

ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA o.p.s.

Studijní program: N0413A050001 Ekonomika a management

Studijní obor/specializace: Specializace Mezinárodní podnikání a právo

Právní ochrana luxusních značek proti paděláním

Diplomová práce

Bc. Miloš Svoboda

Vedoucí práce: Mgr. Miroslav Černý, Ph. D.



ŠKODA AUTO Vysoká škola

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Zpracovatel: **Bc. Miloš Svoboda**
Studijní program: Ekonomika a management
Specializace: Mezinárodní podnikání a právo

Název tématu: **Právní ochrana luxusních značek proti padělání**

Cíl: Cílem diplomové práce je prozkoumat, jakými nástroji mohou být luxusní značky chráněny (ochranné známky, domény, případně i mimoprávní autentifikační nástroje), aby tato ochrana představovala solidní bázi při obraně proti padělání v mezinárodním měřítku. Dále se práce zaměří na jednotlivé právní nástroje využívané při vymáhání práv proti padělání (civilně právní, správně právní a trestně právní prostředky).

Praktická část se bude věnovat otázce, proč spotřebitelé kupují padělky a s možným využitím dotazníkové metody včetně zhodnocení ekonomických konsekvencí.

Rámcový obsah:

1. Ochrana luxusních značek
2. Vymáhání práv proti padělání
3. Proč spotřebitelé nakupují padělky
4. Vyhodnocení právních a mimoprávních prostředků ochrany proti padělání

Rozsah práce: 55 – 65 stran

Seznam odborné literatury:

1. BÁLKOVÁ, S. *Ochranná známka a průmyslový vzor – jejich ochrana a padělání*. Ostrava: Key Publishing, 2011. 143 s. ISBN 978-80-7418-110-8.
2. STRYSZOWSKI, P. *Illicit Trade, Global Trade in Fakes*. [online]. 2021. URL: https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/2021_EUIPO_OECD_Report_Fakes
3. KOUKAL, P. – MYŠKA, M. *Právo duševního vlastnictví*. Multimediální elektronický výukový materiál. Publikováno na Elportále Právnické fakulty Masarykovy univerzity, ISSN 1802-128X. [online]. 2020. URL: https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/2019podzim/dusevni_vlastnictvi/web/index.html.

Datum zadání diplomové práce: únor 2022

Termín odevzdání diplomové práce: leden 2023

L. S.

Elektronicky schváleno dne 14. 2. 2023

Bc. Miloš Svoboda
Autor práce

Elektronicky schváleno dne 14. 2. 2023

Mgr. Miroslav Černý, Ph.D.
Vedoucí práce

Elektronicky schváleno dne 15. 2. 2023

prof. Ing. Stanislav Šaroch, Ph.D.
Garant studijní specializace

Elektronicky schváleno dne 15. 2. 2023

doc. Ing. Pavel Mertlík, CSc.
Rektor ŠAVŠ

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci vypracoval(a) samostatně a použité zdroje uvádím v seznamu literatury. Prohlašuji, že jsem se při vypracování řídil(a) vnitřním předpisem Škoda Auto Vysoké školy o.p.s. (dále jen ŠAVŠ) směrnicí Vypracování závěrečné práce.

Jsem si vědom(a), že se na tuto závěrečnou práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, že se jedná ve smyslu § 60 o školní dílo a že podle § 35 odst. 3 je ŠAVŠ oprávněna mou prací využít k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna podle § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách.

Beru na vědomí, že ŠAVŠ má právo na uzavření licenční smlouvy k této práci za obvyklých podmínek. Užiji-li tuto práci, nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, mám povinnost o této skutečnosti informovat ŠAVŠ. V takovém případě má ŠAVŠ právo ode mne požadovat příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to až do jejich skutečné výše.

V Mladé Boleslavi dne

Mé poděkování věnuji Mgr. Miroslav Černému, Ph. D. za vedení diplomové práce, odborný dohled a cenné rady, které mi pomohly při zpracování této práce.

Obsah

Úvod.....	8
1 Ochrana luxusních značek	10
1.1 Práva k průmyslovému vlastnictví.....	12
1.2 Autorská práva.....	13
1.3 Regulace v České republice	14
1.4. Regulace v zahraničí.....	20
1.5. Podpora v oblasti práv duševního vlastnictví	22
2. Vymáhání práv proti padělání	24
2.1. Civilně právní prostředky	25
2.2. Správně právní prostředky.....	26
2.3. Trestně právní prostředky	27
2.4. Mimosoudní řešení sporů	28
2.5. Příklady z praxe	29
2.6. Kontrolní činnost České obchodní inspekce	32
2.7. Kontrolní činnost Celní správy	33
3. Důvody proč spotřebitelé nakupují padělky	35
3.1. Dotazníkové šetření zaměřené na danou problematiku.....	36
3.2. Výsledky dotazníkového šetření	61
3.3. Vyčíslení dopadu prodeje padělků do státního rozpočtu	63
Závěr	64
Seznam literatury	66
Seznam obrázků a tabulek.....	70

Seznam použitých zkratk a symbolů

CS	Celní správa
ČOI	Česká obchodní inspekce
DPH	Daň z přidané hodnoty
DV	Duševní vlastnictví
EU	Evropská unie
EUIPO	Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví
OZ	Ochranná známka
PČR	Policie České republiky
PTC	Smlouva o patentové spolupráci
ÚPV	Úřad průmyslového vlastnictví
WIPO	Světová organizace duševního vlastnictví
€	Euro

Úvod

Boj s padělkami luxusního zboží je stále obrovským problémem luxusních značek. Spolu s růstem online prodeje padělků narůstá i vznikající škoda majitelům celosvětově známých a vyhledávaných módních značek. Prodej padělaného zboží exkluzivních módních značek je běžnou praxí i v České republice. Prodávající tímto jednáním nejen parazituje na pověsti a dobrém jménu vlastníka značky, ale jeho jednání může mít i trestněprávní důsledky.

Práce je zaměřena na problematiku právní ochrany luxusních značek proti padělání. Konkrétně se zabývá ochranou značek v módním odvětví, které se stává nejčastěji terčem vykrádání a kopírování. Módní průmysl reprezentuje odvětví, které je svázáno národními, evropskými a světovými právními normami, obsahující mimo námi probíraného práva duševního vlastnictví i daňové právo, pracovní právo a dalších spojené obory. V západních zemích jako jsou USA či Spojené království Velké Británie a Severního Irsku je právo módního průmyslu již odděleno do samostatného odvětví. V porovnání s těmito vyspělými státy v České republice není oblast práva módního průmyslu příliš rozvinutá.

Je nutné počítat s tím, že postoje ke značkám nejsou neměnné, že se budou i nadále vyvíjet. Lze očekávat polarizaci mezi spotřebiteli z hlediska přijetí značek jako součásti životního stylu. Dále lze předpokládat, že i nadále budou značky představovat pro značnou část spotřebitelů jistotu výběru a garanci kvality. Novým prvkem v budování značek se stává potřeba dialogu i jako reakce na rostoucí roli komunit v našem životě. A v komunitách jsou sdíleny zkušenosti obecně i zkušenosti se značkou, které jsou pozitivní i negativní, přičemž podstatné jsou zejména ty pozitivní.

Cílem práce je zjištění, jaké možnosti mají luxusní značky zejména módního průmyslu při ochraně svých práv a jaké způsoby ochrany jsou v České republice praktikovány. Součástí práce je dotazníkové šetření zjišťující povědomí o vnímání duševního vlastnictví včetně komparace s podobným výzkumem, který byl proveden ze strany EUIPO. Lidé sice obecně uznávají hodnotu ochrany duševního vlastnictví, ale jen málo z nich spatřuje přínos této ochrany pro lidi, jako jsou oni sami. Převážná většina se totiž domnívá, že ochrana duševního vlastnictví je užitečná pouze pro umělecké tvůrce a velké společnosti.

Podle průzkumu, který v roce 2020 realizoval Úřad EU pro duševní vlastnictví (EUIPO) ve spolupráci se společností Deloitte, se většina lidí domnívá, že padělky mají negativní dopad na ekonomiku z hlediska podnikání a zaměstnanosti. Evropané si obvykle uvědomují negativní dopady padělaného zboží na ekonomiku a zdraví a bezpečnost. Přestože ekonomické argumenty proti kupování padělků i nadále převažují a lidé souhlasí s tvrzením, že to, že lidé kupují padělané zboží, má devastující dopad na podniky a zaměstnanost, jsou slyšet i hlasy těch, kteří se častěji ztotožňují s důvody pro nákup padělaného zboží.

1 Ochrana luxusních značek

Luxusní značku lze obecně považovat za nadstavbu značky módní. Lze říct, že je nejen proslulá a vyhledávaná z řad zákazníků, ale také drahá a vyjímečná. Definice slovního spojení luxusní značka může být považována za dosti matoucí, jelikož posouzení luxusu závisí na konkrétním člověku a odvíjí se od jeho vkusu a finanční situace. Za luxusní módní značky se obecně považují Louis Vuitton, Gucci či méně známé Burberry. Uvedená problematika se promítá do práva duševního vlastnictví, přičemž existuje několik druhů ochrany, a to jako patenty, ochranné známky, autorské právo, dále průmyslové vzory a obchodní tajemství. Právo pro módní průmysl bylo odděleno do samostatné kategorie z důvodu čím dál větších potřeb, které tento průmysl s sebou nese.

Značka často představuje typické zvyklosti spotřebitelů, proto je nezbytné přidělit konkrétnímu výrobku označení, která mu umožní snadnou identifikaci. Štítek produktu by měl značce přinést význam. Značky poskytují zákazníkům i firmám důležité výhody. Mulačová (2013) uvádí, že značka může reprezentovat téměř cokoli. Dle Vysekalové (2009) hodnotné značky zvyšují užitek ze samotného produktu, snižují riziko funkčnosti či riziko fyzické, jímž může být ohrožení zdraví zákazníků. Také nelze opomenout riziko psychologické či společenské, které by mohlo způsobit opovržení společností. Další významem prémiovější značky je ochota zákazníků akceptovat vyšší ceny, neboť pokud značka představuje dostatečnou záruku kvality a síly, zákazníci jsou ochotni zaplatit vyšší cenu než cenu za běžný produkt v daném sortimentu.

V rámci módního průmyslu můžeme také narazit na padělky. Především fast fashion řetězce (řetězce s dostupnou a levnou módou) stále přináší aktuální módní trendy, které mnohdy mají design zkopírovaný od předních světových značek. Za hlavního představitele těchto řetězců lze označit skupinu Inditex španělského miliardáře Amancia Oregy. Pod skupinu Inditex patří řetězce Zara, Stradivarius, Bershka, Massimo Dutti a Pull&Bear. Je obecně známo, že fast fashion řetězce, které nabízejí levnou a dostupnou módu vyráběnou v obrovském množství bez ohledu na dopad na životní prostředí, často kopírují designy luxusních značek a tato praxe je tolerována. Nabídka prodejců rychlé módy je populární díky cenové dostupnosti a aktuálním trendům, vzorům, barvám a střihům. Za padělky se také považují kromě

samostatných výrobků i obaly, které také díky nelegálním označením porušují práva duševního vlastnictví.

Dle Hendrycha (2009) se porušování práv k duševnímu vlastnictví děje neoprávněným označováním zapsané ochranné známky, neodlišitelným symbolem či kopírováním originálu bez udělení povolení od příslušného majitele práva k duševnímu vlastnictví. Zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb. definuje padělek jako výrobek nebo zboží, obsahující označení stejné nebo zaměnitelné, porušující práva majitele ochranné známky podle zvláštního právního předpisu. Za padělek tudíž není možné označit jakýkoliv výrobek, který obsahuje označení stejné nebo zaměnitelné s OZ, ale jedině takový výrobek, který obsahuje označení stejné nebo zaměnitelné s OZ, pokud takové použití tohoto označené současně porušuje práva majitele OZ. Rada Evropské unie ve svém nařízení č. 3842/86 definuje padělek jako výrobek, který je označen neoprávněnou značkou, která je shodná s platně zapsanou ochrannou známkou pro stejný druh zboží, eventuálně která není od ní ve svých podstatných znacích odlišena.

V dnešní době se již luxusní značky nespojují pouze s módním sektorem, čím dál tím více se rozšiřují také do jiných sektorů jako jsou sítě hotelů, parfémů či různá příslušenství, zkrátka je najdeme v každé oblasti zboží či služeb. Jsou symbolem bohatství, pohodlí a pro někoho dokonce životním stylem. Zaručují exkluzivitu, nadčasovost a v neposlední řadě záruku, že v těchto věcech nepotkáte každého druhého člověka. Za některé značky si však čeští zákazníci připlatí daleko více než na Západě, a proto zde nastává jistý nesoulad. To, v čem někteří vidí jistou míru luxusu, jiní zase berou pouze za značku střední třídy. Všechny uvedené významy značky jsou důvodem pro to, aby firmy svou značku chránily. Značka pro firmy představuje cenné vlastnictví, kterým si mohou nejen zvýšit své příjmy a zajistit jejich budoucí udržitelnost, ale také významně ovlivňovat zákaznickovo chování (Keller, 2007).

