

Proces přihlašování ochranných známek

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

JUDr. Michaela Poremská, Ph.D., LL.M.

David Hejduk

Brno 2015

Na tomto místě bych chtěl poděkovat JUDr. Michaele Poremské, Ph.D., LL.M. za vedení mé bakalářské práce. Díky také patří rodičům a přítelkyni za celkovou podporu ve studiu.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Proces přihlašování ochranných známek** vypracoval/a samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědom/a, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 20. května 2015

Abstract

Hejduk, D. Process of trademark registration. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2015.

In this bachelor thesis is firstly presented the fundamental characteristics of trademarks. Then, the entire process of trademarks and reasons for refusal of the registration is indicated. There is also briefly explained consumer protection. In the practical part is an analysis of the dispute over the two companies about the trademark. The whole course of the dispute is explained in detail. Then, there is an own opinion on the dispute and the view of the consumer. The aim of this work was to propose possible solutions how to prevent future disputes. Individual proposals are described and explained in detail.

Keywords

Trademark, dispute, company, agreement

Abstrakt

Hejduk, D. Proces přihlašování ochranných známek. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015.

V práci se uvádí nejprve základní charakteristiky ochranných známek. Poté je naznačen celý proces přihlašování ochranných známek a důvody pro zamítnutí přihlášky. Také je stručně vysvětlena ochrana spotřebitele. V praktické části je provedena analýza sporu dvou firem o ochrannou známku. Celý průběh sporu je v práci podrobně vysvětlen. Dále je uveden vlastní názor na spor a pohled ze strany spotřebitele. Cílem této části práce bylo navrhnout možná řešení, jak v budoucnosti sporům předcházet. Jednotlivé návrhy jsou podrobně popsány a vysvětleny.

Klíčová slova

Ochranná známka, spor, společnost, dohoda

Obsah

1	Úvod a cíl práce	13
1.1	Úvod.....	13
1.2	Cíl práce.....	14
2	Charakteristika ochranných známek	15
2.1	Vymezení pojmu ochranná známka	15
2.2	Přihlašovatel a vlastník ochranné známky	15
2.3	Funkce ochranných známek.....	15
2.4	Účinky ochranných známek	16
2.4.1	Práva z ochranných známek	16
2.4.2	Reprodukce ochranných známek ve slovnících.....	16
2.4.3	Omezení účinků ochranných známek.....	17
2.4.4	Vyčerpání práv z ochranných známek	17
2.5	Druhy ochranných známek.....	17
2.6	Ochranná známka Společenství.....	19
3	Označení nezpůsobilá k zápisu do rejstříku ochranných známek	20
3.1	Absolutní překážky zápisné způsobilosti.....	20
3.1.1	Označení, která nejsou schopna grafického znázornění	20
3.1.2	Označení postrádající rozlišovací způsobilost	20
3.1.3	Označení tvořená výlučně tvarem výrobku	21
3.1.4	Označení odporující veřejnému pořádku nebo dobrým mravům	22
3.1.5	Klamavá označení.....	22
3.1.6	Označení v rozporu se závazky z mezinárodních smluv	22
3.1.7	Označení obsahující náboženské symboly	22
3.1.8	Označení předmětem přihlášky, která nebyla podána v dobré víře... 22	
3.2	Relativní překážky v zápisné způsobilosti.....	23
4	Řízení o zápisu ochranné známky	25
4.1	Podání žádosti.....	25

4.2	Náležitosti přihlášky	25
4.3	Správní poplatky za podání přihlášky.....	26
4.4	Průzkum přihlášky ochranné známky	26
4.4.1	Formální průzkum	26
4.4.2	Věcný průzkum	26
4.5	Zveřejnění přihlášky ve Věstníku ÚPV.....	27
4.6	Připomínky k přihlášení označení.....	27
4.7	Námítky k přihlášení označení.....	27
4.8	Zápis ochranné známky do rejstříku	28
4.9	Doba platnosti ochranné známky	28
5	Ochrana spotřebitele	29
6	Spor o ochrannou známku „Tatra Mistr Kávy“	30
6.1	Představení firmy Mlékárna Hlinsko, a.s.	30
6.2	Představení firmy Tatra Trucks, a.s.	31
6.3	Podání námitek proti spisu O-482890 firmou Tatra Trucks, a.s.	31
6.4	Vyjádření firmy Mlékárna Hlinsko, a.s. k námitkám.....	32
6.5	Rozhodnutí o námitkách Úřadem průmyslového vlastnictví.....	34
6.6	Rozklad podaný firmou Tatra Trucks, a.s.	35
6.7	Vyjádření Mlékárny Hlinsko, a.s. k rozkladu	36
6.8	Rozhodnutí o rozkladu Úřadem průmyslového vlastnictví.....	36
6.9	Pohled ze strany spotřebitele a vlastní názor na spor.....	37
6.10	Návrhy na předcházení budoucích soudních sporů	40
6.10.1	Vytvoření nové dohody.....	40
6.10.2	Alternativní řešení sporů	42
6.10.3	Gentlemanská dohoda.....	43
7	Závěr	44
8	Literatura	45

Seznam obrázků

Obr. 1	Ochranná známka č. 300735 Zdroj: oz.kurzy.cz	33
Obr. 2	Průběh sporu	37

Seznam tabulek

Tab. 1	Finanční negativa	40
Tab. 2	Časová negativa	40
Tab. 3	Dohoda mezi firmami	42
Tab. 4	Alternativní řešení sporů- mediace	43

1 Úvod a cíl práce

1.1 Úvod

S ochrannými známkami se všichni denně setkáváme v běžných situacích, aniž bychom si to někdy uvědomovali. Patří k nejpoužívanějším způsobům označení výrobků a služeb. Je to také nejúčinnější prostředek, jak dostat výrobek či službu do povědomí široké veřejnosti. Znamky velmi často nabývají nezanedbatelných finančních hodnot. Obecně by se dalo říci, čím je ochranná známka starší a známější, tím se více promítá do ceny výrobků i služeb. Jejich problematika je velmi rozsáhlé téma. Nelze ho vtěsnat do jedné bakalářské práce, proto jsem se především zaměřil na proces přihlašování ochranných známek a spor související s touto problematikou. Zde bych chtěl zdůraznit, že se v práci nebudu zabývat vlastnictvím ochranné známky, možnostmi převodu, vzdáním se práva k ochranné známce a kolektivními ochrannými známkami.

V úvodní části nejdříve vysvětlím samotný pojem ochranné známky. Poté uvedu, kdo všechno si může ochrannou známku přihlásit a kdo může být jejím vlastníkem. Také uvedu funkce a účinky ochranných známek. Dále vymezím druhy ochranných známek a stručně je charakterizuji. Na samotný závěr této kapitoly ještě popíši Ochrannou známku Společenství.

V další kapitole se věnuji označením, která nemohou být zapsána do rejstříku ochranných známek. Jedná se tedy o označení, která jsou k tomuto zápisu nezpůsobilá. Při přihlašování tedy vzniknou překážky, které mohou zapsání zabránit. Tyto překážky dělíme na absolutní a relativní. V této kapitole obě tyto skupiny vytyčím a popíši.

V následující kapitole se již věnuji přímo procesu přihlašování, kde celý proces popíši. Vysvětlím, u kterého orgánu se přihláška podává, jakým způsobem se podává, a také uvedu důležité náležitosti, které musí přihláška obsahovat a bez kterých by byla neplatná. Též je důležité se pozastavit nad poplatky, které souvisí s podanou přihláškou. Po podání přihlášky Úřad průmyslového vlastnictví, v tomto řízení odpovědný orgán, provede formální a věcný průzkum. Následně je přihláška zveřejněna ve Věstníku. Formální průzkum je proveden ještě před zveřejněním. Věcný průzkum se provádí až po zveřejnění. Po zveřejnění ve Věstníku nastává příležitost pro odpůrce přihlašovaného označení, kteří mohou podat připomínky nebo námítky. Následně dojde buď k zapsání, nebo zamítnutí přihlášky ochranné známky. Celý tento proces v práci popisuji. Na konec kapitoly uvádím dobu platnosti označení.

V závěrečné kapitole teoretické části velmi stručně popíši ochranu spotřebitele a uvedu orgány dohlízející na ochranu spotřebitele.

Následující kapitola již pojednává o konkrétním sporu o přihlašovanou ochrannou známku. Mezi sebou se střetly dvě firmy, Mlékárna Hlinsko, a.s. a Tatra Trucks, a.s. Mlékárna si chtěla přihlásit slovní označení „TATRA MISTR KÁVY“. Proti tomu podala automobilka námítky a poté i rozklad. Celý spor v práci zanalyzuji. Na závěr se pokusím podívat na problém z pohledu spotřebitele a také připojit

vlastní názor. Důležitý bude především můj návrh, jak podobným sporům v budoucnu předcházet nebo je řešit mimosoudně.

1.2 Cíl práce

V teoretické části bude cílem obecné seznámení se s ochrannými známkami a dále přiblížení celého procesu přihlašování označení. Nastínění této části je důležité pro následující praktickou část. V té je cílem analýza konkrétního sporu o ochrannou známku. Po této analýze vyjádřím vlastní názor na spor a přiblížím pohled spotřebitele, který považuji v tomto případě za velmi důležitý. Do budoucna je důležité se dalším sporům vyvarovat. Otázkou tedy je, jak zařídit, aby podobné spory vznikaly minimálně. Pokud již vzniknou, je důležité řešit spory s ohledem na jejich nákladnost. Tento problém se pokusím v práci vyřešit pomocí tří návrhů, díky kterým by spory již v budoucnu nemusely vznikat. Za hlavní cíl této části práce tedy považuji ony návrhy, jak podobným sporům předcházet. Peníze vynaložené na soudní spory lze jistě využít efektivnějším způsobem.

2 Charakteristika ochranných známek

2.1 Vymezení pojmu ochranná známka

Nejprve se velmi stručně zaměříme na historii práv na označení a ochranných známek v českých zemích. První zmínka o právu na označení se na našem území datuje již od roku 1859. V tu dobu existovalo právo na označení především za účelem ochrany spotřebitele, nikoli práv podnikatelů. Také téměř neexistovalo soukromé vlastnictví obchodních ani průmyslových subjektů. (Bálková, 2011) Průmyslový rozvoj v období první republiky si vyžádal rozmach průmyslově právní ochrany. Naopak v období socialismu nastal velký útlum, kdy ochranné známky neplnily svoje funkce díky neexistenci soukromého vlastnictví. Od té doby došlo k mnoha změnám. Byla přijata velká řada opatření a zákonů, ať již tuzemských či mezinárodních. Díky těmto opatřením a zákonům dospělo právo na označení do té podoby, jakou ji známe dnes. V roce 2004 byla dokončena harmonizace práv k průmyslovému vlastnictví, a to přijetím zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách. (Horáček, Čada, Hajn, 2011)

Při definici pojmu ochranná známka je tedy nutné vycházet ze zákona. *„Ochrannou známkou může být za podmínek stanovených tímto zákonem jakékoliv označení schopné grafického znázornění, zejména slova, včetně osobních jmen, barvy, kresby, písmena, číslice, tvar výrobku nebo jeho obal, pokud je toto označení způsobilé odlišit výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby.“* (Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, 2003) Neopominutelnou náležitostí ochranné známky je také její zápis do rejstříku ochranných známek. Zápis je proveden na základě žádosti podnikatele po splnění nutných náležitostí k zápisu u orgánu, který je k tomu určen. V České republice funkci tohoto orgánu plní Úřad průmyslového vlastnictví (ÚPV) se sídlem v Praze. (Horáček, 2008)

2.2 Přihlašovatel a vlastník ochranné známky

Ochrannou známku může vlastnit jak fyzická, tak právnická osoba. Jestliže přihlašovatel, který chce zaregistrovat známku, nemá trvalé bydliště nebo sídlo na území České republiky, musí podat přihlášku prostřednictvím právního zástupce. (Horáček, 2008) Přihlašovatel se stává vlastníkem označení po jeho zápisu do rejstříku. Ochranné známky mohou vlastnit i subjekty veřejného práva. To jsou např. stát, ministerstva, územně samosprávné celky a obce. Vlastníkem označení může být i nadace. (Horáček, Čada, Hajn, 2005)

