **významná veřejnost** (*relevant public*)
viz skuteční nebo potencionální zákazníci
8. **požadavek** na zvláštní nebo odborné **znalosti**
spotřebitele
9. **související spotřebitelské** zvyklosti
10. **obvyklý původ výrobků či služeb**, *např. výrobní nebo obchodní tradice, podnik, místo výroby*
11. **obvyklé zpracování**, *např. tradiční*
12. jiné

165

PŘÍKLAD

výrobek náhradní díly pro automobily (9)
běžně podobný
servisu a opravám automobilů (37)



166

MEZINÁRODNÍ TŘÍDĚNÍ VÝROBKŮ A SLUŽEB

• Administrativní zatřídění známek pro účely rejstříkových zápisů

Niceská úmluva o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek (1957)

(č. 118/79 Sb. a 77/85 Sb.)

- ☛ 34 tříd výrobků, 11 tříd služeb
- ☛ **právní význam pouze administrativní**
- ✗ známkoprávní shodnost nebo podobnost výrobků či služeb

167

PŘÍPAD MEZINÁRODNÍHO TŘÍDĚNÍ

Rozdělování výrobků a služeb do tříd podle Mezinárodního třídění výrobků a služeb je pro průměrného spotřebitele nepodstatné, neboť zpravidla o tomto zatřídění ani neví a druh výrobků a služeb vnímá podle jiných kritérií, jako je zejména jejich účel a použití.

Rozh. ÚPV O-170295

SPRÁVNÍ EXKURS

- **Správní zatřídění periodického tisku**
pro účely veřejnoprávní evidence
periodického tisku, vedené MK

např. obecní zpravodaje, ostatní tisk

- ☛ **právní význam pouze evidenční**

169

PRAVDĚPODOBNOST ZÁMĚNY NA STRANĚ VEŘEJNOSTI

- *Likelihood of confusion*
objektivní způsobilost známky reálně vyvolat
potencionální nebezpečí domněnky
veřejnosti, že různé výrobky či služby
pocházejí od stejné osoby z **důvodu**
shody nebo podobnosti známek a výrobků
či služeb (**nebezpečí matení**) = **újma**
- ✓ **veřejnost**
význam vzhledem k výrobkům nebo službám

170

HLEDISKA NA STRANĚ VEŘEJNOSTI

1. **povědomí veřejnosti** o známce na trhu a o její
známosti
2. **povědomí veřejnosti** o výrobcích či službách na trhu
3. **vyvolatelné představa** (asociace) o souvislosti
4. **stupeň podobnosti** známek
5. **stupeň podobnosti** výrobků či služeb
6. **celkový vjem** fiktivního průměrného **spotřebitele**,
který mu utkví v paměti
srv. výrazný, převládající, známkový prvek
7. **dojem propojenosti**, *např. koncernový*
8. jiné

171



např. soudce nebo úředník objektivizuje
fiktivního průměrného spotřebitele

- ☛ soudní nebo správní posouzení
vlastností známek a výrobků či služeb
*srv. např. posouzení vědecké
bezúhonnosti člověka*

172



PŘÍČINY

1. shodnost **nebo**
 2. podobnost
- a to:
1. známek **a současně**
 2. výrobků či služeb

173



DRUHY

1. **pravděpodobnost asociace** se starší
známkou
(vyvolání představy o souvislosti s ní)
2. **nevyhnutelná** pravděpodobnost záměny
shodných známek nebo výrobků či služeb
3. **možná** pravděpodobnost záměny **podobných**
známek nebo výrobků či služeb

174

⇐ MÍRA PRAVDĚPODOBNOSTI

1. **stupeň pozornosti** spotřebitele podle druhu spotřebitele běžného nebo profesionála (pozornějšího)
2. **koexistence** konfliktních známek na trhu
3. jiné