1.1 Práva k průmyslovému vlastnictví

Průmyslové vlastnictví je zařazeno do soukromého práva a mezi jeho nejznámější nástroje lze zařadit ochranné známky, průmyslové a užité vzory, patenty atd. Pro námi zkoumanou oblast módního průmyslu lze považovat za nejvhodnější nástroj pro ochranu průmyslový vzor, neboť je zkoumána novost a individualita výrobku bez poohlížení na jeho fungování a užití. Dle ustanovení odst. 1 zákona č. 207/2000 SB., o ochraně průmyslových vzorů (dále jen „ZOPV“) se pokládá za průmyslový vzor vzhled výrobku nebo jeho části, který spočívá v obrysu, tvaru, barvě či materiálu výrobku.

Výše zmíněný výrobek si lze definovat jako *„průmyslově nebo řemeslně vyrobený předmět, včetně součástí určených k sestavení do jednoho složeného výrobku, obal, úprava, grafický symbol a typografický znak, s výjimkou počítačových programů“*.

Pro vznik práv k průmyslovému vlastnictví je nezbytné provést zápis do veřejnoprávního seznamu vedeného Úřadem průmyslového vlastnictví, který má sídlo v Praze. Dále je potřeba ještě zmínit související pojem časová priorita, který udává, že první žadatel má nárok na ochranu, druhému žadateli již není vyhověno. Pro platnost zápisu do rejstříku ÚPV je nutné splnit určitá kritéria pro způsobilost. U průmyslových vzorů je potřeba splnit kritérium předmětu, novosti a individuální povahy. Po splnění těchto kritérií zápisu do rejstříku již nic nebrání. K zapsání průmyslového vzoru do rejstříku Úřadu průmyslového vlastnictví je nutné podat přihlášku, kterou je možné vyplnit buď písemnou nebo on-line formou.

Před samostatným zápisem je prováděn ze strany Úřadu průmyslového vlastnictvím průzkum a kontrola všech potřebných náležitostí. Pokud Úřad průmyslového vlastnictví neshledá žádné potíže, které by bránily zápisu, je možné zápis provést a poté vydat potvrzení žadateli. Doba ochrany průmyslového vzoru trvá po dobu 5 let a je možné ji opakovaně prodlužovat o dalších 5 let, až na celkových 25 let. Žádost o prodloužení ochrany průmyslového vzoru je možné podat během posledního roku platnosti, nejdéle v poslední den platnosti.

1.2 Autorská práva

Autorské právo reprezentuje soubor právních norem (pravidel) upravujících vztahy mezi tvůrci a uživateli, tj. těmi, kdo výtvořiny zpřístupňují veřejnosti (dalším osobám), ať už komerčně nebo nekomerčně. Stanoví, co je a co není chráněno autorským právem (chráněny nejsou např. pouhé nápady...), dále kdo jsou nositelé práv a jaká mají práva či kdy a jak vzniká ochrana práv a jak dlouho trvá. Dále určí:

- v čem spočívá ochrana práv (jaká práva...; jak se bránit při porušení...)
- pravidla pro některé typy děl (zaměstnanecká díla, školní díla, AVD, SW...)
- výjimky a omezení práv (kdy lze díla a jiné výtvořiny užívat bez svolení)
- pravidla pro uzavírání licenčních smluv
- pravidla výkonu kolektivní správy
- sankce za porušení práv

Autorské právo je klasifikováno spolu s právy s ním souvisejícími mezi práva duševního vlastnictví. Autorskoprávní ochrana je v České republice upravena především zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

Doba ochrany u autorského díla je stanovena na celý autorův život a následně 70 let po jeho úmrtí. Tato doba ochrany po úmrtí autora byla upravena z původních 50 let na současných 70 let z důvodu dožívání vyššího věku, než tomu bylo v minulosti.

1.3 Regulace v České republice

Úřad průmyslového vlastnictví uděluje patenty na vynálezy, které splňují podmínky pro patentovatelnost. V roce 2021 vláda schválila Koncepti podpory ochrany průmyslového vlastnictví 2019–2030. Jejím hlavním cílem je nastavit rámec pro efektivní podporu systému ochrany průmyslového vlastnictví. Dále bude možné nastavit efektivnější podporu pro mimosoudní řešení sporů v průmyslovém vlastnictví. Tato koncepce klade důraz v neposlední řadě i na ochranu průmyslového vlastnictví v menších podnicích.

1.3.1. Patenty

Patenty jsou v dnešní době pokládány za jeden z nejdůležitějších prostředků pro ochranu duševního vlastnictví v průmyslu. Lze jimi chránit taková řešení, která jsou světově nová a průmyslově využitelná. Držitel patentu disponuje výlučným právem na předmět, který je tímto způsobem chráněn. Mimo jiné je ho možné propůjčit i jiným fyzickým či právnickým subjektům pomocí licenční smlouvy. Na tomto místě je důležité zmínit, že patentová ochrana je omezena, a to jak časově, tak místně. (Jakl, 2017)

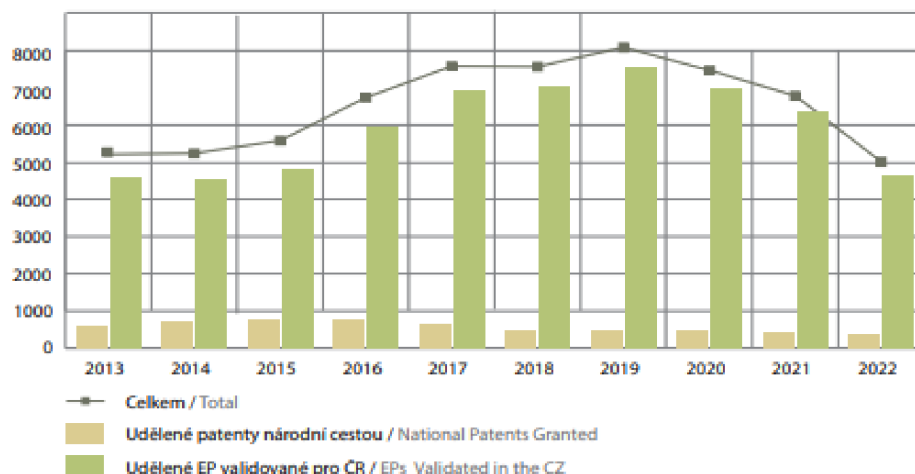
Mimo jiné se musí brát zřetel i na to, že bude přihláška po 18 měsících od data podání zpřístupněna veřejnosti a kdokoliv se na ni bude moci podívat. Doba ochrany patentu je stanovena na 20 let od data podání přihlášky a jeho vlastník musí každoročně platit udržovací poplatek.

Za základní přínosy patentů lze určit:

- podpora technologické vynálezavosti
- podpora sdílení informací
- podněcování soutěží a investic
- napomáhání sdílení technologických postupů

Na počty patentových přihlášek a národních patentů je často nahlíženo jako na ukazatele mezinárodní konkurenceschopnosti či ekonomické síly. V roce 2022 ÚPV udělil národní cestou 505 patentů (viz Obr. 1), nejvíce z nich patřilo do oborů zdraví, zábava, doprava a skladování.

Udělené patenty národní cestou a evropské patenty (EP) validované v České republice
National Patents Granted and European Patents Validated in the Czech Republic



Zdroj: (Výroční zpráva Úřadu průmyslového vlastnictví, 2022)

Obr. 1 Udělené patenty národní cestou a evropské patenty validované v České republice

Pokud chce podnik chránit svůj vynález patentem ve více státech, může využít systému přihlašování podle Smlouvy o patentové spolupráci (PTC). V roce 2022 bylo uděleno tímto způsobem na území ČR 4 662 patentů. Oproti roku 2021 je zde znatelný pokles o 26 %. (Obr. 1).

Dle Evropské patentové úmluvy (EPC-European Patent Convention) je možné patent udělit:

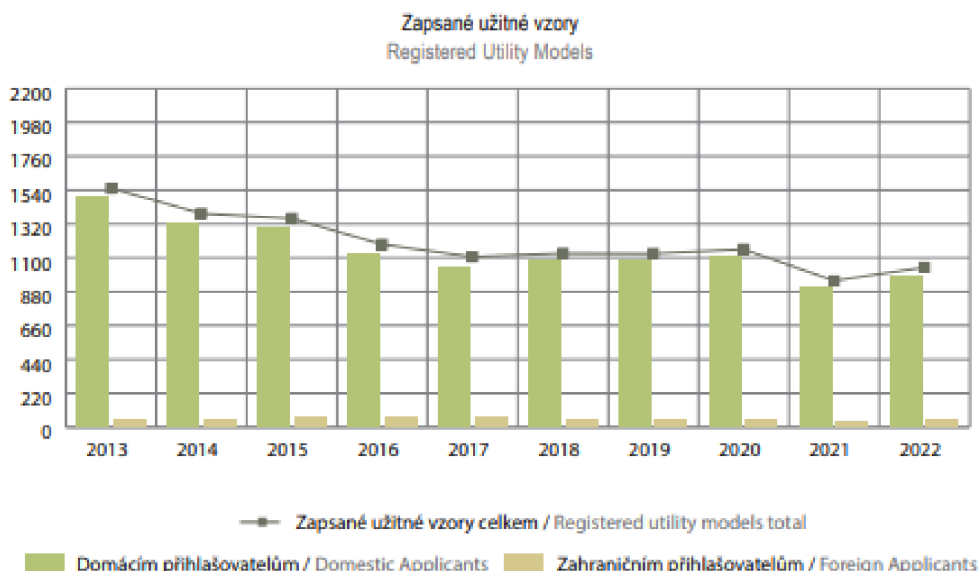
- jakémukoli vynálezu ve všech oblastech techniky
- za předpokladu, že je:
 - 1) nový
 - 2) zahrnuje vynálezeckou činnost
 - 3) průmyslově využitelný

1.3.2. Užité vzory

Ve specifických záležitostech, které mají pouze krátkodobou povahu a nejsou finančně náročné, je výhodnější zvolit ochranu pro technická řešení prostřednictvím užitého vzoru. Podmínkou pro akceptaci technického řešení ze strany Úřadu průmyslového vlastnictví je novost, přesáhnutí rámce pouhé odborné dovednosti a praktická průmyslová využitelnost. Od data podání přihlášky je ochranná doba stanovena na 4 roky s tím, že je možné ji dvakrát prodloužit po 3 letech. Celkově je tedy možné chránit užité vzor nejdéle 10 let.

V průběhu řízení je konána ze strany ÚPV kontrola pouze základních zákonných podmínek, díky tomu bývá zápis poměrně rychlý oproti jiným nástrojům ochrany, a proto je tento způsob ochrany pro technická řešení v České republice hojně používán.

Celkově v roce 2022 obdržel Úřad průmyslového vlastnictví 1095 přihlášek k užitém vzorům, ze kterých bylo zapsáno 1038 (viz Obr 2.). Největší zastoupení měly přihlášky z oboru dopravy a logistiky. Ke konci roku 2022 bylo v České republice platných 6 786 užitéch vzorů (Výroční zpráva, 2022).



Zdroj: (Výroční zpráva Úřadu průmyslového vlastnictví, 2022)

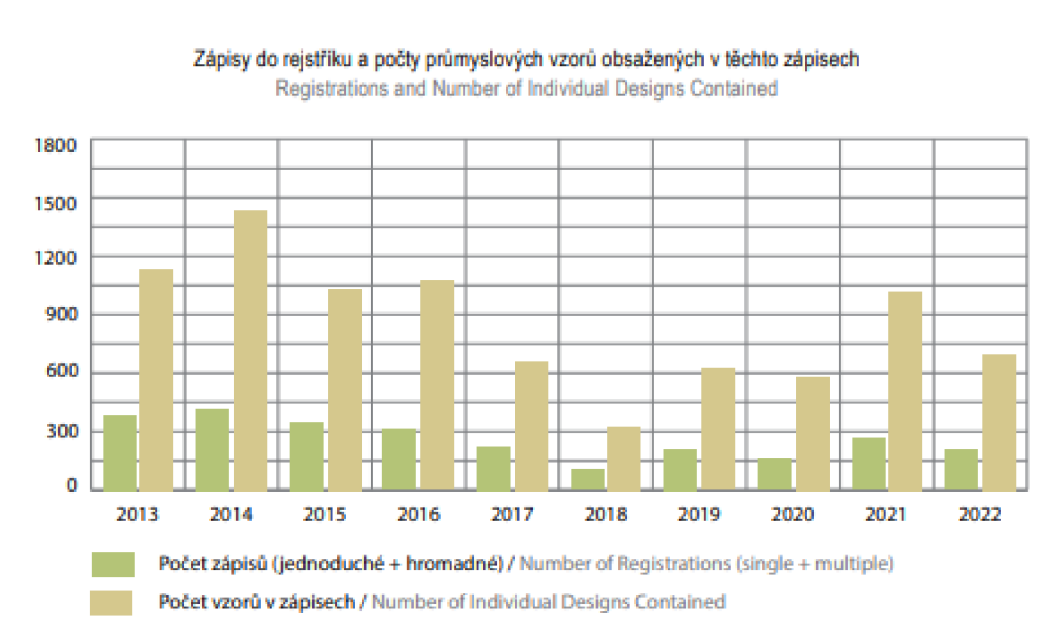
Obr. 2 Zapsané užité vzory

1.3.3. Průmyslové vzory

Průmyslové vzory slouží k ochraně designu výrobku. Může se jednat o samotný vzhled výrobku nebo jeho části (materiál, barva, tvar atd.). Ochrana vzniká zápisem na Úřadu průmyslového vlastnictví po splnění kritérií, kterými jsou novost a individuální povaha.