2.3 Funkce ochranných známek

Známky mají povahu především hospodářskou. Za hlavní funkci můžeme považovat funkci rozlišovací. Díky této funkci jsou odlišovány výrobky a služby různých výrobců, distributorů a poskytovatelů služeb. (Munková, 2000) Ochranná označení

také napomáhají tvorbě odlišné image a reputace společnosti. Tím je vytvářen jistý obraz v očích spotřebitelů, kteří pak mohou zvyšovat svou důvěru a loajalitu k dané značce, a tím firmě zajistit stálou klientelu. (Vytvoření ochranné známky: úvod do problematiky ochranných známek pro malé a střední podniky, 2011)

Jako další můžeme jmenovat funkci ochrannou. Díky této funkci je známka chráněna vždy ve spojitosti s výrobky nebo službami, pro které je zapsaná. Tím je spotřebiteli zajištěno, že pod daným označením mu bude nabízeno zboží nebo služby, které pochází vždy od jednoho výrobce nebo poskytovatele služeb. Ochranné známky mají ještě mnoho funkcí. Další funkce jsou např. funkce náborová, monopolizační, soutěžní atd. (Munková, 2000)

2.4 Účinky ochranných známek

Zákon o ochranných známkách zařazuje mezi účinky ochranných známek ustanovení o právech z ochranných známek, reprodukci ochranných známek ve slovnících, omezení účinků ochranných známek a vyčerpání práv z ochranných známek. (Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, 2003)

2.4.1 Práva z ochranných známek

Zákon stanovuje práva z ochranných známek pozitivně, tedy výčtem činností, ke kterým je majitel oprávněn a negativně, tedy výčtem činností, které je majitel oprávněn konat pro obhajobu svých práv. (Jakl, 2011) „*Vlastník ochranné známky má výlučné právo užívat ochrannou známku ve spojení s výrobky nebo službami, pro něž je chráněna.*“ (Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, 2003) Nikdo jiný nesmí v obchodním styku známku užívat bez souhlasu vlastníka, pokud zákon nestanoví jinak. Bez jeho souhlasu nesmí neoprávněné osoby používat shodné označení pro shodné výrobky a služby, pro které je dané označení zapsané. Pokud se jedná o výrobky a služby podobné a existuje zde možnost, že by došlo veřejnosti k jejich záměně, včetně asociace, nesmí je třetí osoba v obchodním styku používat. Bez souhlasu vlastníka také nikdo nesmí používat shodné nebo podobné označení, které má v České republice dobré jméno a jeho užívání by těžilo z rozlišovací způsobilosti a dobrého jména takové ochranné známky. (Jakl, 2008) Své právo z ochranné známky může vlastník prokázat výpisem z rejstříku nebo osvědčením o zápisu. Vlastník je oprávněn používat spolu s ochrannou známkou symbol ®, čímž upozorňuje, že se jedná o chráněné označení. (Jakl, 2011)

2.4.2 Reprodukce ochranných známek ve slovnících

Pokud reprodukce zapsané ochranné známky umístěná ve slovníku, encyklopedii nebo jiném podobném díle vzbuzuje dojem, že jde o druhový název zboží nebo služeb, má vlastník právo žádat vydavatele nebo nakladatele, aby byla reprodukce nejpozději při následujícím uveřejnění nebo vydání díla doplněna údajem, že se jedná o zapsanou ochrannou známku. (Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, 2003)

2.4.3 Omezení účinků ochranných známek

Vlastník ochranné známky nemůže zakázat třetím osobám užívání některých taxativně vyjmenovaných údajů v obchodním styku, pokud jsou užívány v souladu s pravidly hospodářské soutěže, dobrými mravy a obchodními zvyklostmi. (Slováková, 2006) Jedná se o užívání jména a příjmení třetích osob, jejich obchodní firmy nebo názvu anebo adresy. Dále také údaje týkající se druhu, jakosti, množství, účelu, hodnoty, zeměpisného původu, doby výroby výrobku nebo poskytnutí služby nebo jiných jejich vlastností. Také vlastník není oprávněn zakázat třetí osobě v obchodním styku označení, které je nezbytné k určení účelu výrobku nebo služby. Zde se jedná zejména o příslušenství a náhradní díly. (Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, 2003)

2.4.4 Vyčerpání práv z ochranných známek

Vlastník ochranné známky nemůže zakázat třetím osobám užívání své ochranné známky na výrobcích, které byly s touto známkou uvedeny na trh jím samotným nebo s jeho souhlasem. Zde se jedná o tzv. vyčerpání práv. (Slováková, 2006) Ustanovení o vyčerpání práv nenastanou, pokud má vlastník oprávněné důvody bránit obchodování s výrobky. Tyto důvody mohou nastat, pokud se stav nebo povaha výrobků po jejich uvedení na trh změnila nebo zhoršily. (Jakl, 2008)

2.5 Druhy ochranných známek

Existuje mnoho kritérií, podle kterých můžeme známky dělit. Může to být např. podle jejich formy, podle osoby vlastníka, podle způsobu vzniku známkového práva, podle způsobu užívání ochranné známky, podle typů užití atd. (Slováková, 2006)

Pokud se nejprve zaměříme na dělení podle formy označení, jsou to následující druhy:

- Slovní
- Obrazové
- Prostorové
- Kombinované

Slovní ochranné známky jsou tvořeny jedním nebo více slovy, písmeny, číslicemi nebo jejich kombinací. Mohou to být i tvořené slogany. Slovní známka musí splňovat vlastnosti, které se od ní očekávají. Může mít vztah k podniku či činnosti, kterou podnik vytváří (např. ČEDOK- Česká dopravní kancelář). Je nutné věnovat také zvláštní pozornost přepisu dané známky do cizího jazyka. Lehce nastane situace, kdy slovní známka bude mít nějaký nevhodný až hanlivý význam. Zvolené slovo nebo slova bez ohledu na jejich grafické zpracování schopnost musí jednoznačně odlišit výrobky a služby. Základním požadavkem je, aby se jednalo o slova krátká, snadno zapamatovatelná a jednoznačně výslovná. Pokud splní následující požadavky, zvládnou bez problému splňovat funkci rozlišovací a ochrannou.

Obrazové známky musí splňovat několik kritérií. Mezi ně patří jednoznačnost a snadná zapamatovatelnost. Je také nutné splňovat kritérium přenesení známky na výrobek, bez ohledu na provedení výrobku a náklady související s přenosem. Jako další kritérium uvedeme možnost změny velikosti. Pokud se změní velikost známky, nesmí dojít k nečitelnosti, možné nejasnosti či splnutí více prvků v jeden.

Prostorové ochranné známky mají trojrozměrné zpracování. Vzhledem ke svému omezení v rozsahu užívání a změně rozměrů jsou nejméně používanými známkami. Zpravidla představují tvar výrobku nebo jeho obal. Nejčastěji jsou to tvary lahví či léků.

Jako poslední druh uvedeme kombinované ochranné známky. Ty v sobě spojují vlastnosti slovních a obrazových, popřípadě i prostorových známek. Často vycházejí z již registrovaných ochranných známek, které se spojují v celek. Umožňují chránit též barevné provedení dané ochranné známky. (Horáček, Čada, Hajn, 2011)

Podle osoby vlastníka je možné dělit známky na individuální a kolektivní. Individuální známku může vlastnit fyzická i právnická osoba. Jejím účelem je rozlišení výrobků a služeb jedné společnosti od výrobků a služeb společnosti druhé. Kolektivní ochrannou známku může vlastnit právnická osoba nebo sdružení. Jejím účelem je rozlišit výrobky a služby dané právnické osoby nebo sdružení od výrobků a služeb jiných osob.

Podle způsobu vzniku známkového práva dělíme známky na zapsané a všeobecně známé. Zapsané známky jsou zapsány v rejstříku ochranných známek. Jsou tedy chráněny známkovým právem před užitím stejného nebo podobného označení pro stejné nebo podobné výrobky a služby. Známkové právo u všeobecně známé ochranné známky vzniká neformálním získáním všeobecné známosti v České republice. Není zde nutný její zápis do rejstříku ochranných známek. K ochraně všeobecně známých známek se Česká republika zavázala v čl. 6 bis Pařížské úmluvy a čl. 16 Dohody TRIPS. Tato známka je však chráněna pouze pro výrobky a služby, pro které je v příslušném okruhu veřejnosti všeobecně známá. Zda se jedná o známku všeobecně známou, posuzuje Úřad průmyslového vlastnictví.

Podle způsobu užívání ochranné známky dělíme na známky užívané a neužívané. K udržení práv z ochranné známky je nezbytné její užívání. Nicméně v tomto případě se může jednat i o fiktivní užívání, které není podloženo skutečným množstvím výrobků uváděných do oběhu nebo skutečným poskytováním služeb. Fiktivním užíváním tedy rozumíme situaci, kdy je známka používána pro reklamní a propagační účely, v inzerci, v katalogích apod. Neužívané ochranné známky jsou sice zapsané, ale aktuálně nejsou používány. To může být způsobeno úmyslně či neúmyslně. Pokud je známka úmyslně nepoužívaná, může se jednat např. o spekulativní ochrannou známku. Tyto známky nejsou přihlašovány za účelem používání, ale pro dosažení určitého zisku ze známkové transakce. Další možností jsou tzv. ochranné známky obranné. Zde také nejsou známky přihlašovány za účelem jejich používání. Důvodem jejich přihlášení je zablokování podobných známek původní přihlášené známce. Neúmyslné neužívání ochranných známek nastává v situacích, kdy se např. produkt přestane vyrábět, není uveden na trh nebo se známka na trhu

nezavedla. Tyto důvody mohou vést k výmazu známky z rejstříku. (Slováková, 2006)

2.6 Ochranná známka Společenství

Na rozdíl od národních ochranných známek je poskytována jednotná ochrana tohoto označení na celém území Evropské unie. Důvodem vzniku těchto označení nebylo pouze odstranění překážek volného oběhu zboží a služeb ve vnitřním trhu, ale i vytvoření podmínek pro podniky, které chtěly svou působnost rozšířit na celé území Společenství. Těmto podnikům musely být poskytnuty takové ochranné známky, které umožní rozlišit výrobky a služby v celém Společenství. (Kopecká, 2002) *„Ochrannou známku Společenství mohou tvořit všechna označení schopná grafického ztvárnění, zejména slova, včetně vlastních jmen, kresby, písmena, číslice, tvar výrobku nebo jeho balení, pokud jsou způsobilá rozlišit výrobky nebo služby jednoho podniku od výrobků nebo služeb jiných podniků.“* (Kopecká, 2000, 158) Přihláška se podává u Úřadu pro harmonizaci vnitřního trhu (OHIM), u úřadu průmyslového vlastnictví členského státu, případně u Úřadu pro ochranné známky Beneluxu. Pokud přihláška vyhovuje všem požadavkům, je zapsána do rejstříku jako ochranná známka Společenství. Platnost označení je deset let ode dne podání přihlášky. (Řízení o přihlášce ochranné známky Společenství, 2013)

3 Označení nezpůsobilá k zápisu do rejstříku ochranných známek

V této části práce se budu věnovat označením, která nevyhovují možnosti zápisu do rejstříku ochranných známek, tudíž jsou z něho vyloučeny. Při přihlašování známky mohou vzniknout absolutní nebo relativní překážky zápisné způsobilosti. Absolutní překážky mají charakter veřejnoprávní, relativní překážky pak charakter soukromoprávní. (Jakl, 2008)

3.1 Absolutní překážky zápisné způsobilosti

Absolutní překážky zápisné způsobilosti zkoumá ÚPV ještě před zveřejněním přihlášky. Přihlašovaná známka musí spadat do pojmu ochranná známka ve smyslu známkového práva. Úřad zkoumá, zda není přihlášené označení vyloučeno ze zápisu do rejstříku. To znamená, že přihlašované označení musí mít rozlišovací způsobilost. Označení, které nemá rozlišovací způsobilost, nemůže být zapsáno do rejstříku ochranných známek. (Jakl, 2008) Přihlašované označení nesmí být výlučně tvořeno ze značek nebo označení, které se užívají v běžném jazyce nebo užívaných v dobré víře a obchodních zvyklostech. Také se nesmí jednat o označení, které odporuje veřejnému pořádku a dobrým mravům. Klamavá označení, jejichž užívání by bylo v rozporu se závazky České republiky z mezinárodních smluv, jsou rovněž zakázána. (Slováková, 2006)