175

SNADNÁ ZAMĚNITELNOST

- **Trestněprávní pojem**
trestný čin porušování práva k ochranné známce, obchodnímu jménu a chráněnému označení původu § 150/1 tr. z.
 - neoprávněné označení výrobků či služeb známkou **snadno zaměnitelnou** s ochrannou známkou

176



1. **Zaměnitelnost** známek z důvodu:
 - a. shody známek
 - b. shody výrobků či služeb
2. **Snadná zaměnitelnost** známek z tohoto důvodu
 - neoprávněnost označení

177



- **Stupeň zaměnitelnosti**
 - a. **snadná**
 - b. **nesnadná**, vyžadující např. vyšší nežli běžnou pozornost, odbornou znalost nebo větší zkušenost oproti pouhému běžnému spotřebitelskému vnímání

178

PŘÍPAD ARCIBISKUPSKÝCH SKLEPŮ

zapsaná ochranná známka Arcibiskupské vinné sklepy
v.
nezapsané označení Arcibiskupské sklepy Kroměříž
na mešním víně
⇓
snadná zaměnitelnost
⇓
trest odnětí svobody na 8 měsíců s podmíněným odkladem na 15 měsíců

KS v Brně 7 To 571/03-557 z 5. 2. 2004

179



180



EXKURS: ÚDAJ O VLASTNOSTI VÍNA

- **Vlastnost vína** na etiketě
např. mešní víno, košer víno
- písemný **souhlas** příslušné církve
nebo náboženské společnosti;
předchozí souhlas k uvádění vína
do oběhu

z. č. 321/04 Sb., o vinohradnictví a vinařství

EXKURS: NEKALÁ SOUTĚŽ

- **Možný jednočinný skutkový souběh s právem známkovým**
- **Delikt nekalé soutěže**
- **Generální klausule**

§ 44 obch. z.





- **Delikt vyvolání nebezpečí záměny**
 - = zvláštní skutková podstata
 - nekalé soutěže (**delikt**),
 - a to užitím označení **příznačných**
 - v **zákaznických** kruzích pro určitý podnik
 - či závod se způsobilostí vyvolání nebezpečí
 - záměny nebo klamné představy o spojení
- § 47/b obch. z.

KOFČA v. KOLČA

Užití slovního, hovorového, **nezapsaného** zvláštního **označení** nealkoholického nápoje KOFČA, **příznačného** pro výrobní podnik *Kofoly*, a. s., vedle používání všeobecně známých zapsaných ochranných známek známkové řady KOFOLA, v hospodářské soutěži,

v.

užití slovní **zapsané** ochranné známky KOLČA
pro podobné nealkoholické nápoje (32)

- vyvolání **nebezpečí záměny** nebo
- vyvolání **klamně představy o spojení** s podnikem nebo nealkoholickými nápoji kolového druhu jiného soutěžitele



↩ DALŠÍ DELIKTY NEKALÉ SOUTĚŽE

- **Srovnávací reklama** vedoucí k **vyvolání nebezpečí záměny** na trhu mezi ochrannou známkou podporovaného soutěžitele a známkou jiného
§ 50a/d) obch. z.
- **Srovnávací reklama** **zlehčováním** ochranné známky
§ 50a/e) obch. z.
- **Srovnávací reklama** **nabízením zboží či služby jako napodobení či reprodukci** zboží či služeb označovaných **ochrannou známkou**
§ 50a/h) obch. z.



5. ČÁST

VŠEOBECNĚ ZNÁMÁ ZNÁMKA A ZNÁMKA S DOBRÝM JMÉNEM

Z DĚJIN ROZŠÍŘENÉ OCHRANY

- **Československo a Česko**
 - 1988 proslulá známka
 - 1995 všeobecně známá známka
 - 2003 všeobecně známá známka známka s dobrým jménem

ZNÁMKA VŠEOBECNĚ ZNÁMÁ

- *Well-known trade mark, la marque notoire*
známkoprávní ochrana již všeobecnou známostí
bez ohledu na zápis do rejstříku

Známka chráněna pro ty **shodné** nebo **podobné** výroby
či služby, **pro něž** je všeobecně známa (homogenita)

- ✓ **právně silná známka** (lepší známkové právo)
odlišuje shodné nebo podobné výrobky či služby
původce, **pro něž** se stala v příslušném okruhu
veřejnosti všeobecně známou

199



čl. 6 bis *Pařížské unijní úmluvy na ochranu
průmyslového vlastnictví* (od 1925):

známka, o níž je všeobecně známo,
že je již známkou určité osoby a užívanou
pro výrobky či služby pocházející od této
osoby.