Délka ochrany je stanovena na 5 let od podání přihlášky a může být opakovaně prodloužena na maximálních 25 roků. Majiteli průmyslového vzoru náleží výlučné právo řešení využívat a poskytovat ho k dalšími užití.

Úřad průmyslového vlastnictví provedl v roce 2022 celkem 203 zápisů do rejstříku, které obsahovaly 693 vzorů (viz Obr. 3.). V porovnání s předchozím rokem je zde vidět znatelný pokles.



Zdroj: (Výroční zpráva Úřadu průmyslového vlastnictví, 2022)

Obr. 3 Zápisy do rejstříku a počty průmyslových vzorů obsažených v těchto zápisech

1.3.4. Ochranné známky

Právní úprava pro ochranné známky je zakotvena v Zákoně č. 286/2018 Sb., kterým se mění zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách), ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a o změně zákonů na ochranu průmyslového vlastnictví (zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví), a zákon č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů.

V rámci odvětví módního průmyslu se nejvíce využívají ochranné známky, které slouží k ochraně samotné módní značky. Nejčastěji se jedná o loga, názvy značek či typické slogany. Jako hlavní nevýhodu u tohoto typu ochrany lze uvést nemožnost chránit samotný vzhled módního výtvaru (zde je žádoucí použít nezapsaný průmyslový vzor). Ochranná známka je označení, které slouží k identifikaci a odlišení výrobků a služeb od konkurence. Nejčastěji se jedná o loga, grafiky atd. Doba platnosti ochranné známky je stanovena na 10 let ode dne, kdy byla přihláška podaná. Dobu platnosti je možno prodloužit vždy o dalších 10 let ve stanovené lhůtě. O prodloužení se žádá v posledním roce platnosti. Pokud je lhůta promeškána, běží ještě 6 měsíců, kdy je možnost zápis ochranné známky obnovit, avšak zde se platí dvojnásobný správní poplatek.

Ochranné známky jsou ustanoveny Zákonem č. 441/2003 Sb. Tento zákon udává, která označení mohou být součástí ochranné známky, aby byla v souladu s pravidly. Zákon stanovuje, že se může jednat o graficky znázornitelné libovolné označení, které je schopné odlišit od označení ostatních výrobků. Každá ochranná známka musí obsahovat rozlišovací způsobilost. V neposlední řadě musí být ochranná známka v souladu s dobrými mravy, neobsahovat klamavá označení či náboženské symboly.

Za klíčový význam ochranných známek se považuje způsobilost odlišit výrobky nebo služby stejného druhu, které jsou vyráběny či poskytovány různými výrobci a poskytovali služeb a schopnost pomoci spotřebiteli ve výběru. Jak uvádí Horáček (2017), ochranné známky se vždy vyskytují s konkrétním výrobkem či službou, které se pod takovou ochrannou známkou poskytují. Své módní výtvary v České republice

chrání pomocí ochranných známek například Beata Rajska, která je považována za ikonu mezi návrháři.

V roce 2022 bylo u Úřadu průmyslového vlastnictví podáno celkem 6 262 přihlášek národních ochranných známek. Úřad zapsal do rejstříku 5 572 národních ochranných známek, z nichž bylo 5 190 českým a 382 zahraničním subjektům. Průměrná délka řízení od podání přihlášky po její zápis trvala 7 měsíců. Vlastní jméno bývá oblíbenou volbou především z důvodu, že dodává značce osobního ducha či nádech jedinečnosti a zmírňuje riziko možné zaměnitelnosti s konkurencí. Za nejznámější představitele nositele značky dle svého zakladatele lze pokládat Karla Lagerfelda či Hugo Bosse.

K zajištění nejvyšší ochrany značky je po jejím vzniku nutné zaregistrovat její pojmenování jako ochrannou známku pro veškeré třídy zboží a služeb, ve kterých jsou na trhu nabízeny zákazníkům. Aby byla ochrana názvu značky efektivní, je nejlepší řešení použít slovní ochrannou známku, která poskytuje větší ochranu oproti obrazové či kombinované ochranné známce. Název značky, který je chráněný, lze označit za významné aktivum v případně nákupu/prodeje značky nebo podílu ve firmě.

Ochranné známky, které patří módnímu návrháři nebo jsou obsaženy v majetku společnosti, mohou být ve spojení s prodejem značky převedeny na nové majitele. V situaci ochranné známky, kterou tvoří jméno módního návrháře může nastat potíže, kdy návrhář již nadále nemůže tvořit pod svým jménem, aby nezasahoval do práv nových majitelů ochranné známky.

Jak uvádí Ryglová (2017), v případě, že se již po převodu ochranné známky na nového majitele módní návrhář nepodílí na tvorbě značky, ztrácí veškeré možnosti rozhodovat, co se nyní bude pod jeho jménem produkovat. Tyto důsledky mohou mít vliv i na samotnou budoucnost módního návrháře, pokud chce i nadále v této oblasti působit.

Ochranná známka má mnoho funkcí, které se často používají jako podpora výkladu platné legislativy. Jako první plní funkci identifikační. Identifikační funkce umožňuje spotřebitelům snadno rozpoznat značku a spojit ji s určitým výrobcem či poskytovatelem služeb. Tím se zvyšuje důvěra spotřebitelů v konkrétní značku a i vyhlídka, že jí budou spotřebitelé nadále vyhledávat. Zákazník, který zaplatil za

luxusní výrobek nemalou částku, očekává u výrobku vysokou úroveň kvality, která v neposlední řadě může vést i ke zvýšení jeho společenské prestiže. Jak uvádí Koukal (2017), z úhlu investora může být považována ještě za klíčovou funkce soutěžní nebo investiční. Podstatný rozdíl při samotné komparaci s autorským dílem či nezapsaným vzorem je nutnost ochrannou známku přihlásit, protože nevzniká přímo s výtvořem. Aby bylo označení platné, nesmí obsahovat rozpor s dobrými mravy, musí mít dostatečnou rozlišovací způsobilost, nesmí být považováno za běžné označení a v neposlední řadě musí být přihlašováno s dobrým úmyslem.

1.4. Regulace v zahraničí

Mimo cesty zdlouhavé registrace v každém státě, kde chce společnost působit, je možné využít efektivnější způsob pomocí regionální nebo mezinárodní ochrany. Při volbě způsobu regionální ochrany (ochrana pro území EU) je potřeba podat přihlášku u Evropského úřadu pro duševní vlastnictví. Po úspěšném schválení získává společnost ochranu po celém území Evropské unie. V případě zvolení možnosti skrz mezinárodní ochranu je potřeba podat přihlášku u Světové organizace duševního vlastnictví (WIPO). V tomto případě po úspěšném absolvování procesu je možné získat ochranu až pro 195 zemí. Občané z České republiky mohou také využít mezinárodní ochranu. V roce 2008 Evropská unie přistoupila k aktu Haagské dohody o mezinárodním přihlašování průmyslových vzorů a modelů.

Ochranné známky spadají do sektoru, který podléhá harmonizaci předpisů Evropské unie se stanoveným cílem zajistit jednotnou ochranu. Ochranné známky EU mají takzvaný unitární charakter. Díky této vlastnosti jsou ochranné známky platné po celé EU jako označení pro výrobky a služby (úprava v sekundárním právu EU). Pro firmy, které mají aktivity ve více zemích, které jsou součástí Evropské unie, to znamená ušetření velkého množství času, administrativy a financí oproti podávání jednotlivých přihlášek na národních úrovních. Stejně jako u národní ochranné známky je možné označit rozlišovací způsobilost za klíčovou vlastnost k úspěšnému zápisu. Označení, u kterých je tato vlastnost postrádána, nemohou být zapsané.

Během posuzování rozlišovací způsobilosti na úrovni EU se uplatní unitární charakter. Nutnost unitárního charakteru plyne z pestrosti úředních jazyků Evropské unie. Jak Toman (2021) uvádí, při posuzování rozlišovací způsobilosti na úrovni EU může vzniknout případ, ve kterém se budou některá označení pozdávat spotřebitelům jako popisná na určitém území, kdežto v jiném území tomu tak nebude – především v závislosti na jazyku státu. K získání ochrany je potřeba podat přihlášku u Úřadu duševního vlastnictví Evropské unie (EUIPO), který má své zázemí ve městě Alicante (Španělsko).

Závazná přihláška musí zahrnovat:

- 1) Žádost o zápis ochranné známky EU do rejstříku
- 2) Údaje, které umožní identifikaci přihlašovatele
- 3) Seznam výrobků/služeb
- 4) Samotné vyobrazení ochranné známky

Výše poplatku za přihlášku může činit maximálně 850 €. Jak již bylo v předešlém textu zmíněno, ochranná známka Evropské unie zabezpečí ochranu označení ve státech, které jsou členy EU. Pokud nemá návrhář ambice expandovat do zahraničí, stačí mu ochrana na národní úrovni. V případě, že návrhář tyto ambice má, jedná se o logický krok učinit ochranu i pro ostatní země. Účinnost ochranné známky EU je určena na 10 let a může být neomezeně obnovována.

V celkových číslech bylo v roce 2022 pro území České republiky platných více než 1,9 milionu ochranných známek. Největší zastoupení měly ochranné známky EU, kterým patřil podíl okolo 76 % z celkových čísel (1,51 milionu).

1.5. Podpora v oblasti práv duševního vlastnictví

Malé firmy mají v ekonomikách evropských zemí své nezastupitelné místo. Nicméně jen malé procento z nich zná možnosti, jak chránit své duševní vlastnictví. Aby se povědomí o ochraně duševního vlastnictví rozšířilo, připravila Evropská komise ve spolupráci EUIPO podporu pro malé a střední podniky, kde na tyto aktivity vyčlenila 20 milionů €. Z těchto prostředků bylo v rámci pilotního projektu Ideas Powered for Business SME Fund ze 75 % dotováno poradenství o duševním vlastnictví, tzv. služba IP scan a dále byla dotována z 50 % registrace ochranných známek a průmyslových vzorů v EUIPO a národních úřadech.

ČR byla v počtu podaných žádostí o dotace z tohoto fondu v nominálním srovnání s ostatními evropskými státy na 9. místě, což lze považovat za úspěch. Dotace z SME Fund jsme propagovali ve spolupráci s mnoha institucemi, jako např. Technologická agentura Akademie věd, Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR, CzechInvest a Komora patentových zástupců. Celkem byla českým podnikům přiznána finanční podpora v 628 případech, přičemž její maximální výše byla 1 500 EUR pro jeden malý či střední podnik (Kratochvíl, 2022).

V roce 2022 bylo možné dotaci čerpat prostřednictvím dvou druhů voucherů, z nichž každý byl určený k částečnému proplacení nákladů vybraných činností. V rámci předmětné podpory byla v roce 2022 pro žadatele dostupná částka až do celkové výše 2 250 EUR.

Pomocí voucheru číslo 1 může žadatel obdržet finanční příspěvek v maximální výši 1 500 EUR. Tento příspěvek lze využít k proplacení následujících služeb:

- 90 % nákladů na služby typu "IP scan" - ÚPV skrz sítě externích poskytovatelů zprostředkuje celkovou analýzu duševního vlastnictví pro daný subjekt. Externí poskytovatel poté díky získaním poznatkům připraví závěrečnou zprávu, ve které poradí, jaké další postupy k zajištění ochrany duševního vlastnictví má zkoumaný subjekt učinit.
- 75 % nákladů na poplatky spojené s podáním přihlášky ochranné známky nebo průmyslového vzoru na národní, regionální nebo unijní úrovni
- 50 % nákladů na poplatky spojené s podáním přihlášky ochranné známky nebo průmyslového vzoru mimo území EU

Pomocí vouchery číslo 2 může žadatel obdržet finanční příspěvek v maximální výši 750 EUR, kterou je možno použít k proplacení 50 % nákladů na poplatky spojené s podáním národní patentové přihlášky. Finance pro voucher č. 1 pochází ze zdrojů EUIPO, finance pro voucher č. 2 jsou ze zdrojů Evropské komise (Kotýková, 2022).