3.1.1 Označení, která nejsou schopna grafického znázornění

Označení, která nelze nijak graficky znázornit tj. vyjádřit písmem, obrazy, kresbami, barvami, nemohou být zapsány do rejstříku známek. Jedná se o zvuková, čichová, světelná a jiná graficky neznázornitelná označení. (Jakl a kol., 2002) Naopak např. u zvukových označení nejsou vyloučena jejich grafická znázornění. V praxi se ale vyskytují pouze výjimečně. V takovém případě je chráněno pouze grafické znázornění. Zvukové označení je tedy ze zápisu vyloučeno, nicméně pokud ho načrtne pomocí not a dílo bude splňovat podmínku zápisné způsobilosti, tedy bude schopno plnit rozlišovací funkci, může být zapsáno. Zapsáno a chráněno bude ono grafické znázornění not, nikoliv zvukový záznam. Pokud by předmětem přihlášky bylo označení hmatové, např. Braillovo písmo, pak by nešlo o slovní, ale o prostorové označení. V přihlášce by bylo nutné ho znázornit graficky ve formě náčrtu nebo obrázku a jeho přepis do abecedy. (Jakl, 2008)

3.1.2 Označení postrádající rozlišovací způsobilost

Označení, pomocí kterých není spotřebitel schopen rozpoznat výrobky a služby různých firem, nemají danou rozlišovací způsobilost. Tato skupina označení je tvořena především značkami nebo údaji sloužícími v obchodě k určení druhu, jakosti, množství, účelu, hodnoty výrobků nebo služeb, z údajů o zeměpisném původu,

o době výroby výrobku či poskytnutí služby, sestávající výlučně ze značek nebo běžných označení. Označení používaná v obchodě k určení druhu nazýváme druhová. Těmi jsou např. pro obuv „boty“ nebo pro nábytek „stůl“. Jako výjimku můžeme jmenovat označení, které získalo rozlišovací způsobilost. Jedná se o označení „APPLE“, nikoli však pro potravinářské produkty, ale pro počítače. Jestliže označení vyjadřuje pouze velikost produktu, např. „MIKRO“ nemá též dostatečnou rozlišovací způsobilost a nemůže být zapsáno. Další skupinou označení, která nemají rozlišovací způsobilost, jsou označení charakterizující kvalitu, tzv. pochvalná označení. Jedná se o označení jako např. „nejlepší“ nebo „jedinečný“. (Jakl a kol., 2002) Dále jsou vyloučena označení, která sestávají výlučně ze zeměpisného označení. Mohou to být např. *Brno, Krkonoše, Vltava*. Výlučný údaj o zeměpisném určení se v přihlašování vyskytuje výjimečně, převážně je kombinován s jinými slovními nebo obrazovými prvky označení. V České republice patří mezi nejčastěji používané zeměpisný prvek *Bohemia*. Tento prvek je součástí mnoha označení. Nelze ho hodnotit osamoceně, aniž bychom ho spojovali s ostatními prvky ochranné známky. Tento údaj nemůže sám o sobě tvořit označení. Údaje o době výroby výrobku nebo služby se v označení nemohou vyskytovat osamoceně, vždy musí být ve spojitosti s nějakým prvkem označení. Tato kombinace se připouští pouze tehdy, pokud údaj odpovídá skutečnosti. Pokud by údaj neodpovídal skutečnosti, jednalo by se o označení klamavé. Takové označení by nemohlo být zapsáno do rejstříku. Zpravidla údaj značí letopočet, kdy došlo k založení podniku, zahájení výroby výrobku nebo poskytování služby. (Jakl, 2008)

V rámci řízení o přihlášce lze překonat překážky související s nedostatečnou rozlišovací způsobilostí. Možnost překonání spočívá v tom, že přihlašovatel ochranné známky prokáže, že příslušné označení užíváním v obchodním styku nabylo před zápisem do rejstříku rozlišovací způsobilosti pro jeho výrobky a služby. Je tedy možné zapsat označení, které se obecně považuje za nezpůsobilé k zápisu, avšak díky užívání v obchodním styku se vžilo pro určité výrobky nebo služby určité osoby, čímž získalo rozlišovací způsobilost. Přihlašovatel způsobilost dokazuje předložením dokladů (fakturami, objednávkami, propagačními materiály atd.), z nichž je zřejmé, že označení používal pro své výrobky a služby ještě před podáním přihlášky. (Slováková, 2006)

3.1.3 Označení tvořená výlučně tvarem výrobku

Označení musí vykazovat rozlišovací způsobilost, jak ve vztahu k danému přihlašovateli, tak ve vztahu k danému zboží. Pokud je označení tvořeno pouhým vyobrazením zboží, pro které má být zapsáno, tuto rozlišovací funkci neplní. Jiný případ je, pokud toto vyobrazení bylo nějakým způsobem specifické. Zde záleží na zhodnocení ÚPV, který průzkumem zjistí, jak bude působit toto označení na průměrného spotřebitele. (Jakl, 2002)

Podobné je to i u prostých geometrických prvků a obrazů. Pokud je vyobrazení prosté, není splněna rozlišovací způsobilost. Opět by se muselo jednat o nějaké specifické označení. (Jakl, 2008)

3.1.4 Označení odporující veřejnému pořádku nebo dobrým mravům

Rozpor s veřejným pořádkem nastává např. v situaci, kdy přihlašované označení nevhodně užívá jména či podobizny současných nebo historických osobností (Masaryk, Beneš). Také nelze zapsat označení, které zahrnuje názvy státních orgánů, politických stran a hnutí, veřejnoprávních institucí atd. (Slováková, 2006) Za označení odporující dobrým mravům můžeme považovat zejména označení nemravná, pohoršlivá a vulgární. Zápis je zakázán také pro symboly provokující násilí a nenávisť, rasistické symboly, označení propagující drogy atd. (Jakl, 2008)

3.1.5 Klamavá označení

Klamavým označením rozumíme slovní, obrazové, kombinované či prostorové označení, které může nějakým způsobem spotřebitele zmást či jakkoliv oklamat. Označení se považuje za klamavé, i když nastane pouze možnost klamání spotřebitelů, ke kterému by ani nemuselo dojít. (Jakl, 2008) Klamavost se vždy posuzuje vzhledem k přihlašovateli ochranné známky a ve vztahu ke zboží a službám, pro které má být označení zapsáno. V praxi je toto velmi frekventovaný důvod pro zamítnutí přihlášky. Za klamavé označení se též považuje zeměpisný údaj, který neodpovídá původu zboží či služeb. Zde se může jednat např. o název čokolády „*Swiss Chocolate*“. Pokud čokoláda nepochází ze Švýcarska, je toto označení klamavé. (Slováková, 2006)

3.1.6 Označení v rozporu se závazky z mezinárodních smluv

Je vyloučen zápis do rejstříku takových označení, jejichž užívání by bylo v rozporu se závazky České republiky z mezinárodních smluv. Mezi tyto smlouvy patří především Madridská dohoda o potlačování falešných nebo klamavých údajů a Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví. (Jakl, 2008) Pro Českou republiku závazky vyplývají především z článku 6 Pařížské úmluvy na ochranu průmyslového vlastnictví. Zde se Česká republika zavázala, jakožto člen Evropské unie, že odmítne zápis označení, které obsahuje erby, vlajky a jiné státní znaky unijních zemí. Též se tento zákaz vztahuje na erby, vlajky, symbolické zkratky a názvy mezinárodních mezivládních organizací, jichž je Česká republika členem. (Jakl, 2002)

3.1.7 Označení obsahující náboženské symboly

Označení obsahující náboženský symbol je absolutně vyloučeno ze zápisné způsobilosti. Jedná se o jména svatých např. *Ježíš*, *Mohamed* aj. Dále jsou to také náboženské symboly jako *pravoslavný kříž*, *islámský půlměsíc* aj. (Jakl, 2008)

3.1.8 Označení předmětem přihlášky, která nebyla podána v dobré víře

Smyslem je zamezit zápis tzv. spekulativních ochranných známek. Ty si přihlašovatelé nechávají zapsat nikoli k poctivému používání v obchodním styku, ale za úče-

lem dosažení zisku při jejich transakci. (Slováková, 2006) Při posuzování, zda byla přihláška podána v dobré víře, je nutné zvážení veškerých okolností, které tomu nasvědčují. Bere se v úvahu to, zda přihlašovatel věděl nebo musel vědět o právu jiné osoby ke stejnému nebo podobnému označení. Také zda by označení nepoškodilo pověst označení, které je předmětem jiného práva. (Jakl, 2008)

3.2 Relativní překážky v zápisné způsobilosti

Relativní překážky vylučují zápisy označení do rejstříku pro kolizi s právy třetí osoby. Tyto třetí osoby zpravidla označujeme jako oprávněné osoby. Zatímco absolutní překážky zkoumá ÚPV ještě před zveřejněním přihlášky, relativní překážky zkoumá až po řádně podaných a odůvodněných námitkách. Námitky se tedy podávají až po zveřejnění přihlášky, a to do tří měsíců po jejím zveřejnění ve Věstníku. (Jakl, 2008) Osoby oprávněné k podání námitek jsou:

- Vlastník či přihlašovatel starší shodné nebo podobné známky, pokud tato známka je zapsána pro shodné či podobné výrobky a služby a je zde tedy možnost, že by přihlašované označení mohlo být veřejností zaměnitelné.
- Vlastník nebo přihlašovatel je majitel staršího shodného nebo podobného označení, které je v České republice všeobecně známo a přihlašované označení by mohlo nepoctivě těžit z rozlišovací způsobilosti a dobrého jména. Označení nemusí být zapsáno nebo přihlášeno pro shodné či podobné výrobky a služby.
- Vlastník nebo přihlašovatel je majitel staršího shodného nebo podobného označení, které je v České republice všeobecně známo a je přihlašované pro stejné či podobné výrobky a služby přičemž je možnost záměny na straně veřejnosti.
- Vlastník nebo přihlašovatel starší shodné či podobné známky Společenství, která je zapsána pro nepodobné výrobky a služby, ale má na území Evropské unie dobré jméno a přihlašované označení by mohlo nepoctivě těžit jak z rozlišovací způsobilosti, tak z dobrého jména daného označení.
- Vlastník nebo přihlašovatel ochranné známky zapsané v jiné unijní zemi Pařížské úmluvy, jestliže přihlášku podal zástupce, zprostředkovatel nebo jiná osoba ve smyslu článku 6 Pařížské úmluvy na své vlastní jméno a bez souhlasu vlastníka.
- Uživatel označení užívaného v obchodním styku, které je nezapsané pro shodné nebo podobné výrobky a služby, ale toto označení vzniklo před dnem podání přihlášky shodného nebo podobného označení a pokud nezapsané označení nemá místní dosah.
- Fyzická osoba, jejíž právo na ochranu projevů a osobní povahy může být dotčeno přihlašovaným označením.
- Osoba, která má práva k autorskému dílu, pokud by mohlo být užíváním přihlašovaného označení autorské právo dotčeno.
- Vlastník staršího práva jiného průmyslového vlastnictví, pokud práva z něho plynoucí mohou být dotčena.

- Ten, kdo se cítí dotčen svých práv na základě přihlašovaného označení, kdy je mu umožněno se proti této přihlášce bránit. (Slováková, 2006)

4 Řízení o zápisu ochranné známky

Nyní objasním onen přihlašovací proces ochranné známky. Budu se zabývat stručně celým procesem od podání žádosti až po zápis označení do rejstříku.