- **Účelem chránit nezapsané označení,**
je-li všeobecně známé, před zneužitím

200

PŘÍKLADY VŠEOBECNĚ ZNÁMÝCH ZNÁMEK

- **Území Česka** (nezapsané i zapsané)
např. BMW, NESTLÉ, NOKIA, ZARA, PERSIL,
TESCO, James Bond, BOSS, McDONALD`S,
Harry Potter

FEBIO, ŠKODA, ŠKODA AUTO, TESLA, BAŤA,
Česká soda, Kdo je kdo, Slunce v duši,
Mucha, STROJEXPORT, KOFOLA, JAWA,
duhová energie

201



202



203



204

OCHRAŇNÉ ZNAMKY	
Tlačiarstvo na vlnitej papieri	
Obchodná známka spoločnosti: STC Communications, s.r.o. (IČO: 40683100) Hlavné sídlo: STC, s.r.o. (IČO: 40683100) (Slovakia) Bratislava, Slovensko IČO: 40683100 Zastupujúci: STC, s.r.o. (IČO: 40683100) Bratislava, Slovensko IČO: 40683100	
0001 0002: Popis značiek 0003: Registrácia značiek	0004: STC 0005: STC
	
0101: Titul stránok 0102: Titul stránok a titulky 0103: Titulky stránok 0104: Titulky stránok 0105: Titulky stránok 0106: Titulky stránok 0107: Titulky stránok 0108: Titulky stránok 0109: Titulky stránok 0110: Titulky stránok 0111: Titulky stránok 0112: Titulky stránok 0113: Titulky stránok 0114: Titulky stránok 0115: Titulky stránok 0116: Titulky stránok 0117: Titulky stránok 0118: Titulky stránok 0119: Titulky stránok 0120: Titulky stránok 0121: Titulky stránok 0122: Titulky stránok 0123: Titulky stránok 0124: Titulky stránok 0125: Titulky stránok 0126: Titulky stránok 0127: Titulky stránok 0128: Titulky stránok 0129: Titulky stránok 0130: Titulky stránok 0131: Titulky stránok 0132: Titulky stránok 0133: Titulky stránok 0134: Titulky stránok 0135: Titulky stránok 0136: Titulky stránok 0137: Titulky stránok 0138: Titulky stránok 0139: Titulky stránok 0140: Titulky stránok 0141: Titulky stránok 0142: Titulky stránok 0143: Titulky stránok 0144: Titulky stránok 0145: Titulky stránok 0146: Titulky stránok 0147: Titulky stránok 0148: Titulky stránok 0149: Titulky stránok 0150: Titulky stránok 0151: Titulky stránok 0152: Titulky stránok 0153: Titulky stránok 0154: Titulky stránok 0155: Titulky stránok 0156: Titulky stránok 0157: Titulky stránok 0158: Titulky stránok 0159: Titulky stránok 0160: Titulky stránok 0161: Titulky stránok 0162: Titulky stránok 0163: Titulky stránok 0164: Titulky stránok 0165: Titulky stránok 0166: Titulky stránok 0167: Titulky stránok 0168: Titulky stránok 0169: Titulky stránok 0170: Titulky stránok 0171: Titulky stránok 0172: Titulky stránok 0173: Titulky stránok 0174: Titulky stránok 0175: Titulky stránok 0176: Titulky stránok 0177: Titulky stránok 0178: Titulky stránok 0179: Titulky stránok 0180: Titulky stránok 0181: Titulky stránok 0182: Titulky stránok 0183: Titulky stránok 0184: Titulky stránok 0185: Titulky stránok 0186: Titulky stránok 0187: Titulky stránok 0188: Titulky stránok 0189: Titulky stránok 0190: Titulky stránok 0191: Titulky stránok 0192: Titulky stránok 0193: Titulky stránok 0194: Titulky stránok 0195: Titulky stránok 0196: Titulky stránok 0197: Titulky stránok 0198: Titulky stránok 0199: Titulky stránok 0200: Titulky stránok 0201: Titulky stránok 0202: Titulky stránok 0203: Titulky stránok 0204: Titulky stránok 0205: Titulky