2. Vymáhání práv proti padělání

Mezi způsoby, jak se domoci práva k duševnímu vlastnictví v České republice, patří hned několik možností. Je možné využít soukromoprávní prostředky, veřejnoprávní prostředky a trestněprávní prostředky, které mají mimo jiné kromě uvalení trestu na pachatele také pomoci k upevnění zákonů a zamezení dalších trestných činů. Při prvním pohledu na práva duševního vlastnictví se může jevit, že tato oblast zatím není podchycená, nicméně realita je přesný opak. Soubor těchto práv se průběžně aktualizuje a reaguje na změny v oboru, jak na národní úrovni, EU, tak i na úrovni mezinárodní. Současný právní výklad vychází z Úmluvy o zřízení Světové organizace duševního vlastnictví, která určila, že duševní vlastnictví zahrnuje práva k:

- 1) literárním, uměleckým a vědeckým dílům
- 2) výkonům výkonných umělců, zvukovým záznamům a vysílání
- 3) vynálezům
- 4) vědeckým objevům
- 5) průmyslovým vzorům
- 6) ochranným známkám, obchodnímu jménu a názvům

Historicky byly označovány za místa s největší koncentrací padělků tržnice, které byly u hranic se sousedními státy a známé velké tržnice, kde si toto zboží ve velkém i skladovalo. Ze strany celní správy probíhaly velké akce, kdy byly celé tržnice zavřené a důkladně kontrolovány. V průběhu let si tyto akce již nekonají v tak velkém měřítku, jako tomu bylo v minulosti, a to díky stále většímu přechodu prodeje padělků do on-line prostředí a také změně kompetencí, které začala celní správa sdílet s Českou obchodní inspekcí. Jak již bylo výše zmíněno, díky čím dál většímu počtu uživatelů internetu se nakupování padělků zboží přesunulo do virtuálního prostoru. Na internetu můžete pořídit velké množství padělků v mnoha sortimentech, ať už od námi zkoumaného módního zboží až po elektroniku.

V poslední letech vzrostla obliba kupujících pořizovat zboží přímo z Číny prostřednictvím on-line tržnic typu Aliexpress atd. Mnoho zásilek z této on-line tržnice bylo zabaveno Celní správou a zákazníci o ně přišli.

2.1. Civilně právní prostředky

Proti jednáním, která porušují práva vyplývající z občanskoprávních předpisů, je třeba se bránit v první řadě soukromoprávními prostředky jako je například žaloba u soudu. S porušováním práv je možné se nejvíc setkat na tržnicích typu Sapa, Hatě či v online prostředí například na portálu Bazoš.cz. V těchto záležitostech je označen za porušovatele práv kromě výrobce a prodejce padělku, také osoba či společnost, která tržnici provozuje. Touto problematikou se na úrovni národního práva zabývá Zákon č. 221/2006 Sb., (Zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a ochraně obchodního tajemství). Tento zákon stanovuje, že práva proti porušování duševního vlastnictví může vymáhat jejich vlastník či osoba nebo společnost, kterým byly tato práva propůjčena (např. licenční smlouva). Dále má na základě tohoto zákonu způsobilá osoba právo vyžádat si informace ohledně původu zboží, u kterého dochází k porušení práva. Pokud se potvrdí, že došlo k nepovolenému zákroku do duševního vlastnictví, má oprávněná osoba povolení požádat protistranu o stažení výrobku z prodeje či jeho zničení. Poškozený má dále nárok na náhradu vzniklé škody, ke které došlo z důvodu porušování práv k duševnímu vlastnictví.

U civilního soudu mají možnost podat žalobu také subjekty, které se domnívají, že jsou obětí nekalé soutěže. Nekalá soutěž je upravena § 2976-2990 OZ a lze jí definovat jako stav, kdy chování účastníka hospodářské soutěže není v souladu s dobrými mravy a má dopad na ostatní subjekty, kterými jsou ostatní soutěžitelé a zákazníci. Zjednodušeně ji tedy lze nazvat jako ochrana slušnosti soutěže. Dobré mravy nejsou zákonem formulovány a je tedy na soudním systému rozhodnout v jednotlivých sporech, zda došlo či nedošlo k jejich porušení.

V Občanském zákoníku, konkrétně v ustanovení § 2976 odst. 2 jsou uvedeny skutkové podstaty, při nichž vzniká nekalá soutěž. Mezi tyto skutkové podstaty náleží u módních značek především klamavá reklama, klamavé označení zboží, srovnávací reklama či vyvolání nebezpečí záměny. V případě prokázání nekalé soutěže se může poškozený domáhat po obžalovaném subjektu zdržení se tohoto chování, odstranění závadného stavu, náhradě škody či poskytnutí přiměřeného zadostiučinění.

Mezi nejčastěji používaný nástroj ochrany poškozených v nekalé soutěži patří zdržovací nárok. Tímto nárokem je zabráněno pachateli pokračovat v konání

nekalosoutěžního jednání, a tedy poškozovat ostatní soutěžící a spotřebitele. Důležité je provést tento krok včas, aby nedošlo k velkým ztrátám (dobrá pověst, zákaznicí, obrat, zisk atd.), které by mohly mít pro výrobce fatální důsledek. Nárok na zdržení se tohoto chování je možné uplatnit prostřednictvím žaloby či předběžným opatřením.

2.2. Správně právní prostředky

Ve druhém kroku, při nedostatečnosti soukromoprávních prostředků, lze uplatnit sankce správní. K ochraně proti padělkům může zákazník z pozice spotřebitele použít především Zákon č.634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Tento Zákon definuje především povinnosti pro podnikatele, které musí dodržovat při vykonávání své činnosti. Mezi tyto povinnosti lze zařadit například prodávání výrobků v předepsané či schválené kvalitě, zdržení se nekalých a agresivních obchodních praktik, klamavých reklam. Například v případech, kdy má spotřebitel podezření, že si pořídil padělek, má možnost napřímo zkontaktovat oficiální zastoupení značky a nechat si výrobek ověřit. Tuto možnost kontroly v dnešní době nabízí bezplatně většina luxusních značek.

V případě prokázání viny mohou mít správní sankce podobu napomenutí, pokut, udělení zákazu provádění činnosti či propadnutí věci.

Napomenutí má ryze mravní charakter a náleží tedy k nejmírnější možnosti ukončení sporu, nicméně tento druh sankce je používán výjimečně. Je možné ho uložit spolu se zákazem činnosti a propadnutí věci. V kombinaci s pokutou nemůže být uloženo.

Oproti tomu mezi nejčastěji používaný typ sankce patří pokuty, kterých je uděleno během roku statisíce. Při určení její výše musí správní orgán dodržet rozmezí, které je stanoveno a nesmí mít likvidační povahu. Během rozhodování o výši pokuty je brána v potaz především závažnost přestupku, okolnosti přestupku či míře zavinění. Jak již bylo výše zmíněno pokutu nelze uložit v kombinaci s napomenutím, s ostatními sankcemi je možno pokutu udělit.

Udělení zákazu činnosti je sankcí, která má charakter omezující povahy. Je možné jí uložit jak samostatně, tak v kombinaci s jinou sankcí, nejčastěji pokutou. Délka zákazu činnosti se stanovuje dle závažnosti případu s tím, že maximální délka trestu je stanovena v českém správním právu na 3 roky. Oproti tomu v trestním právu

může soud uložit zákaz činnosti až na 10 let. V českém správním právu je možné po uplynutí poloviny doby, na kterou byl zákaz činnosti uložen, upustit od vykonání zůstatku trestu, pokud pachatel dokáže změnu chování a správní orgán uzná, že není potřeba pokračování trestu. V případě, že byl udělen zákaz činnosti v kombinaci s pokutou, která nebyla uhrazena, není možné od zůstatku trestu upustit.

Smyslem propadnutí věci je zamezit páchání dalších přestupků – konkrétně v rámci problematiky této diplomové práce by se jednalo o zamezení dalšího prodeje padělků. Tato sankce může být uložena jak jednotlivě, tak v kombinaci s ostatními sankcemi. Majitelem propadlé věci je stát.

2.3. Trestně právní prostředky

Vymáhání práv duševního vlastnictví v rámci trestního řízení je poslední možností, nicméně trestnímu právu není možnost dát přednost. Na základě toho je nazýváno jako takzvané ultima ratio – poslední nástroj domáhání. Ačkoliv se může zdát, že se jedná o nejefektivnější nástroj, jak se domoci práva, je spoutáno celou řadou pravidel. Trestně právní prostředky se využívají v první řadě pro takové případy, kde je porušování práv zvláště závažné, a je proto komplikovanější než vymáhání veřejnoprávní a soukromoprávní. Je potřeba dokázat nikoli pouze samotné protiprávní jednání, ale i jeho úmyslné zavinění, přičemž toto rozšířené důkazní břemeno plně leží na policejním orgánu (Kellner, 2022).

Trestní právo má kromě udělení trestu pachateli také přispět k posílení zákonů či zabránění vykonání dalších trestných činů.

Mezi funkce trestního práva patří funkce ochranná, kterou si lze představit jako prostředek „poslední instance“. Dále pak funkce represivní, která působí vůči pachateli a zamezuje mu v páchání další trestné činnosti. Funkce, která působí vůči státu je nazývána regulativní a definuje podmínky trestní odpovědnosti a ukládání trestů. Poslední funkce je funkce preventivní. Výsledkem trestního řízení může být například odnětí svobody, peněžitý trest, propadnutí věci nebo jiné majetkové hodnoty.

Oproti průmyslovým a autorským právům jsou trestné činy upraveny v ustanoveních § 268–271 trestního zákoníku a jsou zařazeny do hospodářských trestných činů. K záležitostem ohledně padělků jsou relevantní pouze první dvě ustanovení. Aby vůbec mohlo dojít k zahájení trestního řízení, je nutné prokázání reálné společenské

škodlivosti protiprávního jednání, která odpovídá nejméně tzv. typové škodlivosti konkrétního trestného činu, která je vyjádřena jeho trestní sazbou. § 268 Porušení práv k ochranné známce a jiným označením a Porušení práv k ochranné známce a jiným označením a § 269 Porušení chráněných průmyslových práv uvádí, jakými prohlešky je možné se dopustit trestných činů a také délky trestů, které mohou být uděleny. Maximální délky trestu jsou dle těchto paragrafů stanoveny na 8 let odnětí svobody, a to v případě, pokud pachatel svým jednáním získá prospěch velkého rozsahu či se dopustí protiprávního jednání ve velkém rozsahu. Mezi další druhy trestů v záležitostech týkající se duševního vlastnictví patří zákaz činnosti a propadnutí věci.

2.4. Mimosoudní řešení sporů

V Koncepti podpory ochrany průmyslového vlastnictví 2019–2030 se ÚPV zavázal podporovat mimosoudní řešení sporů v oblasti průmyslového vlastnictví. Úřad proto poskytuje maximální informační podporu účastníkům řízení s cílem umožnit smírné řešení sporů mimo probíhající správní řízení. Mimosoudní řešení sporů je výhodné zejména pro malé a střední podniky, neboť bývá často levnější a rychlejší alternativou. V roce 2021 vznikla v EUIPO pracovní skupina na podporu ADR služeb (Alternative dispute resolution) v průmyslovém vlastnictví.

Dotčenou legislativou, která řeší uvedenou činnost mimosoudních sporů je zejména § 2 odst. 1 zákona č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv průmyslového vlastnictví a dále směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2004/48/ES ze dne 29. 4. 2004, o vymáhání práv k duševnímu vlastnictví.

V poslední době je v oblibě řešení mimosoudních sporů prostřednictvím mediace, která je upravená zákonem č. 202/2012 Sb. Jedná se o způsob, který má zajistit, aby celý proces řešení sporů byl klidný a lze ho využít ve veškerých stádiích sporu. Výhodou oproti klasickému soudního řízení je povinnost mlčenlivosti a neveřejnost řízení, které je v případech duševního vlastnictví důležité (např. kvůli ochraně know-how). Dle posledních zveřejněných statistik je úspěšnost dosažení mediačního cíle okolo 80 %.

2.5. Příklady z praxe

Spor Adidas x Thom Browne

Německá firma Adidas zahájila spor s americkým módním návrhářem Thomem Brownem již v roce 2007, neboť se jí nelíbilo, že používá na svých výrobcích design tří pruhů, pro který má Adidas registrovanou ochrannou známku a většina lidí si ji i s tímto logem spojuje. Módní návrhář akceptoval požadavek a tento design přestal používat, a aby se odlišil, přidal čtvrtý pruh. V posledních letech módní návrhář začal vytvářet sportovní kolekce, což se Adidasu přestalo líbit, celý spor znovu začal gradovat a skončil zahájením právních kroků v roce 2021, kdy začal požadovat po návrhářovi odškodné 7,8 milionu dolarů. Jako hlavní důvod záležitosti uvedl velkou podobnost čtyři pruhů značky Thom Browne se svými třemi pruhy, kdy tato shoda může zákazníky zmást či uvést v omyl.

Spor skončil v lednu 2023, kdy se Manhattanský soud postavil na stranu Browneho. Jako argumentaci použili jeho právníci, že obě firmy mají jiné cílové skupiny. V obhajobě zaznělo, že Adidas je cenově dostupná sportovní značka, kterou nosí lidé po celém světě, kdežto Thom Browne je „high-fashion“ značka s klientelou celebrit. Byl uveden i velký rozdíl v cenách. Svetr, který má design čtyř pruhů stojí 1300 dolarů, kdežto se třemi pruhy stojí 30 dolarů. Po vyhraném sporu Browne pronesl, že doufá, že bude inspirací i pro ostatní, jejichž práce je často napadávána velkými firmami. V ochraně duševního vlastnictví je Adidas známý svými mnoha soudními spory, kterých v posledních letech vedl vyšší desítky.