4.1 Podání žádosti

Subjekty, které si chtějí zaregistrovat ochrannou známku, podají přihlášku u Úřadu průmyslového vlastnictví. Přihláška obsahuje pouze jedno vyhotovení a pouze jedno přihlašované označení. Po doručení přihlášky k Úřadu, vzniká přihlašovatelovi právo přednosti před každým, kdo podá přihlášku pro shodné nebo zaměnitelné výrobky a služby. (Národní přihláška- informace, 2012) Úřad po přijetí přihlášky vyznačí datum, popř. hodinu i minutu přijetí a označí ji pořadovým číslem. Tímto může Úřad kdykoli prokázat právo přednosti dané přihlášky. (Jakl, 2011) Přihláška musí mít písemnou podobu. Je možné ji podat osobně, faxem, poštou nebo elektronickými prostředky zajištěnými Úřadem průmyslového vlastnictví. (Horáček, Čada, Hajn, 2005)

4.2 Náležitosti přihlášky

Náležitosti pro podání přihlášky jsou stanoveny platnými předpisy. Pro usnadnění podání přihlášky vydává Úřad formulář, který obsahuje předtištěné rubriky pro uvedení předepsaných údajů. Tento formulář je k dispozici i na internetu a je možné ho elektronicky vyplnit. (Jakl a Jansa, 2010) Přihláška musí obsahovat tzv. podstatné náležitosti, bez kterých přihláška nezaloží právo přednosti. Musí tedy obsahovat:

- Obchodní firmu, sídlo nebo jméno a adresu přihlašovatele
- Znění nebo vyobrazení přihlašovaného označení
- Podpis přihlašovatele nebo zástupce se žádostí o zápis do rejstříku

Pokud přihláška dané náležitosti neobsahuje, nelze ji považovat za přihlášku. Právo přednosti vznikne až v den dodání potřebných náležitostí. Dále je také nutné splnit formální náležitosti. Tyto náležitosti jsou nutné pro projednání přihlášky Úřadem. Jsou to tyto náležitosti:

- Jméno a adresa zástupce, pokud je přihlašovatel zastoupen
- Zatřídění výrobků a služeb ve smyslu mezinárodní smlouvy
- Adresa pro doručování, pokud se liší od adresy přihlašovatele nebo zástupce
- Vyobrazení přihlašované známky o velikosti max. A4
- Údaj o tom, že známka je tvořena pouhou barvou
- Druh známky
- Plná moc zástupce, jestliže je přihlašovatel zastoupen (Horáček, Čada, Hajn, 2005)

4.3 Správní poplatky za podání přihlášky

Přihlašovatel je povinen za podání přihlášky zaplatit určitý správní poplatek. Tento poplatek musí být uhrazen do jednoho měsíce ode dne podání přihlášky. Správní poplatky se platí ve výši odpovídající počtu tříd mezinárodního třídění výrobků a služeb, pro něž je ochranná známka přihlašována. (Slováková, 2006) Pokud není poplatek zaplacen do stanovené lhůty, přihláška se považuje za nepodanou. Lhůtu jednoho měsíce nelze nikterak prodloužit ani prominout její zmeškání. Mezinárodní třídění výrobku a služeb je uvedeno na stránkách Úřadu průmyslového vlastnictví. (Horáček, Čada, Hajn, 2011) Správní poplatek je možné uhradit hotově, a to na pokladně Úřadu, složenkou nebo převodem peněz z účtu přihlašovatele na účet Úřadu. (Národní přihláška- informace, 2012)

4.4 Průzkum přihlášky ochranné známky

Po podání přihlášky Úřad zjišťuje, zda přihláška obsahuje všechny potřebné náležitosti k zapsání známky do rejstříku. Úřad tedy provádí nejprve formální, a poté věcný průzkum. Nicméně v praxi se oba průzkumy často prolínají. (Jakl, 2008)

4.4.1 Formální průzkum

Ve formálním průzkumu Úřad zkoumá, zda přihláška obsahuje všechny náležitosti dané zákonem. Tyto náležitosti jsou již výše uvedeny. Pokud Úřad zjistí, že některá z náležitostí není splněna, vyzve přihlašovatele k odstranění těchto nedostatků. Stanoví pro tuto opravu lhůtu nejméně 15 dní. (Jakl, 2008) Pokud přihlašovatel neodstraní nedostatky do stanovené lhůty, je přihláška zamítnuta rozhodnutím. Proti rozhodnutí je možné podat rozklad ve lhůtě jednoho měsíce ode dne doručení rozhodnutí. (Horáček, Čada, Hajn, 2011)

4.4.2 Věcný průzkum

Po provedení formálního průzkumu provede dále Úřad průzkum věcný. V něm zkoumá splnění tzv. absolutních podmínek zápisné způsobilosti, které již byly uvedeny výše. Pokud označení není způsobilé zápisu do rejstříku, oznámí Úřad tuto skutečnost přihlašovatel. (Jakl, 2008) Přihlašovatel se může ve stanovené lhůtě k tomuto rozhodnutí vyjádřit, případně se pokusit o nápravu. Pokud se do stanovené lhůty nevyjádří nebo překážku neodstraní, Úřad přihlášku zamítne. (Horáček, Čada, Hajn, 2011)

Pokud přihlašované označení obsahuje prvek, který nemá dostatečnou rozlišovací způsobilost, může přihlašovatel omezit rozsah ochrany ve vztahu k takovému prvku. Tedy označení nebude chráněno pro tu oblast, ve které nesplňuje dostatečnou rozlišovací způsobilost. (Slováková, 2006) Jedná se o tzv. *disclaimer*. Tato možnost je do českého zákona vložena nově. Toto omezení, které nemůže vzít přihlašovatel zpět, je zveřejněno spolu s přihláškou. (Jakl, 2008)

V rámci věcného průzkumu provádí také Úřad průzkum na starší práva. Zkoumá tedy, zda přihlašované označení neobsahuje prvky shodné s již zapsanou

ochrannou známkou. Pokud vlastník starší ochranné známky poskytne písemný souhlas k zápisu novější známky, Úřad přihlášku nezamítne. Proti rozhodnutí o zamítnutí přihlášky je možné podat rozklad. (Jakl, 2008) Úřad zkoumá známky zapsané v rejstřících ochranných známek vedených Úřadem průmyslového vlastnictví, Mezinárodním úřadem duševního vlastnictví a Úřadem pro harmonizaci ve vnitřním trhu. Vždy však zkoumá tyto označení s ohledem na jejich platnost na území České republiky. (Horáček, Čada, Hajn, 2011)

4.5 Zveřejnění přihlášky ve Věstníku ÚPV

Pokud přihláška splňuje všechny nutné náležitosti, Úřad jí zveřejnění ve Věstníku. Věstník má dvě části A a B. Přihlášky ochranných známek jsou zveřejňovány v části B. (Jakl, 2002) Údaje zveřejňovány ve Věstníku jsou:

- Číslo přihlášky
- Datum podání přihlášky
- Datum vzniku práva přednosti
- Znění nebo vyobrazení označení
- Údaj o barevném provedení
- Kód tříd výrobků a služeb
- Seznam výrobků a služeb, pro které je přihláška podána
- Údaje o totožnosti přihlašovatele
- Údaje o totožnosti zástupce, pokud je přihlašovatel zastoupen (Horáček, Čada, Hajn, 2011)

4.6 Připomínky k přihlášení označení

Osoba, která připomínky podá, se nestává účastníkem řízení. Jedná se pouze o neformální podnět k tomu, aby označení nebylo zapsáno. Úřad se těmito připomínkami nemusí řídit, nicméně musí k nim přihlédnout. (Horáček, Čada, Hajn, 2011) Úřad musí podatele připomínek informovat o jejich zvážení. Proti zamítnutí připomínek není možné podat rozklad, protože osoba podávající připomínky se nestává účastníkem řízení. (Jakl, 2008)

4.7 Námitky k přihlášení označení

Osoba, která cítí ohrožení svých práv zápisem přihlašovaného označení, může podat námitky. Okruh osob, který má možnost podat námitky vymezuje zákon o ochranných známkách. (Horáček, Čada, Hajn, 2011) Osoby oprávněné k podání námitek tak mohou učinit do 3 měsíců od zveřejnění přihlášky. Lhůtu na podání námitek nelze prodloužit a její zmeškání nelze prominout. Námitky musí být podané písemně, řádně odůvodněny a doloženy důkazy. Také musí být uhrazen správní poplatek za podání námitek podle zvláštního právního předpisu. Pokud nebude uhrazen, námitky budou považovány za nepodané. K námitkám podaným po uply-

nutí 3 měsíční lhůty nebude přihlíženo. (Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, 2003)

Úřad přezkoumá námitky, zda byly podány v souladu se zákonem a zašle je přihlašovatelovi označení, který má možnost se k nim vyjádřit. Úřad také může obě strany vyzvat, aby se pokusily ve stanovené lhůtě dohodnout. Pokud se strany nedohodnou, rozhodne Úřad o zápisu označení na základě podaných námitek a vyjádření k námitkám. (Jakl, 2008) Pokud Úřad shledá námitky oprávněné, přihlášku zamítne. Dotýká-li se oprávněné námitky pouze části výrobků a služeb, pro které je přihláška podána, zamítne Úřad přihlášku částečně pouze pro tento okruh výrobků a služeb. Zjistí-li Úřad, že námitky jsou neoprávněné, vydá rozhodnutí o zamítnutí námitek. Jestliže byly námitky vzaty zpět namítajícím, zastaví řízení o námitkách. Rozhodnutí o námitkách doručí Úřad písemně oběma stranám a údaje o rozhodnutí zveřejní ve Věstníku. Obě strany proti tomuto rozhodnutí mohou podat rozklad do jednoho měsíce od doručení rozhodnutí. (Jakl, 2002)

4.8 Zápis ochranné známky do rejstříku

Pokud proti přihlašovanému označení nebyly ve stanovené lhůtě podány námitky nebo tyto námitky byly zamítnuté, je přihlašované označení zapsáno do rejstříku ochranných známek pod číslem spisu. Úřad zápis ochranné známky zveřejní ve Věstníku a vydá vlastníkovvi osvědčení o jejím zápisu. (Horáček, Čada, Hajn, 2011) „*Účinky zápisu ochranné známky do rejstříku nastávají dnem zápisu do rejstříku.*“ (Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, 2003)

4.9 Doba platnosti ochranné známky

Platnost ochranné známky je 10 let. Po uplynutí této doby musí majitel podat žádost o obnovení platnosti ochranné známky. Nejdříve je možné tuto žádost podat 12 měsíců před skončením platnosti a nejpozději v den skončení doby platnosti. (Slováková, 2006) Za obnovu ochranné známky se platí správní poplatek. Pokud ho obnovovatel neuhradí, Úřad ho vyzve k úhradě do stanovené lhůty. Při nezaplacení poplatku, nebo zaplacení v jeho nesprávné výši, se žádost považuje za nepodanou. Je možné požádat o obnovu také 6 měsíců po uplynutí doby platnosti, ale zde se platí správní poplatek ve dvojnásobné výši. Obnova označení se oznamuje ve Věstníku. (Jakl, 2008)

5 Ochrana spotřebitele

Definovat ochranu spotřebitele je možné několika způsoby. Obecně však můžeme říci, že se jedná o systematickou, cílevědomou činnost občanů a vlády státu, směřující k posílení postavení spotřebitele na trhu a k zajištění a udržování přiměřené ochrany mezinárodně uznaných práv spotřebitelů. Nejdůležitější zákonná norma související s ochranou spotřebitele je Zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele. Tento zákon a jeho pozdější novely a úpravy stanovují povinnosti podnikatelů vůči spotřebiteli. Jejich povinností je např. povinnost řádně spotřebitele informovat o všech významných podmínkách týkajících se prodávaného zboží nebo služeb. Zákon tedy posiluje postavení spotřebitele. Ten se musí chránit hlavně sám, nicméně k této ochraně potřebuje dostatek pravdivých informací. Zákonná norma také obsahuje základní pravidla pro reklamu. Spotřebitele nesmí reklama klamat, porušovat pravidla slušnosti a mravnosti atd. Také je zde řešena otázka diskriminace spotřebitele, informační povinnost prodávajícího vůči spotřebiteli, označování výrobků (údaje o výrobcí, množství, jakosti, datu výroby atd.), seznámení spotřebitele s cenou zboží či služby, lhůty pro reklamaci atd. (Horová, 2002)

V oblasti ochrany spotřebitele vykonává dozor několik orgánů. Mezi ně patří např. Česká obchodní inspekce, Česká zemědělská a potravinářská inspekce, orgány ochrany veřejného zdraví a orgány veterinární správy. (Zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele, 1992)

6 Spor o ochrannou známku „Tatra Mistr Kávy“

V této části práce se budu věnovat analýze sporu o přihlašovanou ochrannou známku „Tatra Mistr Kávy“ a ověřím, zda její zapsání bylo oprávněné. Toto slovní označení bylo přihlášeno dne 2. 2. 2011 pod číslem spisu O-482890 firmou Mlékárna Hlinsko, s.r.o., dnes pod názvem Mlékárna Hlinsko a.s., pro třídy výrobků a služeb 16, 29 a 30. Úřad zamítl přihlášku pro výrobky ve skupině 29, jimiž jsou mléko a mlékárenské výrobky všeho druhu, zejména mlékárenské ošetřené mléko, mléko ochucené, slazená a neslazená mléka, smetana, zahuštěná smetana, máslo, tvaroh, sýry, sušené mléčné výrobky, mléčné nápoje, mléčné nápoje kysané, jogurty a výrobky na bázi jogurtu. Přihlašované označení je vyloučeno ze zápisu pro třídu 29 podle § 6 za použití § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003Sb., o ochranných známkách. ÚPV po provedení věcného průzkumu přihlášky zjistil, že existuje v rejstříku ochranných známek slovní ochranná známka „TATRA“ č. 282180, kterou si odlišný vlastník se starší prioritou chrání na území České republiky shodné výrobky ve třídě 29. Slovní prvek „TATRA“ plní rozlišovací funkci a je prvkem, který by mohl vést k záměně u shodných výrobků. Výsledky věcného průzkumu byly firmě sděleny 28. 3. 2011. Firma byla poučena o následujícím postupu. Pokud by sehnala písemný souhlas vlastníka starších práv k zápisu označení pro třídu 29, proces by probíhal bez omezení. Jinak firma musela omezit svůj nárokovaný seznam o shodné výrobky ve třídě 29. Byla stanovena lhůta do 28. 5. 2011. Nicméně firma Mlékárna Hlinsko, a.s. nedoložila písemný souhlas vlastníka starších práv, ani neomezila seznam o kolizní výrobky ve třídě 29. Úřad tedy pokračoval v přihlašování pouze pro skupinu výrobků 16 a 30.