stránok 0206: Titulky stránok 0207: Titulky stránok 0208: Titulky stránok 0209: Titulky stránok 0210: Titulky stránok 0211: Titulky stránok 0212: Titulky stránok 0213: Titulky stránok 0214: Titulky stránok 0215: Titulky stránok 0216: Titulky stránok 0217: Titulky stránok 0218: Titulky stránok 0219: Titulky stránok 0220: Titulky stránok 0221: Titulky stránok 0222: Titulky stránok 0223: Titulky stránok 0224: Titulky stránok 0225: Titulky stránok 0226: Titulky stránok 0227: Titulky stránok 0228: Titulky stránok 0229: Titulky stránok 0230: Titulky stránok 0231: Titulky stránok 0232: Titulky stránok 0233: Titulky stránok 0234: Titulky stránok 0235: Titulky stránok 0236: Titulky stránok 0237: Titulky stránok 0238: Titulky stránok 0239: Titulky stránok 0240: Titulky stránok 0241: Titulky stránok 0242: Titulky stránok 0243: Titulky stránok 0244: Titulky stránok 0245: Titulky stránok 0246: Titulky stránok 0247: Titulky stránok 0248: Titulky stránok 0249: Titulky stránok 0250: Titulky stránok 0251: Titulky stránok 0252: Titulky stránok 0253: Titulky stránok 0254: Titulky stránok 0255: Titulky stránok 0256: Titulky stránok 0257: Titulky stránok 0258: Titulky stránok 0259: Titulky stránok 0260: Titulky stránok 0261: Titulky stránok 0262: Titulky stránok 0263: Titulky stránok 0264: Titulky stránok 0265: Titulky stránok 0266: Titulky stránok 0267: Titulky stránok 0268: Titulky stránok 0269: Titulky stránok 0270: Titulky stránok 0271: Titulky stránok 0272: Titulky stránok 0273: Titulky stránok 0274: Titulky stránok 0275: Titulky stránok 0276: Titulky stránok 0277: Titulky stránok 0278: Titulky stránok 0279: Titulky stránok 0280: Titulky stránok 0281: Titulky stránok 0282: Titulky stránok 0283: Titulky stránok 0284: Titulky stránok 0285: Titulky stránok 0286: Titulky stránok 0287: Titulky stránok 0288: Titulky stránok 0289: Titulky stránok 0290: Titulky stránok 0291: Titulky stránok 0292: Titulky stránok 0293: Titulky stránok 0294: Titulky stránok 0295: Titulky stránok 0296: Titulky stránok 0297: Titulky stránok 0298: Titulky stránok 0299: Titulky stránok 0300: Titulky stránok 0301: Titulky stránok 0302: Titulky stránok 0303: Titulky stránok 0304: Titulky stránok 0305: Titulky stránok 0306: Titulky stránok 0307: Titulky stránok 0308: Titulky stránok 0309: Titulky stránok 0310: Titulky stránok 0311: Titulky stránok 0312: Titulky stránok 0313: Titulky stránok 0314: Titulky stránok 0315: Titulky stránok 0316: Titulky stránok 0317: Titulky stránok 0318: Titulky stránok 0319: Titulky stránok 0320: Titulky stránok 0321: Titulky stránok 0322: Titulky stránok 0323: Titulky stránok 0324: Titulky stránok 0325: Titulky stránok 0326: Titulky stránok 0327: Titulky stránok 0328: Titulky stránok 0329: Titulky stránok 0330: Titulky stránok 0331: Titulky stránok 0332: Titulky stránok 0333: Titulky stránok 0334: Titulky stránok 0335: Titulky stránok 0336: Titulky stránok 0337: Titulky stránok 0338: Titulky stránok 0339: Titulky stránok 0340: Titulky stránok 0341: Titulky stránok 0342: Titulky stránok 0343: Titulky stránok 0344: Titulky stránok 0	