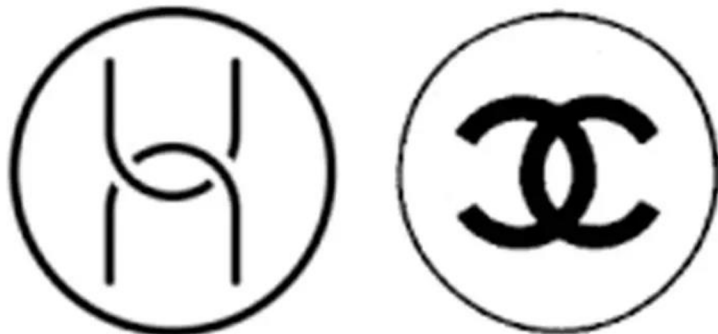
Zdroj: (BBC, 2023)

Obr. 4 Porovnání designu Adidas x Thom Browne

Spor Chanel x Huawei

Čínská technologická firma Huawei po expanzi na evropský trh zažádala v září 2017 u Úřadu Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO) o zápis ochranné známky pro své logo. V lednu roku 2018 podala luxusní francouzská módní značka Chanel proti ochranné známce Huawei námitku, s tím, že je velká podobnost mezi propletenými půlkruhy, které obsahují loga obou značek.

EUIPO tuto námitku zamítl s odůvodněním, že podobnost nebyla prokázána a ze strany spotřebitelů tedy nebude docházet k záměnám. S tímto rozhodnutím nebyl Chanel spokojen, a proto se obrátil na Tribunál EU, který také odvolání zamítnul. Jako hlavní odůvodnění bylo uvedeno, že se ochranné známky musí porovnávat v podobě, které jsou zapsané, tedy bez změny orientace. Huawei má ve své ochranné známce propletené půlkruhy orientované vertikálně, kdežto Chanel svisle. Jako další odůvodnění ze strany Tribunálu EU bylo uvedeno, že má Chanel jasně zaoblenější tvar a silnější linku.



Zdroj: (Inside Retail, 2021)

Obr. 5 Porovnání log Chanel x Huawei

Holešovická tržnice jako poskytovatel prostorů pro prodej padělků

Společnost DELTA CENTER a.s. byla od roku 1994 nájemcem pražské holešovické tržnice, kdy v tomto roce vyhrála veřejnou vypsanou soutěž hl. m. Prahy. V roce 2020 po mnoha problémech byla společnost donucena tyto prostory opustit (problémy s placením nájemného atd.) Společnost tyto prostory dále podnájemala jednotlivým stánkařům, kteří zde prodávali především padělané oblečení módních značek. Tuto skutečnost, že se zde ve velkém prodává padělané zboží věděla široká veřejnost a díky tomu se tato informace dostala až k samotným výrobcům, kteří mají ve vlastnictví ochrannou známku.

Skupina značek jako je Tommy Hilfiger, Lacoste či Burberry neváhala a kontaktovala nájemce tržnice společnost DELTA CENTER, aby sjednala nápravu. Ze strany nájemce tržnice nebyly provedeny žádné kroky k dalšímu zamezení prodeje padělků, a proto se skupina značek spojila a podala žalobu k Městskému soudu v Praze, aby byla pro DELTA CENTER stanovena povinnost zdržení se uzavírání a prodlužování podnájemních smluv stánkařů, které prodávají padělky a dále zakomponovat do smluv závazek, že nebude docházet k porušování práv duševního vlastnictví ze strany podnájemců a pokud dojde, DELTA CENTER může ihned smlouvu s podnájemcem vypovědět. V únoru 2012 byl tento návrh na stanovení povinností ze strany Městského soudu zamítnut, neboť dospěl k závěru, že kupujícím je očividné, že dané zboží je padělané. Dovolatelé se s tímto rozhodnutím neshodli a podali dovolání k Vrchnímu soudu v Praze. Z jeho strany bylo také zamítnuto s odůvodněním, že by se mohl brát i přívod energie jako prostředek k porušování duševního vlastnictví.

Na základě tohoto závěru bylo podáno dovolání k Nejvyššímu soudu, který dále položil Soudnímu dvůr EU předběžné otázky, neboť situace ohledně odpovědnosti DELTA CENTER vychází z evropské směrnice. V rozsudku Soudního dvoru ze dne 7. července 2016 ve věci C-494/15 - Tommy Hilfiger Licensing a další bylo uvedeno, že společnost, která má pronajatou tržnici a dále prostory podnájemá stánkařům, je prostředníkem, kterého služby jsou užívány třetími osobami k porušování práv k duševnímu vlastnictví a na základě toho je jim možné soudně uložit opatření k nápravám. Tento rozsudek byl pro mnohé značky, které jsou ve velkém padělané klíčový, neboť do této doby byly proti tržnicím prakticky nic nemohoucí.

2.6. Kontrolní činnost České obchodní inspekce

Česká obchodní inspekce (ČOI) je orgán státní správy, který zastřešuje Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky. Mezi hlavní činnosti, které tento subjekt provádí, se řadí provádění kontrol prodejen, skladování, poradenství. Aktivity ČOI chrání zájmy jak spotřebitelů z pozice případných zákazníků, tak společností, které mají ve svém majetku práva k duševnímu vlastnictví. V tabulce č. 1 níže můžete vidět výsledky kontrolní činnosti ČOI za roky 2017-2022.

Tab. 1 Přehled výsledků kontrolní činnosti 2017–2022 v oblasti dozoru ČOI

Rok	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Zajištěné zboží (v tis. ks)	38	41	58	19	29	36
Hodnota vyjádřená v cenách originálních výrobků (v mil. Kč)	84	92	152	32	62	81

Zdroj: (Výroční zpráva České obchodní inspekce, 2022)

V roce 2022 bylo uskutečněno ze ČOI 1 041 kontrolních zásahů s úkolem vypátrat porušování práv duševního vlastnictví. Téměř ve 42 % (435 případů) bylo zaznamenáno porušení příslušného ustanovení zákona. Všechny právní předpisy byly porušeny téměř v 80 % (815 případů). Lokality kontrol byly zaměřeny především na oblasti, které se nacházejí v příhraničí, především se jednalo o Karlovarský, Ústecký a Plzeňský kraj. Tyto lokality jsou pro prodejce padělaného zboží atraktivní, neboť je stále o zboží i z řad zahraničních spotřebitelů zájem a v neposlední řadě se jedná o lokality, které nejsou ekonomicky silné.

V roce 2022 bylo zabaveno 36 349 ks padělaného zboží, které bylo vyčísleno v hodnotách originálů celkem na částku 80 543 417 Kč. Zboží, které bylo zabaveno Českou obchodní inspekcí, bylo dle příslušného ustanovení uschováno tak, aby se k němu kontrolované osoby nedostaly. Na velkých tržnicích, probíhaly rozsáhlejší kontroly, které zahrnovaly kooperace i s jinými orgány státní správy (PČR, Cizinecká policie, atd).

2.7. Kontrolní činnost Celní správy

Kromě České obchodní inspekce vlastní také Celní správa pravomoce účastnit se boje proti porušování práv k duševnímu vlastnictví, a to v souladu s unijní a vnitrostátní legislativou. Na rozdíl od České obchodní inspekce není řízena Ministerstvem průmyslu a obchodu, ale je řízena Ministerstvem financí. Činnosti Celní správy jsou rozděleny na dvě kategorie – národní a mezinárodní. V rámci národních činností se jedná o kontroly tržnic, kamenných prodejen, stánků atd. V rámci mezinárodních činností provádí kontrolu zboží, které má dočinení se třetími zeměmi. Mimo tyto činnosti má Celní správa i roli v trestním řízení jako činný orgán, který odhaluje distribuci padělaného zboží atd. Výsledky kontrolní činnosti za období 2017-2021 jsou zobrazeny v tabulce č. 2.

Tab. 2 Výsledky kontrolní činnosti v oblasti celního řízení

Rok	2017	2018	2019	2020	2021
Počet zajištěného zboží (v tis. ks)	354	216	4 182	248	243
Hodnota vyjádřená v cenách originálních výrobků (v mil. Kč)	245	125	224	58	207

Zdroj: (Informace o činnosti Celní správy ČR, 2021)

V roce 2021 bylo zabaveno celní správou 243 tisíc kusů zboží, kde jeho hodnota vyjádřená v ceně originálu dosahovala téměř 207 milionů Kč. Při porovnání s předchozím rokem 2020 je zde viditelný nárůst, který byl zapříčiněn zadržením velkého množství roušek, která obsahovaly loga luxusních značek. Z vyobrazené tabulky je vidět, že hodnota zadrženého zboží v roce 2021 se i přes pandemii COVID – 19 dostala téměř na úroveň roku 2019.

Mezi druhy zboží, u kterého bylo zadrženo největší počet kusů, patří již tradičně oblečení (54 000 kusů v hodnotě 114 milionů Kč), na druhém místě se umístily módní doplňky (13 500 kusů v hodnotě 2,2 milionů Kč) a třetí místo obsadilo příslušenství pro mobilní telefony (5 400 kusů v hodnotě 2,3 milionů Kč). Nelze také opomenout hodinky, kterých bylo zadrženo kolem 1000 kusů, nicméně jejich hodnota byla vyčíslena na 45 milionů Kč.

Celkem bylo na vnitrostátním trhu provedeno 6 kontrolních akcí (4 regionální, 2 celostátní), které měly různá zaměření. Mimo jiné byla také Celní správa účastníkem velké mezinárodní společné kontrolní akce pod názvem POKEZONE, která byla řízena Europolem. Tato akce, která dopadla úspěšně, byla zaměřena na hledání padělků hraček, které byly nalezeny ve skladu velkého e-shopu. Jak již bylo výše zmíněno, na vnitrostátním trhu v porovnání s rokem 2020 bylo zachyceno větší množství padělků z důvodu velkého objemu zadržených roušek, které obsahovaly loga luxusních značek. Kompletní výsledky činnosti Celní na vnitrostátním trhu za roky 2017–2021 lze vidět v tabulce č. 3.

Tab. 3 Výsledky kontrolní činnosti v oblasti vnitrostátního trhu

Rok	2017	2018	2019	2020	2021
Počet zajištěného zboží (v tis. ks)	407	159	377	151	158
Hodnota vyjádřená v cenách originálních výrobků (v mil. Kč)	260	243	458	175	362

Zdroj: (Informace o činnosti Celní správy ČR, 2021)

Dohromady bylo provedeno 713 kontrol Celní správou na vnitrostátním trhu, téměř v 70 % (483 případů) bylo podezřelé zboží zadrženo. V celkových číslech bylo zadrženo 157 582 kusů, které v cenách originálních výrobků dosahovaly částky 362 milionů Kč. Největší počet ze zadrženého zboží patřil hračkám (42 500 ks), v závěsu se umístilo oblečení (41 000 ks). Mezi další zboží, které bylo zadrženo, patřila například sportovní obuv, kabelky, módní doplňky či parfémy. Po převezení zadrženého zboží do skladu celní správou majitelé ochranných známek stvrdili, že se jedná o padělky a vyslovili souhlas se zlikvidováním.

Prezentované výsledky kontrolní činnosti jsou ovlivněny různými faktory. V první řadě se většinou ve stáncích nachází menší množství zboží, velké zásoby jsou pečlivě uskladněny mimo dosah. V případě větších tržišť jsou padělky ukryty například v kontejnerech, kam je zájemce, pokud nepůsobí podezřele, v případě zájmu o padělané zboží pozván prodejcem.

3. Důvody proč spotřebitelé nakupují padělky

V dnešní době padělky postoupily do fáze, kdy jsou téměř nerozeznatelné od originálu. Padělek obsahuje v mnoha případech pouze drobné detaily, kterých bychom si jako běžní spotřebitelé ani nevšimli a je potřeba oko odborníka. Typickým příkladem mohou být sluneční brýle od značky RayBan či kabelky YSL nebo Prada. Na platformě Youtube nalezneme řadu videí, kde uživatelé porovnávají originální výrobek s padělkem a mnohdy je i pro odborníky v oboru náročné rozdíly nálezt. Často si můžeme všimnout, když někdo prodává padělek, nabízí k tomu i jisté certifikáty pravosti. V tomto certifikátu můžeme nalézt kód, pod kterým můžeme produkt na originálních stránkách vyhledat. Tomuto lze předcházet, že můžeme požádat provázejícího o více fotografií, kopii účtenky či zaslání již zmíněného kódu. Padělky jsou často k dispozici na tržnicích, v ČR je to nejčastěji Sapa či Holešovice, kde jsou padělky schované v utajeném kontejneru a obchodníci je prodají jen lidem, které znají či u kterých nehrozí nebezpečí. Nejčastějším typem padělků jsou dle výsledků z kontrolní činnosti parfémy, kabelky, brýle, oblečení. Často jsou zde policejní kontroly či zátahy celní správy. Pokud padělky celní správy zadrží, padělky jsou odvezeny do skladu celní správy, kde jsou pak ekologicky zlikvidovány. Celníci jsou při zásahu v kontaktu s Českou obchodní inspekcí (ČOI). Některé padělky mají i všechny náležitosti jako originál, např. kabelky jsou baleny do originálních obalů proti poškození.