Přihláška slovní ochranné známky byla zveřejněna 27. 7. 2011 ve Věstníku ÚPV. Proti této přihlášce podala námitky firma Tatra, a.s., dnes s názvem Tatra Trucks, a.s. Sporem o tuto přihlašovanou ochrannou známku se budu zabývat ve zbytku své práce. Všechny informace jsem dostal k nahlédnutí na ÚPV po písemném souhlasu od firmy Mlékárna Hlinsko, a.s. Bylo mi umožněno si materiály okopírovat a právě z těchto kopií budu v práci vycházet.

6.1 Představení firmy Mlékárna Hlinsko, a.s.

Historie mlékárny sahá až do roku 1939, kdy byla založena. Od roku 1964 je na trh dodáváno mléko pod značkou Tatra. Mlékárna vyrábí mnoho výrobků, mezi ně patří trvanlivé mléko, smetana, máslo, tvaroh, sušené mléko, atd. Je držitelem různých certifikátů jako např. IFS. Také obdržela mnoho ocenění za své výrobky. Zde mohu uvést např. výrobek Moccacino, který se stal nejlepším mlékárenským výrobkem za rok 2005. V roce 2011 koupil společnost Agrofert, a.s. a v následujícím roce byla změněna právní forma ze společnosti s ručením omezením na akciovou společnost. Firma také neustále navyšuje zahraniční obchod. Mléko dováží do zemí

jako Itálie, Maďarsko, Německo. Sušené mléko je vyváženo i do vzdálenějších zemí jako jsou např. Thajsko, Čína nebo Libanon. (Tatra Mléko, 2015)

6.2 Představení firmy Tatra Trucks, a.s.

Automobilka Tatra sídlící v Kopřivnici byla založena již roku 1850 a působí nepřetržitě až dodnes. Patří mezi nejstarší automobilky světa. Od roku 2013 je společnost součástí firmy Tatra Trucks, a.s. Společnost se také účastní mezinárodního obchodu a to především na území Ruska, Indie, zemích Arabského poloostrova, Austrálie a samozřejmě i v různých zemích Evropy. V České republice je dominantním zákazníkem Armáda ČR. Společnost také posbírala mnoho úspěchů na trasách maratónských soutěží. Nejvýznamnějších úspěchů dosáhla automobilka v Rallye Dakar. (Tatra, 2014)

6.3 Podání námitek proti spisu O-482890 firmou Tatra Trucks, a.s.

Automobilka Tatra Trucks, a.s. podala námítky proti zápisu označení podle § 7 odst. 1 písm. a), b), e), g) a k) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách. Namítající zdůrazňuje, že slovo „TATRA“ v přihlašovaném označení má onu dominantní rozlišovací funkci. Slova „MISTR KÁVY“ považuje za slova obvyklá v běžném jazyce. Úvodní prvek označení se shoduje se staršími národními ochrannými známkami např. č. 117861, č. 155960, č. 160946, č. 163459 a č. 300735 Také se shoduje s ochrannou známkou Společenství č. 3780137. Tyto ochranné známky jsou zapsány pro výrobky a služby ve třídách 7, 12, 37. Pouze ochranná známka č. 300735 chrání též výrobky ve třídách 16 a 35 mezinárodního třídění výrobků a služeb. Mimo jiné se firma považuje za uživatele nezapsaného označení „TATRA“ a mnoha nezapsaných kombinovaných označení obsahující slovo „TATRA“. Tato označení namítající i jeho předchůdci užívali v obchodním styku pro zboží náležící do třídy 16. Jako příklad uvádí vydávané knihy.

Namítající se dále věnuje tomu, že v roce 2003 uzavřel s přihlašovatelem platnou dohodu, která se týkala přihlašování ochranných známek. V této dohodě bylo ujednáno, že přihlašovatel nebude usilovat o ochranu slovního označení „TATRA“. Dále se přihlašovatel zavázal, že na svých výrobcích bude používat označení „TATRA“ v odlišné grafické podobě, které musí odsouhlasit namítající. Tatra Trucks, a.s. tedy považuje tuto dohodu za porušenou a domnívá se, že přihlašovatel nejednal v dobré víře podle § 7 odst. 1 písm. k).

Namítající uvádí, že pro svoje ochranné známky vybudoval dobré jméno na území České republiky i na území Evropských společenství, a to díky dlouhodobému a rozsáhlému užívání, rozsáhlé propagaci, vysokému počtu zahraničních registrací apod. Tímto se tedy odkazuje namítající na § 7 odst. 1 písm. b) a e). Domnívá se tedy, že přihlašované označení poškozují dobré jméno jeho ochranných známek. Své nabyté dobré jméno se snaží firma dokázat články o historii výroby vozidel v Kopřivnici, přehledy vyráběných automobilů, vysokými počty vyrábě-

ných automobilů, úspěšnou účastí na Rallye Dakar, prohlášení historických vozidel Tatra národními kulturními památkami, atd. Také uvádí, že první ochranná známka č. 117861 této společnosti byla přihlášena již v roce 1934. Dále dokládá knáhledu výsledky průzkumu mezi spotřebiteli z roku 1999, kde se Tatra Trucks, a.s. umístila na 2. místě mezi subjekty, které nejvíce proslavili Českou republiku ve 20. století. Zde podotýká, že se umístila před všemi potravinářskými podniky, tudíž je pro spotřebitele atraktivnější.

Dalším důkazem mají být pořádané masivní reklamní kampaně firmou Tatra Trucks, a.s., které jsou zaměřeny jak na stávající zákazníky, tak i na nejširší veřejnost. Vysokou kvalitu svých výrobků dokazuje firma obdrženými certifikáty. Známost výrobků mají též šířit zájmové kluby a soutěžní týmy účastníci se rallye historických i soudobých vozidel. Též odkazuje na své internetové stránky www.tatra.cz a stránky jeho smluvních partnerů. Tímto poukazuje na neobyčejný zájem o výrobky Tatra. Známost je též dokazována třemi muzejními expozicemi, kde dochází k propagaci značky. Jedná se o Technické muzeum TATRA, Kopřivnice, Národní technické muzeum, Praha a Veterán museum Bítov, Bítov. Problematika vozů Tatra je také řešena v mnoha publikacích, kterých firma dokládá několik desítek. Dále odkazuje na mnoho videí na internetovém serveru Youtube.com.

Na základě všech těchto uvedených skutečností je namítající přesvědčen o dobrém jménu a všeobecné známosti svých ochranných známek. Domnívá se tedy, že ono přihlašované označení by bylo na újmu rozlišovací způsobilosti jeho ochranných známek. Na podporu svých tvrzení namítající předložil velké množství dokladů. Předložil mnoho kopií a výtisků různých článků, propagačních materiálů, firemních časopisů, přehledů publikací a mnoho dalších. Namítající tedy navrhuje zamítnout přihlášku ochranné známky „Tatra Mistr Kávy“.

6.4 Vyjádření firmy Mlékárna Hlinsko, a.s. k námitkám

Firma Mlékárna Hlinsko, a.s. samozřejmě dostala možnost se k námitkám vyjádřit, a také tak učinila. Ve svém vyjádření, které bylo doručeno ÚPV dne 28. 12. 2011, názor namítajícího odmítá.

Přihlašovatel předesílá, že přihlašované označení „TATRA MISTR KÁVY“ pouze rozšiřuje jeho známkovou řadu „TATRA“. Firma je výrobcem mnoha druhů kondenzovaných mlék určených přímo do kávy. Ani jedno ze zapsaných označení firmy Tatra Trucks, a.s. není zapsáno ve třídě 30 mezinárodního třídění výrobků a služeb. Na výrobky ve třídě 16 se vztahuje jedna ochranná známka č. 300735. Zde se jedná o kombinovanou ochrannou známku „TATRA NEZNÁ BRATRA“, jejímž dominantním prvkem je silueta býka.



Obr. 1 Ochranná známka č. 300735

Zdroj: oz.kurzy.cz

Této ochranné známce se přihlašovatel dále podrobně věnuje. Poukazuje na výrazné grafické zpracování a použití rýmu ve chráněném sloganu. Oba výrobky sice spadají do třídy 16, nicméně jsou určeny odlišným skupinám spotřebitelů. Proto podle přihlašovatele nemůže docházet k záměnám. Dále podotýká, že je vlastníkem již devíti ochranných známek se slovním prvkem „TATRA“, přičemž takto označené výrobky na trh uvádí již od roku 1998. Produkty obou firem vedle sebe tedy dlouhodobě existují, aniž by docházelo k jejich záměně.

Mlékárna se též vyjádřila k údajnému porušení dohody uzavřené mezi přihlašovatelem a namítajícím v roce 2003. Zde uvádí, že Úřadu nepřísluší posuzovat platnost této dohody. I tak se ale přihlašovatel domnívá, že ustanovení 5 a 6 dohody nebylo porušeno. Napadené označení se skládá z více slovních prvků, čímž tedy neodporuje závazku, že přihlašovatel nebude usilovat o ochranu slovní ochranné známky „TATRA“. Na případném grafickém provedení napadeného slovního označení přihlašovatel nevylučuje možnost jednání, nicméně má za to, že smlouva porušena nebyla a přihláška byla tudíž podána v dobré víře.

S námitkami podanými podle ustanovení § 7 odst. 1 písm. b) a e) citovaného zákona, ve kterých se snaží namítající doloženými důkazy prokázat dobré jméno svých ochranných známek, přihlašovatel nesouhlasí. Podle doložených důkazů může namítající prokázat dobré jméno pouze pro výrobky a služby namítanými ochrannými známkami, a to zejména pro motorová vozidla a jejich součásti. Tedy pro úplně odlišnou skupinu výrobků a služeb, než pro které má být přihlášena ochranná známka „TATRA MISTR KÁVY“.

Dále přihlašovatel zmiňuje ochrannou známku č. 156162, která byla zapsána již v roce 1965 pro „slazené kondenzované mléko“. Z toho plyne, že označení „TATRA“ je již několik desítek let používáno pro potravinářské výrobky, a proto je spotřebitelům již dostatečně známé. Nedochozí tedy k rozměňování rozlišovací způsobilosti, neboť takto označené výrobky jsou spotřebitelé schopni jednoznačně rozlišit. Na základě všech uvedených skutečností přihlašovatel navrhuje zamítnutí námitek.