[illegible][illegible]

OCHRANÉ ZNÁMKY TRADITIONELLE KAFFEEPLANTAGEN Kaffeeplantagen der Elfenbeinküste Rechtsinhaber dieser Marke ist diejenige Person, die sich als Inhaber dieser Marke bei der zuständigen Behörde anmelden lässt. Die Inhaber dieser Marke sind berechtigt, diese Marke auf allen Produkten zu verwenden, die unter dieser Marke hergestellt werden.	
Titel/Name: Nachname: Vorname:	04235 Produkt: <i>Importierte Kaffeebohnen</i> 
Titel/Name: Nachname: Vorname:	04236 Produkt: <i>Importierte Kaffeebohnen</i> 

[illegible][illegible]

JUDIKATURA 1

Při posouzení všeobecné známosti ochranné známky je třeba brát v úvahu takové faktory jako je doba a intenzita užívání, pověsti o známosti ochranné známky, její hodnotě, rozsahu a délce ochrany. Odborné časopisy, které byly do České republiky dodávány v nevelkém počtu pro úzký okruh spotřebitelů, tyto skutečnosti prokázat ²¹¹

JUDIKATURA 2

Všeobecnou známost ochranné známky lze dokázat masovou a opakovanou reklamou v tisku, rozhlasu nebo hromadným prodejem v široké distribuční síti, nikoli však interními obchodními materiály, jako jsou podnikové výroční zprávy, kopie faktur apod. Těmito doklady nelze ani prokázat rozlišovací způsobilost ochranné známky ²¹²

HLEDISKA



1. Kvantitativní

- stupeň známosti nebo rozpoznání příslušnou veřejností na podstatné části území státu ochrany
- poměr skutečné známosti a stupně známosti, jaký by měl ideálně být, aby šlo o známost všeobecnou (dostatečný podíl příslušné veřejnosti, již je známo, že známka někomu patří, resp. že patří někomu jinému)

213



- doba, rozsah a zeměpisný dosah jakékoli propagace známky vč. reklamy a předvedení na veletrzích nebo výstavách ve vztahu k výrobkům či službám, na něž se známka vztahuje (důsledek propagace na příslušné části veřejnosti)
- doba a zeměpisný rozsah jakéhokoli zápisu nebo přihlášky známky v rozsahu, v jakém vyjadřují její užívání nebo rozpoznání

214



- zaznamenaná úspěšná uplatnění práva ke známce, zejm. v rozsahu, v jakém byla uznána za všeobecně známou příslušným orgánem

215



2. Jakostní (kvalitativní)

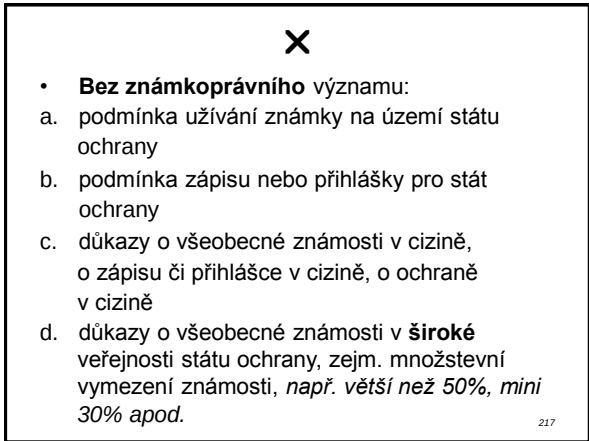
- hodnota vybavená příslušnou veřejností v souvislosti se známkou