Nicméně i řada značek se dostala do fáze, kdy vyrábí výrobky zvané jako fast-fashion. Fast Fashion vznikla moderní dobou. Lidé mají nakupování jako koníček, kupují tak vícero kusů za lepší ceny, než kdyby si koupili jeden dražší produkt. Opakem Fast Fashion je Slow fashion. V minulém století neexistovaly e-shopy či velká obchodní centra. Lidé nakupovali zboží v Tuzexu či si na oblečení museli dlouho počkat, např. na rifle. Zkrátka co si neušili doma, tak neměli, typickým příkladem jsou různé šaty či svetry. Dnes je tomu jinak. Můžeme si koupit několik kousků za méně peněz, životnost produktu je však často krátká. Po vyprání či běžném nošení oblečení ztrácí elasticitu, často se objeví nitky či drobné nesrovnalosti ve švech. Jako typický příklad Fast Fashion můžeme uvést e-shop Shein. Zde můžeme nakoupit několik druhů oblečení, přes kabelky, po spodní prádlo či plavky. Paradoxem je, že tyto módní kousky některé e-shopy dále přeprodávají. Tím mají hrubou marži z prodeje téměř i 100 %. Takové výrobky

kopírují designy světových značek, ale mají nízké ceny, a proto jsou mezi uživateli velmi oblíbené. Především mladší generace nemá dostatečný finanční příjem, aby si mohla zakoupit kabelku od Louis Vuitton. Někteří to řeší tak, že padělky nenakupují a preferují nákup z druhé ruky. Ta větší část jde do možnosti nákupu padělků.

3.1. Dotazníkové šetření zaměřené na danou problematiku

Předpokladem pro uplatnění restorativních přístupů je dobře fungující občanská společnost, ve které by měli její členové žít v souladu se zákonem a aby v případě jeho narušení, byla stanovena pravidla nápravy. Jak uvádí průzkum, který byl proveden v roce 2022 EUIPO a zaměřoval se na mladé spotřebitele (15–24 let), více než 50 % z dotázaných respondentů uvedla, že si za poslední rok koupila na internetu minimálně jeden padělaný výrobek, přitom 1/3 z nich to provedla účelově. Pro porovnání se stejným průzkumem, který byl proveden v roce 2019, je zde tedy zřetelný růst záměrného nákupu padělaného zboží. V roce 2019 si záměrně zakoupilo falešný produkt 14 % mladistvých, v roce 2022 již 37 % mladistvých. V porovnání i s ostatními ukazateli (např. společenská přijatelnost nákupu padělaného zboží, atd) z roku 2019 je zde vidět negativní trend až na jednu světlou výjimku, která se týká digitálního obsahu. V roce 2019 uvedlo 50 % mladistvých, že preferuje přístup k digitálnímu obsahu z legálních zdrojů, v roce 2022 to bylo již 60 %. Z daných výsledků je zřejmé, že společnost má v tomto ohledu ještě stále deficit. Smýšlení společnosti i jednotlivců nad způsobem, jakým se vypořádávat s trestnou činností, je totiž stále nejednoznačné. Velkou roli zde hraje i malé povědomí veřejnosti o právech ochrany značek a způsobech jejich poškozování.

V roce 2023 byl proveden podobný výzkum o vnímání duševního vlastnictví ze strany EUIPO, který se týkal již všech věkových kategorií a probíhal výhradně online. Vzhledem k tomu, že byla zvolena jiná metodika oproti předchozímu průzkumu z roku 2020, není možné analyzovat vývoj trendů. Na základě tohoto výzkumu bylo provedeno dotazníkové šetření s cílem porovnat a zanalyzovat výsledky vnímání duševního vlastnictví v ČR v porovnání s EU.

3.1.1. Identifikace respondentů

Před samotným začátkem dotazníkového šetření byly zformulovány 3 následující hypotézy:

- H1 = Významu duševního vlastnictví rozumí menší procento respondentů České republiky, než je průměr respondentů Evropské unie
- H2 = Větší procento respondentů České republiky uvádí jako hlavní důvodu koupe padělku cenu oproti průměru respondentů Evropské unie
- H3 = Vědomě si zakoupí padělek větší procento respondentů České republiky, než je průměr respondentů Evropské unie

Po zformulování hypotéz byl sestaven dotazník s uzavřenými otázkami/tvrzeními, které by měly potvrdit či vyvrátit hypotézy.

Dotazník byl zpracován pomocí aplikace Survio a nasdílen na sociální síti.

Zpět se celkem vrátilo 226 vyplněných dotazníků.

3.1.2. Dotazníkové šetření

1. Obecné informace o respondentech

Tab. 4 Pohlaví respondentů

Pohlaví	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Muž	43 %	48 %
Žena	57 %	52 %

Komentář:

Plně vyplněný dotazník byl obdrženo od 226 osob, z toho 57 % bylo žen (123) a 43 % mužů (103).

Tab. 5 Věkové zastoupení respondentů

Věk	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
15-24	40 %	12 %
25-34	33 %	14 %
35-44	15 %	16 %
45-54	10 %	17 %
55+	1 %	41 %

Komentář:

Největší věkové zastoupení měla skupina osob v mladistvém věku 15-34 let, které představovaly 73 % z vyplněných dotazníků. V porovnání s věkovým zastoupením průzkumu je zde značný rozdíl, neboť největší zastoupení měla skupina 55+. Na základě tohoto věkového rozložení lze předpokládat, že zde bude značný rozdíl v názorech na zkoumanou problematiku.

Tab. 6 Nejvyšší vzdělání – DP

Vzdělání	Počet	%
Základní	0	0 %
Vyučení	24	11 %
Středoškolské (zakončené maturitou)	113	50 %
Vysokoškolské	89	39 %

Tab. 7 Nejvyšší vzdělání – EUIPO

Výsledky EUIPO	
Základní	10 %
Střední	45 %
Vysokoškolské	45 %

Komentář:

Nejvyšší dosažené vzdělání převládalo středoškolské – zakončené maturitní zkouškou, které uvedlo 50 % respondentů (113). Jako druhé bylo nejčastěji uváděno vysokoškolské, které představovalo 39 % (89). Vyučení uvedlo 24 osob (11 %), základní vzdělání žádá osoba nevedla. Oproti tomu v průzkumu provedeném EUIPO základní vzdělání uvedlo 10 % respondentů, střední uvedlo 45 % respondentů a stejné zastoupení bylo i vysokoškoláků.

2. Pochopení významu duševního vlastnictví



Obr. 6 Pochopení významu duševního vlastnictví

Tab. 8 Pochopení významu duševního vlastnictví – porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Velmi dobře	46 %	59 %
Dobře	35 %	24 %
Špatně - pojem jsem zaslechl, ale nevím, co si pod tím mám představit	15 %	13 %
Velmi špatně - vůbec nevím, o co se jedná	4 %	3 %

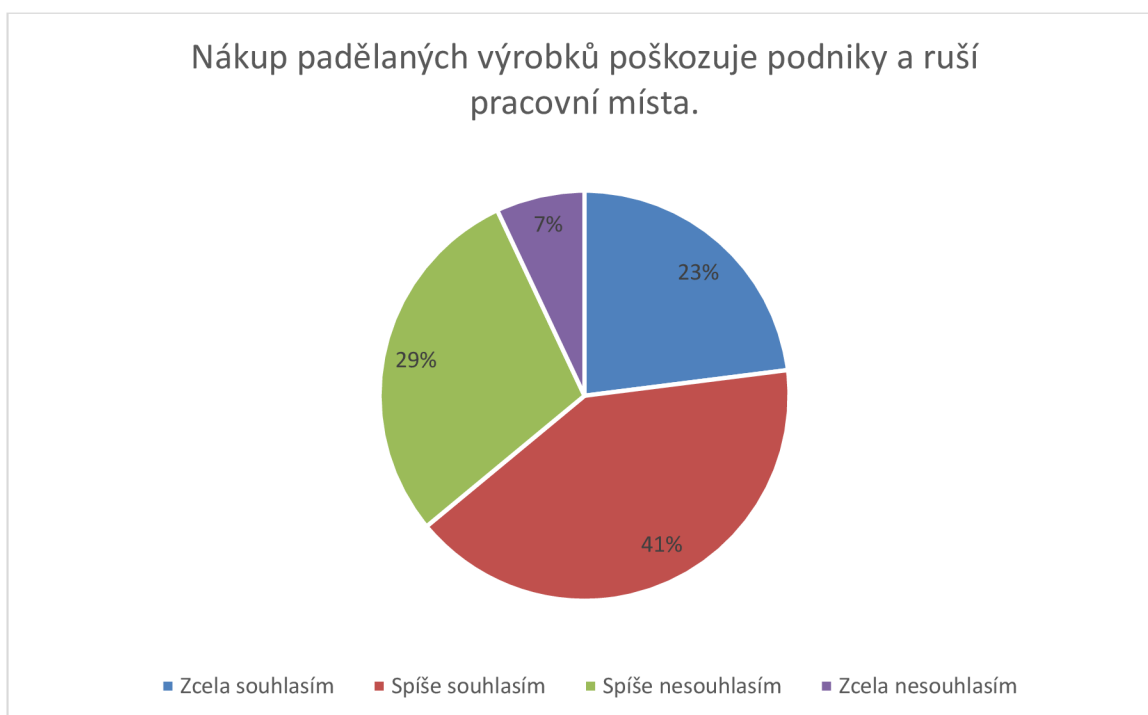
Komentář:

První otázka byla položena respondentům ohledně pochopení významu duševního vlastnictví. Velmi dobrou znalost významu duševního vlastnictví uvedlo 104 osob (46 %), v porovnání s výsledky EUIPO se jednalo o 13% menší hodnotu. V průzkumu EUIPO 59 % respondentů uvedlo, že znají význam velmi dobře. Dobrou znalost uvedlo 79 osob (35 %), v průzkumu EUIPO 24 %. Oproti tomu 34 osob (15 %) respondentů uvedlo špatnou znalost – pojem zaslechl, ale neví, co si pod tím představit. Úplnou neznalost pojmu uvedlo 9 osob (4 %). V porovnání s výsledky průzkumu EUIPO jsou v odpovědích respondentů pouze drobné rozdíly. Na základě těchto výsledků lze tedy konstatovat, že znalost významu duševního vlastnictví respondentů ČR odpovídá průměru EU.

3. Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků

V této části dotazníkového šetření respondenti uváděli, jaký mají názor na pět tvrzení, které se zabývaly negativním dopadem nákupu padělaných výrobků. Bylo možné vybrat pouze 1 odpověď z výběru – zcela souhlasím, spíše souhlasím, spíše nesouhlasím, zcela nesouhlasím.

1) Nákup padělaných výrobků poškozuje podniky a ruší pracovní místa.



Obr. 7 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 1

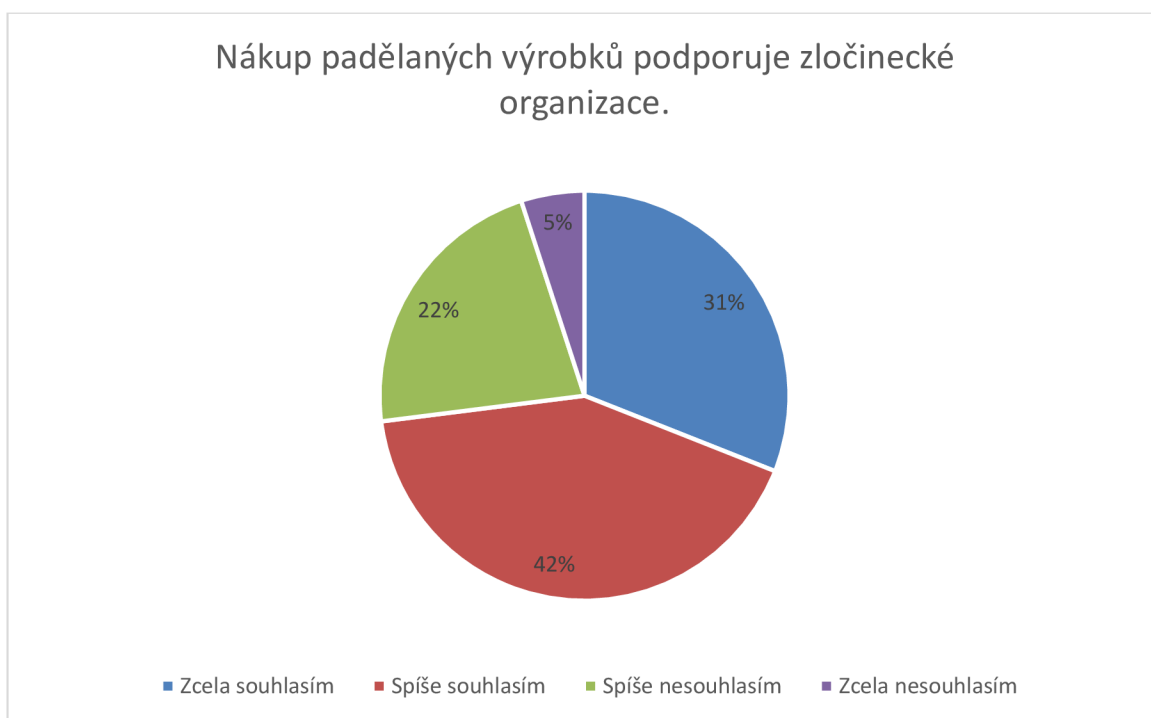
Tab. 9 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 1 – porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	23 %	34 %
Spíše souhlasím	41 %	45 %
Spíše nesouhlasím	29 %	18 %
Zcela nesouhlasím	7 %	3 %

Komentář:

První položené tvrzení se zabývalo dopadem prodeje padělků na firmy a pracovní místa. S tvrzením, že nákup padělaných výrobků poškozuje podniky a ruší pracovní místa uvedlo, že zcela souhlasí 23 %, spíše souhlasí 41 % dotázaných. Na druhé straně s tvrzením spíše nesouhlasí 29 % a zcela nesouhlasí 7 %. V porovnání s výsledky průzkumu EUIPO je zde vidět negativní trend. Respondenti si neuvědomují, v jaké míře má prodej padělku dopad na zaměstnanost.