6.5 Rozhodnutí o námitkách Úřadem průmyslového vlastnictví

Úřad nejprve posoudil námitky podané podle § 7 odst. 1 písm. a) citovaného zákona. Zde posuzoval podobnost přihlašovaného označení s kombinovanou ochrannou známkou č. 300735, která nese název „TATRA NEZNÁ BRATRA“, jelikož je jako jediná z namítaných ochranných známek zapsána pro výrobky ve třídě 16. Úřad při zkoumání podobnosti z hlediska vizuálního, sémantického a fonetického, dospěl k závěru, že označení jsou dostatečně odlišná a vyloučil možnost záměny z pohledu všech tří zkoumaných hledisek. Celé rozhodování ÚPV podrobně popisuje a zamítá možnost záměny ve třídě 16 mezinárodního třídění výrobků a služeb. Tím i zamítá námitky týkající se § 7 odst. 1 písm. a).

Dále Úřad posuzoval podané námitky podle § 7 odst. 1 písm. b) citovaného zákona, kde se především zabýval tím, zda namítané ochranné známky mají dobré jméno. Zjištění dobrého jména ochranné známky je závislé na předložených důkazech. Mezi předloženými důkazy se nacházeli např. výtisky údajů z rejstříků ochranných známek vztahující se k napadenému označení a namítaným ochranným známkám. Byla předložena kopie dohody z roku 2003 mezi oběma společnostmi. Mezi důkazy se dále nacházelo četné množství publikací, časopisů, katalogů, prospektů, plakátů, odkazů na internetové stránky atd. Úřad všechny předložené důkazy pečlivě prozkoumal.

Obsah uvedených dokladů svědčí o dlouhodobé přítomnosti výrobků Tatra na trhu. Za více než sto let byly na trh uvedeny desítky typů vozů různých kategorií, z nichž se řada stala přelomovými, díky svému inovativnímu technickému řešení. Za pomoci předložených důkazů prokázal ÚPV dobré jméno u devíti namítaných označení, u kterých bude nadále posuzovat shodnost či podobnost s přihlašovanou ochrannou známkou. U ostatních označení se nepodařilo prokázat dobré jméno. Právě u označení s dobrým jménem zjistil Úřad podobnost z různých hledisek. Dále je tedy povinen prozkoumat, zda a jakým způsobem by mohlo užívání napadeného označení přivodit namítajícímu újmu nebo nepoctivě těžit z jeho rozlišovací způsobilosti či dobrého jména jeho starších ochranných známek. Úřad po zvážení mnoha okolností konstatoval, že zápisem napadeného označení nebudou dotčena práva namítajícího vyplývající z dobrého jména jeho ochranných známek, neboť napadené označení nemůže svým užíváním těžit z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména, ani jim být jinak na újmu. Úřad zde vycházel např. z odlišného okruhu spotřebitelů, jímž jsou produkty určeny, jelikož jde o produkty sloužící k rozdílným účelům. Námitky podle § 7 odst. 1 písm. b) tedy také zamítl.

Námitka byla také vznesena podle ustanovení § 7 odst. 1 písm. e) citovaného zákona. Zde namítající uplatnil pouze jednu slovní ochrannou známku Společenství č. 3780137. I u této ochranné známky bylo prokázáno dobré jméno, nicméně jak již bylo řečeno, výrobky jsou určeny pro zcela odlišné spotřebitele. Díky tomu nemohou být práva namítajícího k jeho ochranné známce č. 3780137 dotčena. Námitkám proto nelze vyhovět.

Poté byly posouzeny námitky podle § 7 odst. 1 písm. g) citovaného zákona. Nicméně se namítajcímu nepodařilo prokázat práva držitele nezapsaného označení užívaného v obchodním styku ve větším než místním dosahu. Proto museli být námitky týkající se tohoto bodu zamítnuty.

Nakonec Úřad posoudil námitky podle § 7 odst. 1 písm. k), v nichž dospěl k závěru, že není důvodné se domnívat, že přihlašovatel měl v úmyslu prostřednictvím napadeného označení těžit z pozice namítající společnosti a získat pro sebe neoprávněný finanční prospěch nebo jinou výhodu. Proto byly tyto námitky zamítnuty.

Úřad tedy zamítl všechny námitky podané společností Tatra Trucks, a.s. Společnost měla možnost proti tomuto rozhodnutí podat do jednoho měsíce ode dne jeho doručení rozklad.

6.6 Rozklad podaný firmou Tatra Trucks, a.s.

Společnost Tatra Trucks, a.s. podala proti rozhodnutí o zamítnutí námitek rozklad dne 4. 7. 2013. Podle firmy nevzal Úřad v úvahu všechny skutečnosti uvedené v námitkách a obsažené v důkazech. Nebylo vyhodnoceno působení výrazné pověsti namítaných ochranných známek s dobrým jménem a přechod této pověsti i na ostatní zboží a služby. Též se namítající domnívá, že Úřad nesprávně posoudil újmu a nepoctivé těžení z rozlišovací způsobilosti namítaných ochranných známek.

Konkrétně se namítající domnívá, že namítané ochranné známky překročily prahovou úroveň dobrého jména výrazným způsobem. Nejstarší označení bylo přihlášeno roku 1934 a od tohoto roku je nepřetržitě používáno. Existuje tedy markantní rozdíl v délce používání označení „TATRA“. Podle namítajícího Úřad zjednodušuje a zkresluje realitu převážně tím, že uplatňuje pouze teoretická kritéria při hodnocení újmy a těžení z rozlišovací způsobilosti a dobrého jména. Namítající zdůrazňuje, že veřejnost se setkává s namítanými označeními nejen jako zákazníci u prodejce, ale i na komunikacích jako řidiči, ve sdělovacích prostředcích, na internetu, v muzeích a na výstavách.

Dále jsou uvedeny příklady, kdy dojde k vytvoření souvislosti mezi výrobky namítajícího a přihlašovatele. Jde tedy o situaci, kdy se spotřebitelská veřejnost setkává, překrývá, a tím tedy dojde k zásahu práv namítajícího. Jedním z příkladů je přeprava výrobků přihlašovatele výrobky namítajícího, tedy vozy TATRA. Další možností může být situace, kdy spotřebitel bude konzumovat výrobky přihlašovatele v místech, kde se vyskytují výrobky namítajícího (na výstavách, komunikacích, v muzeích). Namítající dále uvádí ještě mnoho takto vzniklých situací.

Namítající opět odkazuje na smlouvu z roku 2003, která byla podle něho porušena. V této souvislosti uvádí existující rozhodnutí v zemích Evropských společenství, kdy pouhý předpoklad vzniku souvislosti mezi výrobky přihlašovatele a výrobky označenými starší ochrannou známkou je posuzován jako překážka pro zápis přihlášky. Dále v rozkladu namítající jako důkazy opět uvádí publikace, knihy, modely, stavebnice atd. Na základě všech uvedených skutečností navrhuje firma Tatra Trucks, a.s. zamítnout přihlášku označení.

6.7 Vyjádření Mlékárny Hlinsko, a.s. k rozkladu

Rozklad byl zaslán přihlašovatelovi dne 29. 7. 2013. Přihlašovatel ve svém vyjádření uvádí, že pokud mají být namítající ochranné známky považovány za známky s dobrým jménem, musí namítající tuto skutečnost prokázat v daném řízení, a to ve vztahu k současným spotřebitelům. Samotná známost ochranných známek automaticky neznamená jejich dobré jméno.

Dále se přihlašovatel ve svém vyjádření zabývá dlouhodobými finančními problémy v souvislosti s dobrým jménem ochranných známek, které firmu namítajícího postihly a vyvrcholily v závěru roku 2012. V tomto roce byla vyhlášena exekuce na majetek firmy a následné provedení exekuce prodejem podniku. Z toho tedy přihlašovatel odvozuje, že s ohledem na tyto dlouhodobé problémy lze těžko hovořit o důvěře spotřebitelů ve výrobky namítajícího. Doložené důkazy tak mohou dokázat dobré jméno namítaných ochranných známek pouze historicky, nikoli ve vztahu k současnému řízení.

Podmínka vytvoření spojení mezi ochrannými známkami se týká podle přihlašovatele „relevantní veřejnosti“, tj. spotřebitelů, kterým jsou výrobky chráněné posuzovanými známkami určeny. Zde se tedy jedná o úplně odlišné skupiny spotřebitelů, čímž je vznik spojení zcela vyloučen. Navíc namítající vyrábí pouze vozidla nákladní pro armádu, požárníky, lesní a stavební práce, nikoli však vozidla pro přepravu potravin.

Porušení dohody mezi firmami z roku 2003 opět přihlašovatel odmítá. Dohoda se týká pouze přihlášky slovní ochranné známky „TATRA“ Namítající tedy dohodu nemůže rozšiřovat na jiné ochranné známky. Navíc zdůrazňuje, že dohoda byla omezena pouze na dobu přihlášky jiné ochranné známky.

Po tomto vyjádření tedy společnost Mlékárna Hlinsko, a.s. navrhuje, aby byl rozklad zamítnut a bylo potvrzeno prvoinstanční rozhodnutí.

6.8 Rozhodnutí o rozkladu Úřadem průmyslového vlastnictví

V tomto rozhodnutí odvolací orgán potvrdil dobré jméno namítaných ochranných známek. Toto dobré jméno bylo řádně podloženo doklady v řízení v prvním stupni. Zde tedy odvolací orgán nedal za pravdu přihlašovatelovi, že vlastník namítaných ochranných známek dobré jméno neprokázal v souvislosti s finančními problémy. Toto dobré jméno bylo budováno celá desetiletí výrobou a prodejem nákladních a dříve i osobních vozidel.

Namítající také argumentuje tím, že si veřejnost vytvoří spojitost mezi přihlašovaným označením a namítajícími označeními. Existují faktory, pomocí nichž se posuzuje podobnost daných označení. Mezi tyto faktory patří stupeň podobnosti označení, povaha výrobků, pro které jsou známky zapsány, míra blízkosti či odlišnosti těchto výrobků, relevantní veřejnost, síla dobrého jména starší známky atd. Odvolací orgán tedy přihlédl i ke všem relevantním okolnostem, které mohou mít vliv na to, zda si průměrný spotřebitel vytvoří spojení mezi výrobky firem. Po zvá-

žení možnosti záměny orgán dospěl k závěru, že každé z porovnávaných označení disponuje vlastní rozlišovací způsobilostí. Označení disponují nezávislostí jednoho na druhém a nemohou si konkurovat i přes to, že se jedná o označení podobná. Spojení si tedy průměrný spotřebitel nevytvoří.

Odvolací orgán se také opět zabýval dohodou uzavřenou v roce 2003. Zde orgán trvá na svých předchozích rozhodnutích a znovu zdůrazňuje, že tuto dohodu přihlašovatel neporušil. Zřejmě nebyla dodržena předběžná konzultace ohledně podoby používaného označení, nicméně orgán neshledal, že by toto chování bylo ve zlém úmyslu.

Na základě uvedených skutečností odvolací orgán dospěl k závěru, že rozhodnutí vydané prvého stupně řízení bylo oprávněné a v souladu s právními předpisy. Nebyly tedy shledány důvody pro jeho zrušení nebo změnu. Rozklad byl tedy zamítnut. Proti tomuto rozhodnutí se již nejde odvolat. Ochranná známka „TATRA MISTR KÁVY“ byla zapsána do rejstříku dne 17. 1. 2014.

Na závěr pouze dokládám pro větší přehlednost spor znázorněn obrázkem. V něm vidíme stručný popis toho, jak celý spor probíhal.



Obr. 2 Průběh sporu

6.9 Pohled ze strany spotřebitele a vlastní názor na spor

Dále se pokusím podívat na problém z pohledu spotřebitele a připojit ke sporu vlastní názor. Myslím, že posuzování právě ze strany spotřebitele je nejdůležitější. Bude to právě on, kdo bude nakupovat a spotřebovávat výrobky, ať již od firmy Tatra Trucks, a.s., či od firmy Mlékárna Hlinsko, a.s. Právě on by se mohl cítit zma-

ten či obelhán. Obě firmy mají svou pravdu, o níž jsou přesvědčeni, že právě ta jejich je správná. A o této pravdě se samozřejmě snažili přesvědčit i Úřad průmyslového vlastnictví. Spor mezi společnostmi nebyl zdaleka první. Spory o ochranná označení jsou mezi těmito dvěma firmami poměrně časté. Když se nad tím zamyslím, je to celkem logické. Mlékárna i automobilka používají pro své výrobky stejný název „TATRA“, což je už od samého počátku na hraně. Proto si myslím, že ani teď se nejedná o poslední spor. Pokud by firmy byly ochotné a chtěly se s protějškem zkusit domluvit a pokusit se předcházet sporům, jistě by si ušetřily spoustu problémů i finančních prostředků.