3. Jiná pomocná hlediska

• Posouzení známkoprávního stavu:

Jeden činitel sám o sobě, kombinace s jiným nebo s více činiteli

216



PŘÍSLUŠNÁ ČÁST VEŘEJNOSTI

1. skuteční nebo potencionální spotřebitelé výrobků či služeb, na něž se známka vztahuje
2. osoby zahrnuté v distribučních kanálech výrobků či služeb, na něž se známka vztahuje
3. obchodní kruhy nakládající s výrobky či službami, na něž se známka vztahuje

222

DŮKAZ SKUTKU

- **Důkaz skutku** získání **všeobecné známosti jen ve vztahu** k namítané známce; proveden v příslušném správním řízení

(např. rozh. ÚPV: O-164691 z 18. 8. 03: všeobecná známost známek známkové řady KOFOLA)

srv. podobně důkaz dobrého jména

- **Důkazy skutku** (skutková otázka) ➡

223

NÁMITKOVÝ DŮVOD

1. **shodnost** nebo **podobnost** známek, z nichž starší je všeobecně známá, a
2. **shodnost** nebo **podobnost** výrobků či služeb, na něž se vztahuje

- ☛ **pravděpodobnost záměny** na straně veřejnosti

224



225

ZNÁMKA S DOBRÝM JMÉNEM

- *Trade mark with reputation*
 1. zapsaná® národní nebo Společenství
 2. nezapsaná i zapsaná všeobecně známá
- ✓ **právně silná známka** (lepší známkové právo) **odlišuje** výrobky nebo služby vlastníka od jiných výrobků nebo služeb **bez ohledu** na jejich shodu nebo podobnost (chráněna pro **veškeré** výrobky či služby)

226

ZDROJE

1. čl. 16/3 TRIPS (způsobem zesílení všeobecně známých známek)
2. nř. č. 40/94 o ochr. zn. Společenství (CTM)
3. z. č. 441/03 Sb., o ochr. zn.

227

POJMOVÉ ZNAKY

- **Zvláštní hodnotová vlastnost známky** (jméno, pověst, renomé, dobrá image)
 - ☛ **zvýšená známkoprávní ochrana**
- 1. **povědomost** všeobecná nebo široká v důsledku užívání
- 2. **spojování** s tradičně dobrými vlastnostmi, **očekávanými** u takto označených výrobků či služeb
- 3. **způsobilost vyvolat důvěru** v ní a v jí označené výrobky či služby (přesvědčivost o kladné hodnotě), a to v povědomí příslušné **veřejnosti**

228

NÁMITKOVÝ DŮVOD

1. **shodnost** nebo **podobnost** známek, z nichž starší má dobré jméno, a
 2. **nepodobnost** výrobků nebo služeb
 - ☛ **nepoctivé těžení** (parazitování) nebo
 - ☛ **bytí na újmu**
 - a. **rozlišovací způsobilosti** (rozměňování) či
 - b. **dobrému jménu** starší známky
- ✗ pravděpodobnost záměny není nutná

229

HLEDISKA

- **Kvalitativní** (jakostní) **nebo kvantitativní**
 1. vlastní hodnota známky
 2. stupeň povědomí veřejnosti o pověsti a o hodnotě známky
 3. stupeň rozpoznání známky veřejností
 4. podíl výrobků či služeb na trhu
např. podstatný nebo rozhodný podíl
 5. rozsah (početnost) druhů výrobků či služeb

⇒

230



6. intenzita užívání, viz *množství prodaného zboží (množstevní rozsah) a obrat*
7. územní rozsah užívání
8. časový rozsah užívání vč. historie známky
9. počet a doba trvání zápisů v různých státech
10. důsledek propagace známky vč. trvání a rozsahu investic do propagace, *např. dopad celostátní propagační kampaně*
11. soudní nebo správní rozhodnutí opakující dobré jméno

231



12. osvědčení (atesty) výrobků či služeb
 13. ocenění výrobků či služeb
 14. jiné,
- a to vše **bez ohledu** na zapsané výrobky či služby, tzn. i z hlediska jiných výrobků či služeb.