2) Nákup padělaných výrobků podporuje zločinecké organizace.



Obr. 8 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 2

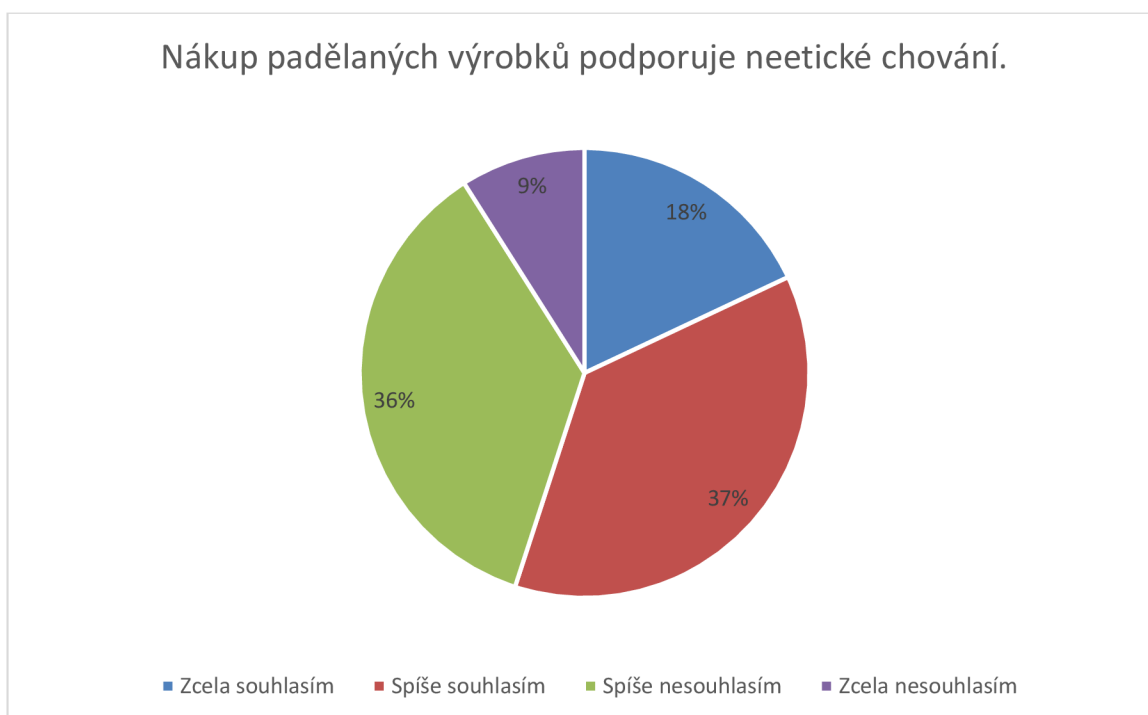
Tab. 10 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 2 – porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	31 %	37 %
Spíše souhlasím	42 %	43 %
Spíše nesouhlasím	22 %	16 %
Zcela nesouhlasím	5 %	4 %

Komentář:

Druhé položené tvrzení se zabývalo podporou zločineckých organizací prostřednictvím nákupu padělaných výrobků. S tvrzením, že nákup padělaných výrobků podporuje zločinecké organizace, zcela souhlasilo 31 % respondentů, spíše souhlasilo 22 %. Oproti tomu zcela nesouhlasilo 5 %, spíše nesouhlasilo 22 %. V porovnání s výsledky EUIPO jsou zde minimální rozdíly.

3) Nákup padělaných produktů podporuje neetické chování.



Obr. 9 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 3

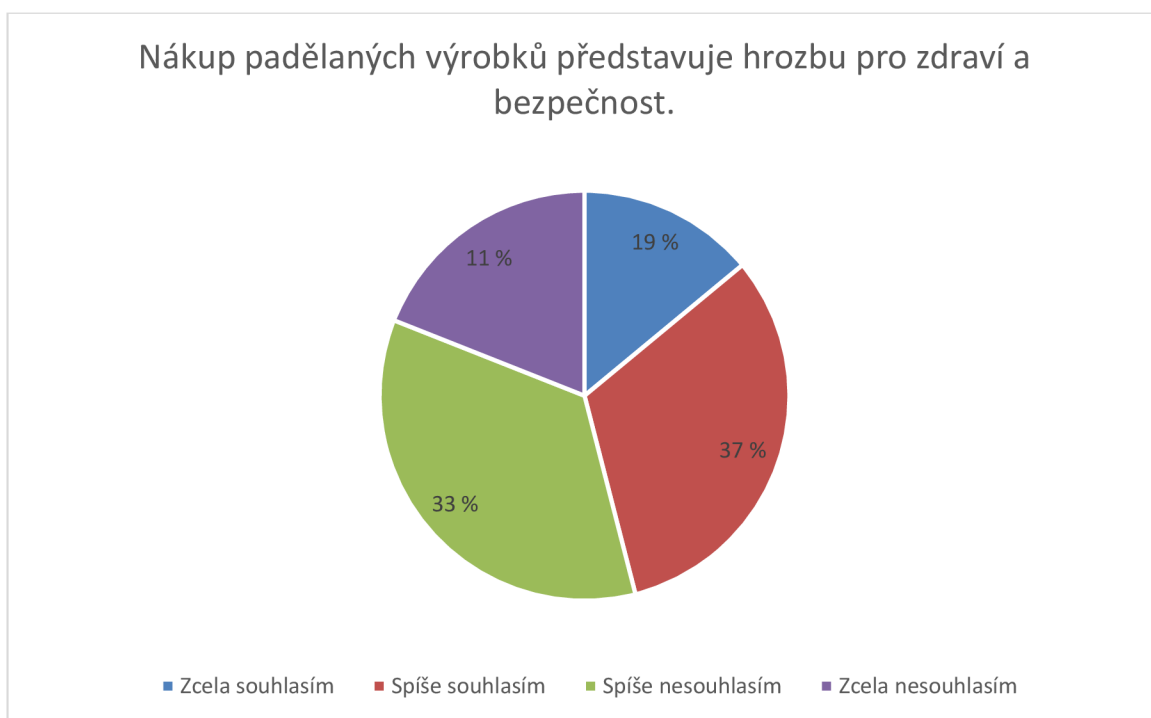
Tab. 11 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 3 – porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	18 %	37 %
Spíše souhlasím	37 %	46 %
Spíše nesouhlasím	36 %	13 %
Zcela nesouhlasím	9 %	4 %

Komentář:

Třetí položený výrok se zabíral podporou neetického chování prostřednictvím nakupování padělaných výrobků. S tvrzením zcela souhlasilo 18 % respondentů, 37 % respondentů uvedlo, že spíše souhlasí. Na druhé straně zcela nesouhlasilo 9 %, spíše nesouhlasilo 36 %. U tohoto tvrzení bylo tedy zastoupení téměř 50:50. V porovnání s výsledky průzkumu EUIPO je vidět velký nesoulad (zcela a spíše souhlasí 83 %, zcela a spíše nesouhlasí 13 %). V tomto tématu by tedy bylo relevantní provést osvětu například v podobě mediální kampaně od ÚPV, aby si občané uvědomili, že nákup padělaných výrobků porušuje morálně správné jednání.

4) Nákup padělaných výrobků představuje hrozbu pro zdraví a bezpečnost.



Obr. 10 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 4

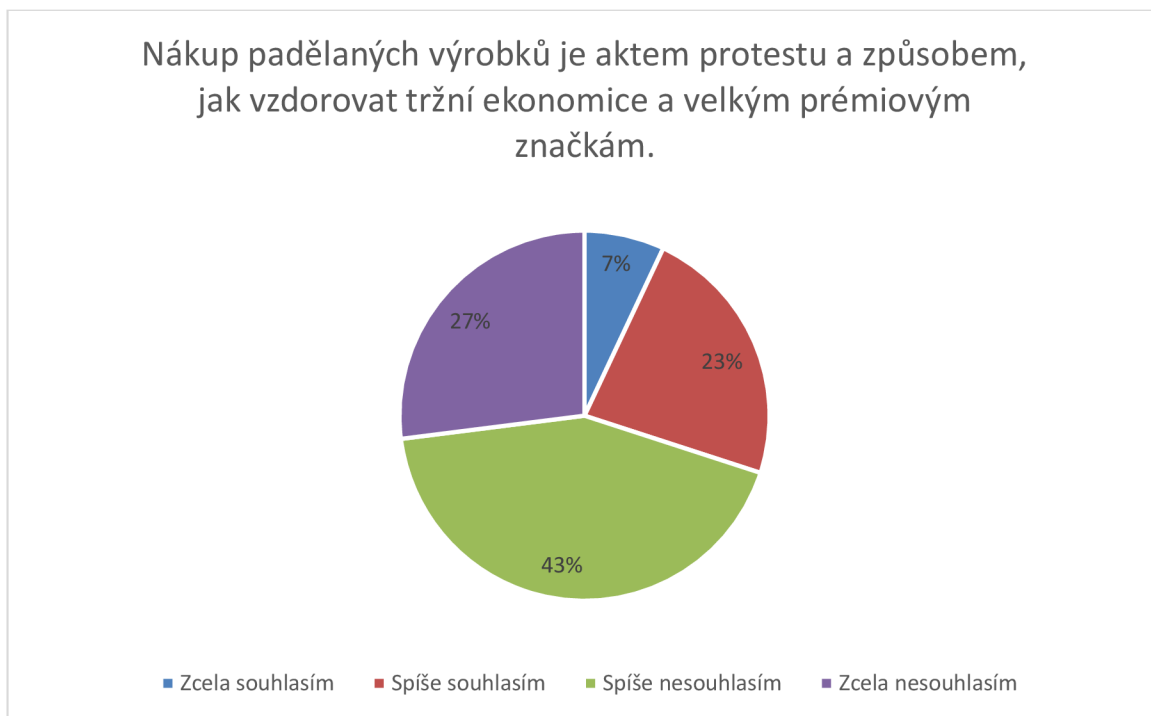
Tab. 12 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 4 – porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	19 %	23 %
Spíše souhlasím	37 %	43 %
Spíše nesouhlasím	33 %	27 %
Zcela nesouhlasím	11 %	7 %

Komentář:

Čtvrté položené tvrzení se zabývalo hrozbami dopadu prodeje padělaných výrobků na zdraví a bezpečnost. S uvedeným tvrzením, že nákup padělaných výrobků představuje hrozbu pro zdraví a bezpečnost zcela souhlasilo 19 %, spíše souhlasilo 37 %. Oproti tomu zcela nesouhlasilo 11 %, spíše nesouhlasilo 33 %. V porovnání s výsledky průzkumu EUIPO zde nejsou markantní rozdíly.

5) Nákup padělaných produktů je aktem protestu a způsobem, jak vzdorovat tržní ekonomice a velkým prémiovým značkám.