Průměrný spotřebitel dle mého názoru se zaměnitelností problémy mít nebude. Obě firmy se na trhu pohybují velmi dlouho. Díky tomu jsou u spotřebitelů zavedené a známé a on je dokáže od sebe rozpoznat. Těžko by si tento rozumně uvažující spotřebitel mohl zaměnit výrobce mléčných výrobků s automobilkou. To, že jsou firmy známé a zavedené, dokazuje i prokázané dobré jméno u některých známek.

Za důvody, proč nedochází k záměně v mysli spotřebitele, můžeme například považovat i zcela odlišné skupiny zákazníků. V materiálech jsem se dočetl o situacích, kdy by mohlo dojít ke spojitosti výrobků ze strany veřejnosti. Tyto situace zde jako důkaz zaměnitelnosti předložila automobilka. Uvedené argumenty ani mne samotného příliš nepřesvědčily a zdají se mi poněkud nepravděpodobné. Uvedu pouze jeden. Jedná se o situaci, kdy by spotřebitel konzumoval výrobky přihlašovatele v místech, kde se vyskytují výrobky namítajícího. Jako příklady těchto míst jsou uvedeny například muzea, výstavy či komunikace. Zde připouštím, pokud by opravdu tato situace nastala a veřejnost se střetla v daný okamžik na místě, kde by se nacházely výrobky obou firem, mohlo by dojít k určité spojitosti. Těžko si ale dokážu představit, že by si člověk v mysli spojil potravinářský výrobek s automobilovým výrobkem. Oba výrobky mají naprosto odlišný charakter. Nelze ani uvažovat možnou přepravu vozidla Tatra, protože firma vyrábí vozidla pro armádu, hasiče, stavebnictví atd. Navíc pravděpodobnost vzniku takovéto situace je podle mě minimální, a to považuji za hlavní důvod, proč tyto námítky zamítnout. Možností střetů lze vymyslet mnoho, ale šance na jejich vznik jsou pouze teoretické.

Pokud se podíváme na přihlašovanou ochrannou známku „TATRA MISTR KÁVY“ a onu možnou zaměnitelnost z pohledu spotřebitele, tak dané přihlašované označení sice obsahuje slovo „TATRA“, které je stěžejní pro firmu namítajícího, a proto považuje za důležité si ho chránit. Nicméně si myslím, že díky dlouhodobému užívání tohoto slova na svých výrobcích, které se datuje již od 1964, je podobně charakteristické i pro mlékárenskou společnost. I přesto je zde rozdíl v užívání několik desítek let ve prospěch automobilky. Ovšem pokud vedle sebe tyto firmy již takovou dobu působí na trhu, svědčí to o tom, že spotřebitel dle mého názoru, dokáže dostatečně ony značky oddělit. Přihlašované označení dále obsahuje další dvě slova „MISTR KÁVY“. Myslím, že právě tato slova navedou spotřebitele k správnému směru, a to k potravinářskému průmyslu, nikoli k automobilovému. Pokud se nad tím zamyslím, tyto dvě slova mi žádnou asociaci

s automobilovým průmyslem nenavážou, a i proto přihlašované označení už podle dojmu jasně souvisí s potravinářským sektorem.

Pokud se i já budu považovat za průměrného spotřebitele, pak pro mě není problém firmy od sebe oddělit. Důvodem je opět zmiňovaná odlišnost vyráběného zboží, ale i například odlišně zacílené reklamní kampaně. Mlékárna Hlinsko, a.s. ve svých reklamních spotech zdůrazňuje kvalitu vyráběného mléka a péči o něj. Z reklam vyplývá, že jejími zákazníky rozhodně nejsou armáda, hasiči nebo stavební firmy. Naopak tyto zákazníci jsou přímo uvedeny na internetových stránkách automobilky Tatra Trucks, a.s., od které jsem shlédl také několik reklam. Tyto videa jsou zaměřena na zcela odlišné vlastnosti výrobků. Firma poukazuje převážně na sílu, technický pokrok za uplynulá léta a výdrž vyráběných automobilů. Nedovedu si příliš představit, jakým výrazným způsobem by šlo inovovat výrobu mléka. Za to v automobilovém průmyslu je stále mnoho možností, jak se neustále posouvat dopředu, ať už jde o výkon, spotřebu či výdrž vyráběných vozů.

Dalším velkým tématem jsou třídy výrobků a služeb mezinárodního třídění, pro které chce mlékárna ochrannou známku zapsat. Firma chtěla označení zapsat pro třídy 16, 29 a 30. Nicméně zápis pro třídu 29 zamítl ÚPV ještě před zveřejněním ve Věstníku. Myslím, že toto zamítnutí bylo zcela oprávněné. Úřad zde vycházel ze zákona o ochranných známkách a podle § 6 za použití § 22 odst. 1 zákona č. 441/2003Sb zápis pro třídu 29 zamítl. Zde firma potřebovala písemný souhlas od vlastníka staršího přihlášeného označení „TATRA“ pro tuto třídu. Nicméně tento souhlas nebyl ve stanoveném termínu doložen. Dle mého názoru důvod nedoložení je zřejmý, starší vlastník souhlas neposkytl. Úřad tedy musel přihlášení pro tuto třídu zamítnout.

Dále byla přihláška zveřejněna ve Věstníku. Tím se rozjel proces námitek od firmy Tatra Trucks, a.s. Důvodů, proč by ochranná známka neměla být zapsána, vymyslel namítající mnoho. Automobilka například uvedla několik zapsaných ochranných známek, ve kterých se vyskytuje slovo „TATRA“. Zde je důležité poukázat na to, že dané ochranné známky jsou zapsány pro výrobky a služby v odlišných třídách. Se zapisovanou třídou se shoduje pouze jedno označení. Opět bych řekl, že uvedená skutečnost spíše dává za pravdu přihlašovatel, že přihlášením této ochranné známky nijak nechce automobilku poškodit ani těžit z rozlišovací způsobilosti jejich starších ochranných známek.

Z pohledu spotřebitele zastávám názor, že označení „TATRA MISTR KÁVY“ pro něho nebude nijak matoucí. Nebude tedy poškozen ani obelhán. Výrobky obou firem dokáže bezpečně rozeznat. Ani jedna ze společností tak nebude těžit z rozlišovací způsobilosti.

Vyjádřit vlastní názor na spor je složité. Je nutné vzít v úvahu mnoho hledisek. Spoustu těchto hledisek je velmi náročné rozeznat i pro odborníky a není v mých silách je všechny identifikovat a zastat tak správný postoj. Nicméně určitý postoj jsem ke sporu v průběhu psaní práce zaujal.

Celý spor v sobě vyvolal mnoho negativ, která jednoznačně převyšují pozitiva. Za nejdůležitější negativa vyvolaná sporem považuji negativum finanční a časové. První jmenované negativum samozřejmě postihlo obě firmy. Peníze vložené do

právních služeb mohly firmy využít jiným užitečnějším způsobem. Spor trval téměř tři roky, proto peníze investované do právních služeb nebyly úplně zanedbatelnými částkami. Finanční prostředky mohly být vloženy např. do vývoje. Automobilka též musela uhradit správní poplatek za podání rozkladu. Za další negativum můžeme považovat právě onu dobu trvání sporu, tedy negativum časové. Toto negativum uškodilo především Mlékárně Hlinsko, a.s. Nebýt sporu mohla mlékárna již po celou dobu sporu ochrannou známku používat a těžit z ní. Známa mohla být tři roky součástí duševního vlastnictví společnosti a přinášet ji požadovaný zisk. Ušlý zisk z trvání sporu je též možné zařadit do negativa finančního. Obě firmy tímto sporem také zaměstnávaly svá právní oddělení, která se mohla věnovat jiným záležitostem. Tím tedy časové negativum ovlivnilo i firmu namítajícího. Negativně firmu namítajícího také zasáhla prohra sporu, kdy určité časové období věnoval snaze ve sporu zvítězit, což se mu nepovedlo. Všechny uvedené negativa jsou pro přehlednost uvedena v následující tabulce.

Finanční negativa	
Mlékárna Hlinsko, a.s.	Tatra Trucks, a.s.
Poplatky za právní služby	Poplatky za právní služby
Ušlý zisk z používání označení	Správní poplatek

Tab. 1 Finanční negativa

Časová negativa	
Mlékárna Hlinsko, a.s.	Tatra Trucks, a.s.
Ušlý zisk z používání označení	Zatížení právního oddělení
Zatížení právního oddělení	Prohra sporu

Tab. 2 Časová negativa

6.10 Návrhy na předcházení budoucích soudních sporů

Hranice mezi oběma firmami z hlediska názvu výrobků je opravdu malá. Věřím, že Mlékárna Hlinsko, a.s. neměla v úmyslu přihlášením označení automobilku poškodit a jednala pouze v rámci své obchodní činnosti. Bohužel každý pokus o přihlášení ochranné známky, která bude obsahovat slovní prvek „TATRA“, může být důvodem ke sporu a je jedno, která z firem bude o přihlášku usilovat. Proto nyní představím pár návrhů, díky kterým by obě společnosti mohly společně nově vzniklým sporům předcházet nebo je řešit bez zdlouhavých soudních procesů.

6.10.1 Vytvoření nové dohody

Mým prvním návrhem je vznik nové dohody, která bude upravovat přihlašování budoucích označení s obsahem slovního prvku „TATRA“. Víím, že podobná smlouva, jak bylo zmíněno výše, již mezi firmami existovala a příliš se neosvědčila. I tak bych tuto možnost nezavrhoval a pokusil bych se vytvořit smlouvu novou.

Firmy by si ujasnily, co si mohou vůči sobě dovolit. Důležitým požadavkem na smlouvu je její striktní dodržování, které by bylo vynuceno sankcemi za porušení dohody. K těmto sankcím se ještě dále dostanu. Na případných výjimkách by se mezi sebou musely firmy vždy předem dohodnout.

Určitě by dohoda musela obsahovat výše zmíněné sankce za její porušení. Finanční částku za porušení bych nastavil na vyšší hodnotu, která by firmy motivovala k dodržování dohody. Mělo by se jednat o částku, která by společnosti výrazněji zasáhla, a tím je nutila k dodržování. Pokud by podnikoví právníci smlouvu neporušili, ale našli v ní určitou skulinu, kterou by se snažili využít ve svůj prospěch a vyvolat tak opět soudní spor, měla by být také vyřešena otázka odškodného pro firmu, která by ve sporu zvítězila. Odškodné bych opět nastavil na vyšší částku, která by tyto pokusy minimalizovala. Po ukončení sporu by musela proběhnout revize smlouvy a onen nedostatek být odstraněn.

Přesto výhod nově vzniklé dohody shledávám hned několik. Jako první lze opět jmenovat finanční stránku. Dohodou bychom potlačili výše zmíněné negativum poplatky za právní služby, které by firmy musely platit vždy při vzniku dalších sporů. Firmy by již nezatěžovaly vleklé spory a mohly by věnovat svůj čas a peníze na rozvoj a podporu svých podniků. Částečně by se odstranilo i negativum zvýšené zátěže právního oddělení, které by sice muselo na smlouvě nějaký čas pracovat, ale poté by tato oddělení nebyla tak zatěžována. Jednalo by se časem pouze o drobné úpravy ve smlouvě. Šlo by tedy o dlouhodobější řešení neustálých sporů. Za výhodu také můžeme považovat rychlost, jakou by další přihlašovaná označení se slovním prvkem „TATRA“ byla přihlašována. Pokud by firmy dodržovaly dohodu, nebyl by již důvod neustále podávat námítky. Výhody jsou uvedeny v tabulce, kde je uvedeno ještě několik dalších příkladů. Naopak nevýhodou uzavřené smlouvy je její možné porušování, které může časem nastat, nebo pokusy o její obcházení. Zde již záleží na loajalitě firem. Pokud se dohodu rozhodly podepsat, měly by ji také dodržovat. Vypracování dohody bude znamenat krátkodobé zvýšení nákladů na její tvorbu. Nicméně zde počítám s tím, že náklady investované do tvorby dohody se vrátí již ve výše zmíněných dlouhodobých nákladech na právní služby. Negativa jsou také přehledně umístěna níže v tabulce.