232

DŮKAZY SKUTKU

- **Skutkem získání dobrého jména** (nastavší skutečnost)
 1. zprávy o pověsti nebo o hodnotě známky
např. od Hospodářské komory ČR
 2. soudní nebo správní rozhodnutí, *např. ÚPV*
 3. výzkumy veřejného mínění, *např. sociologickou anketou s reprezentativním vzorkem spotřebitelů*
 4. spotřebitelské testy, *např. v odborném tisku*
 5. přehledy trhu a odbytu

233



6. audity nebo kontroly
7. osvědčení (atesty) a ceny
8. nezávislé články v tisku, běžném i odborném
9. veřejné výroční zprávy, podnikové profily ap.
10. obchodní listiny
11. propagační a reklamní materiály s pravděpodobnou sledovaností širokou veřejností

234



11. sponzorské materiály, *např. plakáty uměleckých nebo sportovních akcí*, s pravděpodobnou sledovaností širokou veřejností
12. jiné

235

EXKURS: NEKALÁ SOUTĚŽ

- **Souběh s právem známkovým**
- **Srovnávací reklama** vedoucí k **nepoctivému těžení z dobré pověsti** spjaté s ochrannou známkou soutěžitele, která se pro něj stala **příznačná**

§ 50a(g) obch. z.

236



237



JUDIKATURA

Horáček/Macek, Sbírka správních a soudních rozhodnutí ve věcech průmyslového vlastnictví. Praha 2007.
Jakl, Sbírka správních rozhodnutí ve věcech průmyslových práv. Praha 1996²-1998²-1999/1-3. Jud. Evr. soud. dv., 2005/5.
Průmyslové vlastnictví. Čsp., varia.

239

LITERATURA

Čermák, Spory v oblasti ochranných známek. Právní rádce, 2006/3.
Hanes, Právo ochranných známok. Bratislava 1963.
Hansel, Zvuková ochranná známka v právu ES. Právní rádce, 2005/1.
Häckl, Vývoj, tvorba a užití ochranných známek a značek. Praha 1978.
Hildebrandt, *Harmonised Trade Mark Law in Europe. Harmonisiertes Markenrecht in Europa*. Berlin 2005.

240



Haigh, Oceňování značky a jeho význam. Praha 2002.
Horáček et al., Práva na označení. Zákon o ochranných známkách a zákon o ochraně označení původu a zeměpisných označení. Komentář. Praha 2004.
Horáček/Čada/Hajn, Práva k průmyslovému vlastnictví. Praha 2005.
Jakl, Ochranné známky a označení původu. Praha 2002.²
Jurečka, Ocenění ochranné známky. Praha 2000.

241



Knap, Kunz, Opltová, Průmyslová práva v mezinárodních vztazích. Praha 1988.
Lachout/Hradecký, Ochranné známky. Praha 1934.
Lochmanová, Práva na označení. Praha 1997.
Munková, Ochranné známky, další práva na označení a hospodářská soutěž. Praha 2000.
OHIM, Guidelines Concerning Proceedings before the Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs). Part C: Opposition

242



Guidelines. Alicante 2004.
Pipková, Ochranná známka Společenství a ochranná známka v Evropském společenství. Praha 2007.
Phillips, Trade Mark Law. A Practical Anatomy. Oxford 2003.
Reichert, Ochranné známky. Praha 1932.
Pítra et al., Zákon o ochranných známkách. Komentář. Praha 1996.
Švamberg, Firemní právo. Praha 1917.
WIPO, Introduction to Trade Mark Law and Practice. Rev. ed. Geneva 1990.