Dohoda mezi firmami	
Výhody	Nevýhody
Dlouhodobé řešení vleklých sporů	Vždy možnost porušování dohody
Dlouhodobě snížená finanční zátěž	Pokusy o obejití smlouvy
Dlouhodobě nižší poplatky za právní služby	Krátkodobé vyšší zatížení právního oddělení
Částečné snížení zátěže právního oddělení	Krátkodobé zvýšení nákladů na právní oddělení
Možnost investice ušetřených peněz do vývoje	Po čase drobné úpravy v dohodě
Zvýšená rychlost zápisu označení se slovním prvkem „TATRA“	Po čase možné spory o úpravy v dohodě

Tab. 3 Dohoda mezi firmami

6.10.2 Alternativní řešení sporů

Další možností, jak předejít soudním sporům, shledávám ve využití tzv. alternativních řešení sporů. Pro naše účely bych využil mediaci. V tomto mimosoudním řešení by se představitelé vrcholného managementu a vedoucí právního oddělení sešli a řešili sporné otázky ohledně přihlašování označení se slovním prvkem „TATRA“. Jednání povede nestranná osoba, tzv. mediátor. Obě strany předloží svoje stanoviska ohledně sporu. Poté bude mediátor jednat s každým zvlášť a vytvoří si obraz o daném problému. Následně se sejde mediátor se členy obou vyjednávacích týmů a pokusí se najít schůdné řešení. Firmy by se měly pokusit najít řešení, které nebude nikoho zvýhodňovat. Důležité je nalézt určitý kompromis, k jehož dosažení by měla pomoci právě nestranná osoba mediátor. Zde je nutno říci, že jakákoli strana může jednání kdykoli ukončit. Opět zde lze najít několik výhod oproti soudnímu sporu. Samozřejmě je to finanční stránka i časová náročnost.

Při uplatnění tohoto řešení sporů firmy v podstatě nemají, co ztratit. Pokud by došlo k dohodě a firmy by se domluvily na řešení, byla by sepsána smlouva. Do této smlouvy by byly zaneseny výsledky jednání a přijatá ustanovení. Nicméně je zde předpoklad, že tato smlouva bude dodržována dobrovolně. Její dodržování nelze nijak právně vymáhat. To se může zdát poměrně riskantní a naivní. Avšak pokud firmy dobrovolně dojdou ke vzájemné shodě, není důvod dohodu porušovat. Zde záleží na morální odpovědnosti firmy.

Dle mého názoru má toto řešení pouze krátkodobý či střednědobý účinek. Z dlouhodobého hlediska by k porušení oné dohody došlo. Důvodů může být několik. Podnik se snaží o zvýšení objemu produkce, proto potřebuje zapsat označení porušující dohodu. Nebo se rozhodne rozšířit svůj výrobní sortiment, tudíž bude opět muset zapsat označení, která mohou být v rozporu. Poté by problém musel být řešen podobným způsobem. V následující tabulce uvádím výhody a možná negativa tohoto sporu.

Alternativní řešení sporu- mediace	
Výhody	Nevýhody
Obecně šetření finančních prostředků	Dobrovolnost dodržování dohody
Nízké finanční náklady na jednání	Větší riziko porušení
Možnost odstoupení od jednání	Krátkodobé či střednědobé řešení
Nízká časová náročnost	Neochota hledat kompromisy

Tab. 4 Alternativní řešení sporů- mediace

6.10.3 Gentlemanská dohoda

Tento návrh shledávám finančně nejméně náročný, ale bohužel nejméně reálný. Jádro spočívá ve schůzkách vrcholového managementu obou firem. Na těchto schůzkách by firmy řešily otázku přihlašovaných ochranných známek. Pokud by tedy např. Mlékárna Hlinsko, a.s. měla v úmyslu přihlásit si ochrannou známku se slovním prvkem „TATRA“, která by se mohla dotknout firmy Tatra Trucks, a.s., svolala by schůzku, na které by tuto záležitost řešila právě s automobilkou. Tento princip by samozřejmě fungoval i v opačném případě. Na schůzce by přihlašovatel sdělil důvody, proč si chce dané označení přihlásit. Je jasné, že v odůvodňování nezajde příliš hluboko. Jeho obchodní činnost je čistě jeho soukromá záležitost. Nicméně by se měl pokusit podat stručné vysvětlení, proč si chce označení zapsat.

Hlavním důvodem těchto schůzek je tedy včasná informovanost ještě před podáním přihlášky. Pokud by byl protějšek včas informován a seznámen s důvody přihlášení, nemusel by shledat spojitosti se svojí obchodní činností, či pokusem o poškození své firmy. Víím, že tento návrh je pouze těžko uskutečnitelný. Hlavním cílem všech firem je generovat zisk, proto pokud by cítily, že jim ochranné označení přinese vysoký zisk, jistě by po schůzce, ve které by protějšek s přihláškou nesohlasil, své záměry nezměnily. Otázkou však je, jak zjistit, zda dané označení bude úspěšné a právě onen požadovaný zisk přinese. Myslím, že tato analýza je pouze těžko proveditelná. Může se tedy lehce stát, že náklady na soudní výlohy nakonec převýší onen budoucí zisk, který firma skutečně z označení získá. Proto alespoň pokus o domluvu bez soudních sporů je jistě na místě. Nicméně, jak již název napovídá, základem by bylo férové jednání managementu obou stran, což po prodělaných sporech bude jen těžko proveditelná záležitost.

7 Závěr

V práci byly nejdříve vymezeny základní charakteristiky ochranných známek. Do těch jsem zařadil především samotnou definici ochranné známky, její účinky, funkce a druhy. Objasnění a porozumění těmto základním charakteristikám je nezbytné pro orientaci v dané problematice. Po vysvětlení výše uvedených charakteristik již bylo v další části pojednáváno o překážkách, které mohou nastat v onom procesu přihlašování. Překážky v práci poměrně podrobně popisují. Obecně se dělí na absolutní a relativní překážky. Dále je také popsán proces přihlášení nové ochranné známky krok po kroku, tedy od podání žádosti, přes možné komplikace a námítky, až po samotný zápis do rejstříku ochranných známek. Následně je již pouze stručně popsána ochrana spotřebitele.

Praktická část pojednává již o konkrétním sporu. Celý spor je postupnými kroky popsán, tak jak probíhal. Nejprve tedy společnost Tatra Trucks, a.s. vznesla námítky, které byly zamítnuty. Poté podala rozklad, který byl také zamítnut. V práci řeším různá negativa, která firmám spor přinesl, jelikož pozitiv mnoho nebylo. Mezi hlavní negativa logicky řadím negativa finanční a časová, která v práci rozebírám podrobněji.

Následně jsem se zabýval možnými návrhy, jak podobným sporům mezi těmito firmami předcházet nebo je alespoň řešit mimosoudní cestou. Přednesl jsem tři možné návrhy. Prvním způsobem je vytvoření nové dohody. Původní dohoda se neosvědčila, proto je nutné ji přepracovat do požadovaného stavu. Důležité je říci, že tato dohoda obsahuje též sankce, které plynou z jejího porušení. V práci řeším výhody i nevýhody, které by smlouva přinesla. Mezi výhody lze především zařadit dlouhodobé řešení vleklých sporů a snížení finanční zátěže. Mezi nevýhody jsem zařadil především stále existující možnost porušování smlouvy i přes výše zmíněné sankce. Druhým návrhem je řešení vzniklých sporů mimosoudně, tedy alternativně. V mém návrhu pracuji s mediací, která by na tyto spory šla aplikovat. Pokud by tedy nastal problém, firmy by se sešly a společně jednaly o vzniklých problémech. Jednání by vedla nezávislá osoba mediátor. Cílem těchto schůzek je nalézt určité kompromisy mezi oběma společnostmi. Nutné je dodat, že jednání je možné kdykoli ukončit. Opět zde uvádím výčet pozitiv a negativ. Mezi pozitiva řadím především nízkou finanční náročnost. Jako hlavní negativum uvádím dobrovolnost dodržování jednotlivých bodů dohody. To může být opravdu problém. Poslední návrh, kterému se v práci věnuji, je gentlemanská dohoda. Jedná se též o schůzky vrcholového managementu, kde by se hlavní představitelé snažili především diskutovat o sporných bodech svého jednání. Včasné řešení těchto otázek je možností, jak sporům předcházet.

Za nejreálnější a nejefektivnější možnost považuji vznik nové dohody. Její výhody již byly popsány výše. Nicméně musím říci, že i druhý návrh je reálný. V současné době je právě alternativní řešení sporů oblíbené. Třetí návrh bude na provedení nejsložitější. Předpokládá férové jednání obou firem, a to po vzniklých sporech nebude jednoduché.

8 Literatura

- BÁLKOVÁ, STANISLAVA. *Ochranná známka a průmyslový vzor - jejich ochrana a padělání*. Vyd. 1. Ostrava: Key Publishing, 2011, 142 s. ISBN 978-80-7418-110-8.
- HORÁČEK, ROMAN, KAREL ČADA A PETR HAJN. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2005, xxiv, 424 s. ISBN 80-7179-879-7.
- HORÁČEK, ROMAN, KAREL ČADA A PETR HAJN. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 2. dopl. a přeprac. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, xxvii, 480 s. ISBN 978-80-7400-417-9.
- HORÁČEK, ROMAN. *Zákon o ochranných známkách: Zákon o ochraně označení původu a zeměpisných označení; Zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví: komentář*. 2., podstatně dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2008, xvi, 527 s. ISBN 978-80-7400-058-4.
- HOROVÁ, OLGA. *Ochrana spotřebitele*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2002, 137 s. ISBN 80-245-0290-9.
- JAKL, LADISLAV. *Ochranné známky a označení původu*. Vyd. 2. dopl. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2002, 265 s. ISBN 80-7282-017-6.
- JAKL, LADISLAV. *Práva na označení a průmyslové vzory*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Metropolitní univerzita, 2008, 251 s. ISBN 978-80-86855-36-3.
- JAKL, LADISLAV. *Právní ochrana duševního vlastnictví*. 1. vyd. Praha: Metropolitní univerzita Praha, 2011, 261 s. ISBN 978-80-86855-78-3.
- JAKL, LADISLAV A VÁCLAV JANSÁ. *Úvod do systému právní ochrany průmyslového vlastnictví*. 2., přeprac. a dopl. vyd. Praha: Metropolitní univerzita Praha, 2010, 268 s. ISBN 978-80-86855-65-3.
- KOPECKÁ, SVĚTLANA. *Evropská unie a ochrana průmyslového vlastnictví*. Vyd. 1. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2002, 84 s. ISBN 80-7282-025-7.
- KOPECKÁ, SVĚTLANA. *Ochrana průmyslového vlastnictví v Evropské unii*. Vyd. 2. dopl. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2000, 333 s. ISBN 80-7282-010-9.
- MUNKOVÁ, JINDŘÍŠKA. *Ochranné známky, další práva na označení a hospodářská soutěž*. 1. vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2000, 122 s. ISBN 80-85100-95-9.
- Národní přihláška- informace. Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. © 2008 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/ochranne-znamky/narodni-prihlaska-informace.html>
- O společnosti. Mlékárna Hlinsko, a.s.* [online]. © 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.tatramleko.cz/o-spolecnosti>
- O společnosti. Tatra* [online]. © 2014 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.tatra.cz/o-spolecnosti/>
- Řízení o přihlášce ochranné známky Společenství. Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. © 2008 [cit. 2015-02-02]. Dostupné

z: http://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/ochranne-znamky/prihlasovani-do-zahranici/ochranne-znamky-spolecenstvi/rizeni-o-prihl_OZS.html

SLOVÁKOVÁ, ZUZANA. *Průmyslové vlastnictví*. 2., dopl. a rozš. vyd. Praha: LexisNexis CZ, 2006, 212 s. ISBN 80-86920-08-9.

Vytvoření ochranné známky: úvod do problematiky ochranných známek pro malé a střední podniky. 2. české vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2011, 32 s. ISBN 978-80-7282-074-0.

Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách. In: *Sbírka zákonů*. 2003.

Zákon č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele. In: *Sbírka zákonů*. 1992.

Přílohy