243



Časopisy:

Duševné vlastnictvo (současný čsp.)
Soutěž a tvorba, Schaffen und Wettbewerb
Ochranné známky a chráněné vzory
Průmyslové vlastnictví (současný čsp.)
Vynálezy a normalizace
Vynálezy a ochranné známky
Vynálezy a zlepšovací návrhy

244



DALŠÍ LITERATURA 1

Brož, Dali své jméno značce aneb S kůží na trh. Brno 2008.
Geršlová, Co se skrývá za značkou? B.m. 2011
Haig, Království značky. Praha 2006.
Healey, Co je branding? Praha 2008.
Keller, Strategické řízení značky. Praha 2007.
Kleinová, Bez loga. Praha 2005.
Taylor, Brand management. Brno 2007.

245



DALŠÍ LITERATURA 2

Becker, Slovník symbolů. Praha 2002.
Benoist, Znaky, symboly a mýty. Praha 1995.
Biedermann, Lexikon symbolů. Praha 2008.
Buben, Encyklopedie heraldiky. Praha 1997.
Copony, Mandala karty. B. m. 2002.
Frotscher, 5000 znaků a symbolů světa. Praha 2008.
Jung, Mandalý. Obrazy z nevědomí. Brno 1998.
Kenner, Symboly a jejich skrytý význam Praha 2007.

246



Obuchová, Čínské symboly. Praha 2000.
Royt/Šedinová, Slovník symbolů. Praha 1998.
Schwarzenberg, Heraldika. Praha 2007.³
Steiner, Okultní pečetě a znamení. Hranice 2000.
Mysliveček, Panoptikum symbolů, značek
a znamení. Praha 2001.³

247



248

Použité snímky:

Čutta, Právě pícní vápno, dle *Vošahlíková*, Zlaté časy české reklamy.
Praha 1998.
Dufková, Názvy, zkratky a symboly mezinárodních mezivládních
organizací. Vynál. a zlepš. návrhy, 1987/7.
Hanes, Právo ochranných známok. Bratislava 1963.
Lachout/Hradecký, Ochranné známky. Praha 1934.
Rádio Praha – Český rozhlas 7, 24. 5. 2008
<http://www.metacafe.com>, Coca-Cola Body Line, 24. 5. 2008

249

Foto:

Písek, Čechy, Česko 2008
Zvíkov, Čechy, Česko 2008
Den Haag, Nizozemí 2006
Brno, Česká ulice, Morava, Česko 2006
Zlatý trojúhelník, Thajsko 2006
Den Haag, Nizozemí 2006
Videň, Rakousko 2006
Valletta, Malta 2006
Káhira, Egypt 2005
Silema, Malta 2006
Mombasa, Staré město, Keňa 2007
Akaba, Jordánsko 2008
Keszthely, Maďarsko 2008
Eilat, Izrael 2008
Isla Coche, Venezuela 2008
Lednice, Lednicko-valtický areál, Morava, Česko 2007
Karmelitská ulice, Praha 1, Čechy, Česko 2007
Myanmarsko-thajská hranice, Myanmar 2006
Filé, otrav v Nilu, Egypt 2005

250

Silema, Malta 2006
Valletta, Malta 2006
Český ráj, Čechy, Česko 2004
Valletta, Malta 2006
Nikosie (Lefkosia), Severokyperská Turecká republika, Kypr 2005
Amsterdam, Nizozemsko 2006
Mombasa, Shanzu Beach, Keňa 2007
Soutok Moravy a Dyje, Morava, Česko 2007
Z Korfu, Řecko, do Sarandy, Albánie, 2007
Roda, Korfu, Řecko 2007
Káhira, Egypt 2005
Valletta, Malta 2006
Siamský záliv, Ko Chang, Thajsko 2549 (2006)
Ayutthaya, Thajsko 2549 (2006)
Malta 2006
Brno, Veselá ul., Morava, Česko 2007
Rodos, Řecko 2004
Český ráj, Čechy, Česko 2004
Brno, Šumavská ul., Morava, Česko 2010

251