Obr. 11 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 5

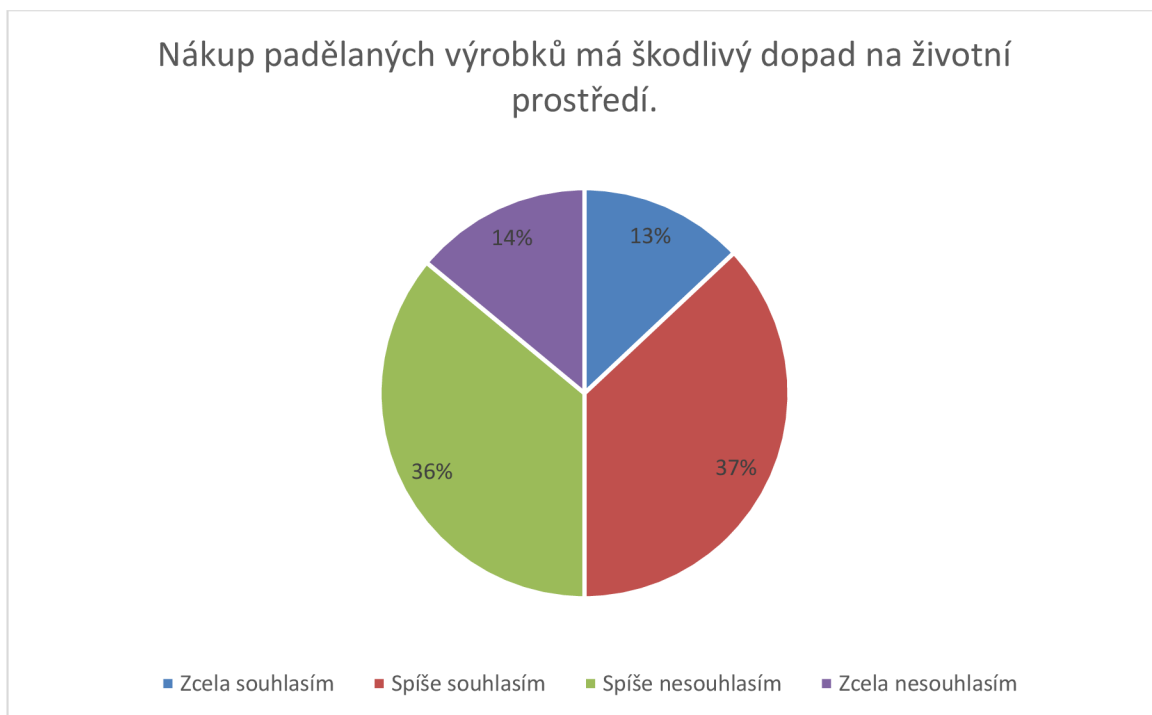
Tab. 13 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 5 – porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	7 %	14 %
Spíše souhlasím	23 %	36 %
Spíše nesouhlasím	43 %	32 %
Zcela nesouhlasím	27 %	18 %

Komentář:

Páté položené tvrzení se zabíralo myšlenkou, zda nákup padělaných výrobků lze považovat jako akt protestu a způsob, jak vzdorovat tržní ekonomice a velkým prémiovým značkám. S daným tvrzením zcela souhlasilo 7 %, spíše souhlasilo 23 %. Úplný nesouhlas uvedlo 27 %, spíše nesouhlasilo 43 %. V porovnání s výsledky průzkumu EUIPO je zde vidět velký rozdíl v odpovědích, nicméně uvedené tvrzení lze považovat spíše za filozofické.

6) Nákup padělaných výrobků má škodlivý dopad na životní prostředí.



Obr. 12 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 6

Tab. 14 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 6 – porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	13 %	21 %
Spíše souhlasím	37 %	41 %
Spíše nesouhlasím	36 %	30 %
Zcela nesouhlasím	14 %	8 %

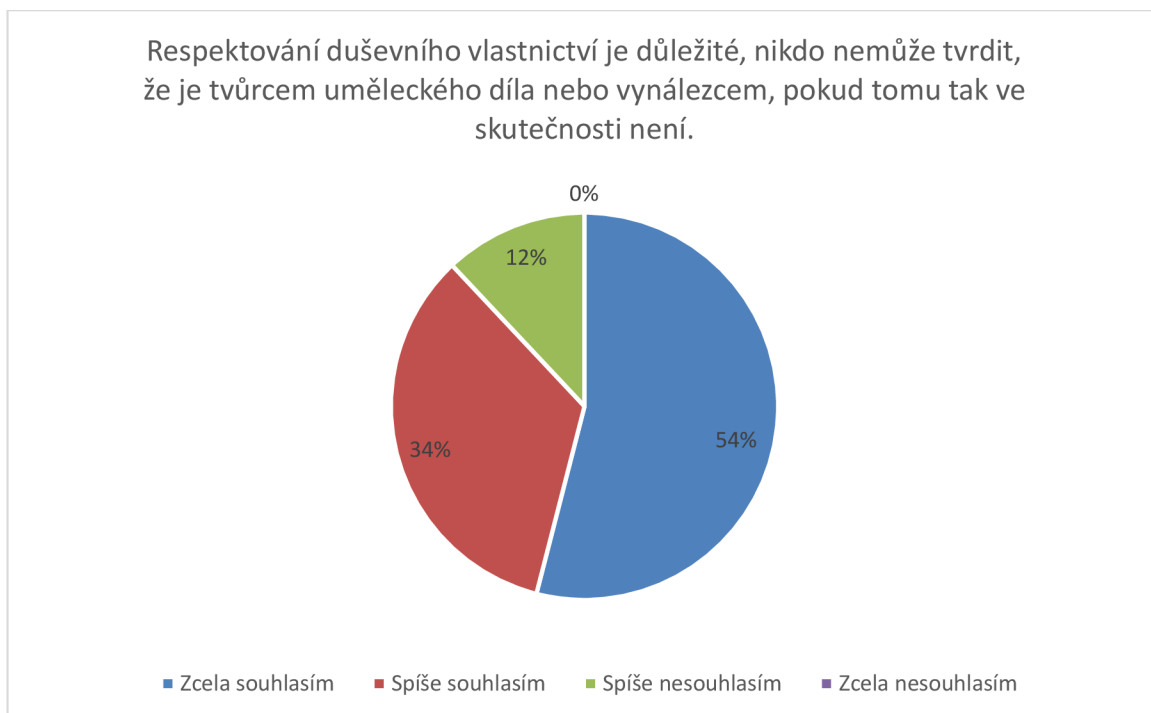
Komentář:

Poslední tvrzení v této části dotazníkového šetření se zabíralo škodlivým dopadem na životní prostředí prostřednictvím nákup padělaných výrobků. S tvrzením zcela souhlasilo 13 %, spíše souhlasilo 37 %. Oproti tomu zcela nesouhlasilo 14 %, spíše nesouhlasilo 36 %. Výsledky tedy byly 50:50. V porovnání s výsledky EUIPO je zde vidět mírně negativní trend.

4. Pochopení výhod duševního vlastnictví

V této části dotazníkového šetření bylo od respondentů cílem zjistit, zda chápou výhody duševního vlastnictví. Bylo možné vybrat pouze 1 odpověď z výběru – zcela souhlasím, spíše souhlasím, spíše nesouhlasím, zcela nesouhlasím

1) Respektování duševního vlastnictví je důležité, nikdo nemůže tvrdit, že je tvůrcem uměleckého díla nebo vynálezcem, pokud tomu tak ve skutečnosti není.



Obr. 13 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 1

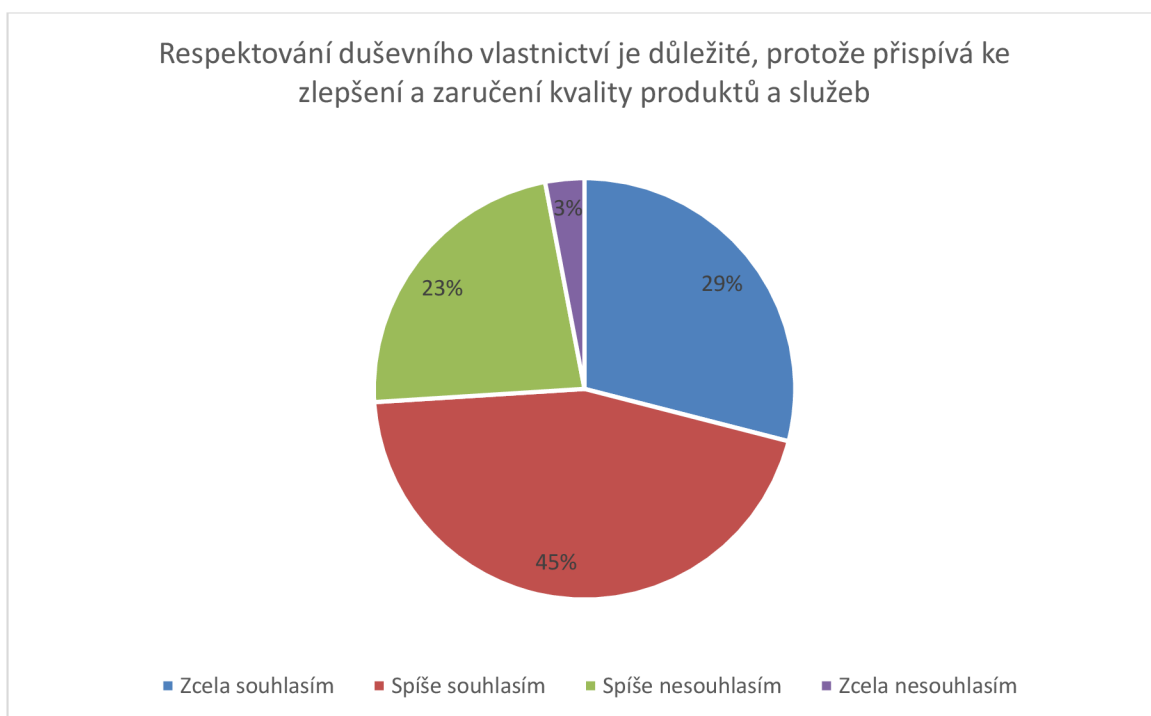
Tab. 15 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 1 – porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	54 %	47 %
Spíše souhlasím	34 %	44 %
Spíše nesouhlasím	12 %	7 %
Zcela nesouhlasím	0 %	2 %

Komentář:

První tvrzení v části dotazníkového šetření, které se zabývalo pochopením výhod duševního vlastnictví a pojednávalo o jeho důležitosti s odůvodněním, že nikdo nemůže tvrdit, že je tvůrcem uměleckého díla či vynálezce, pokud to není ve skutečnosti pravda. S tímto tvrzením souhlasilo téměř 90 % (zcela souhlasilo 54 %, spíše souhlasilo 34 %). V porovnání s výsledky průzkumu EUIPO je v tomto tvrzení téměř shoda.

2) Respektování duševního vlastnictví je důležité, protože přispívá ke zlepšení a zaručení kvality produktů a služeb.



Obr. 14 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 2

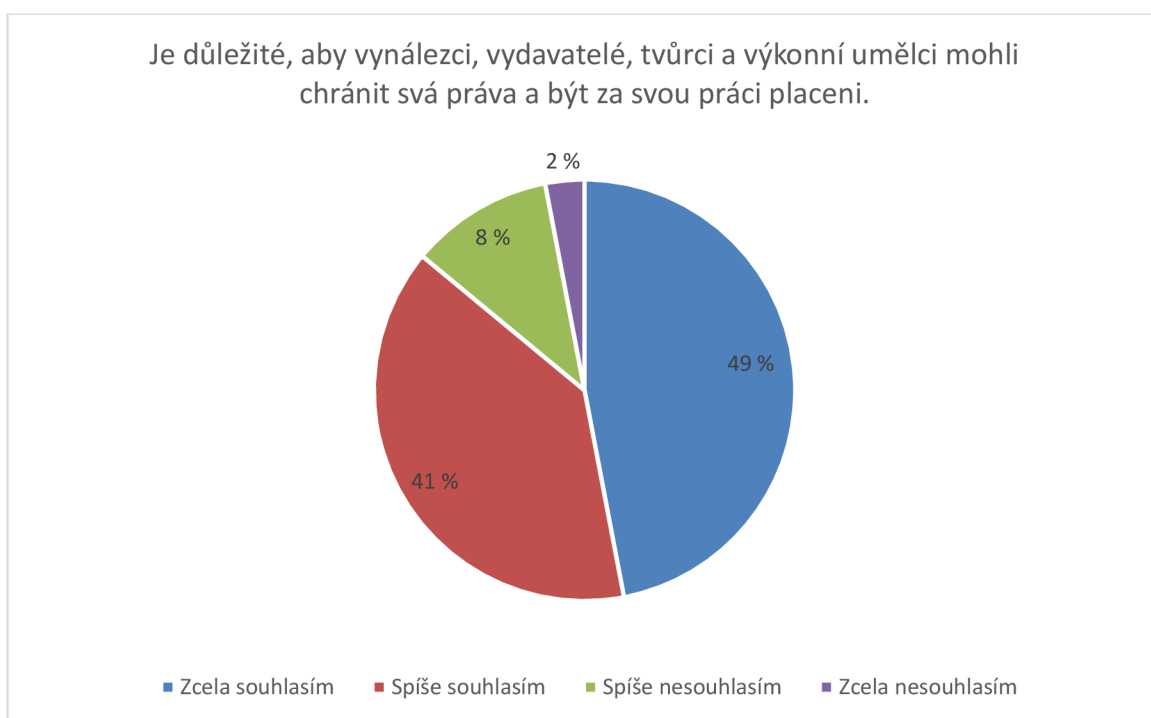
Tab. 16 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 2 - porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	29 %	38 %
Spíše souhlasím	45 %	50 %
Spíše nesouhlasím	23 %	10 %
Zcela nesouhlasím	3 %	2 %

Komentář:

Druhé tvrzení se zabývalo dopadem duševního vlastnictví ke zlepšení a zaručení kvality produktů a služeb. (např. v ČR národní značka kvality potravin KLASA atd.) S tvrzením zcela souhlasilo 29 % respondentů, spíše souhlasilo 45 % respondentů. Na opačné straně uvedli 3 % respondentů, že zcela nesouhlasí, 23 % respondentů uvedlo, že zcela nesouhlasí. Oproti výsledkům EUIPO je zde značný nesoulad (spíše a zcela nesouhlasí pouze 12 %). Je zde tedy na snaze více seznámit veřejnost se značkami kvality včetně jejich pozitivního dopadu pro konečné spotřebitele.

3) Je důležité, aby vynálezci, vydavatelé, tvůrci a výkonní umělci mohli chránit svá práva a být za svou práci placeni.



Obr. 15 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 3

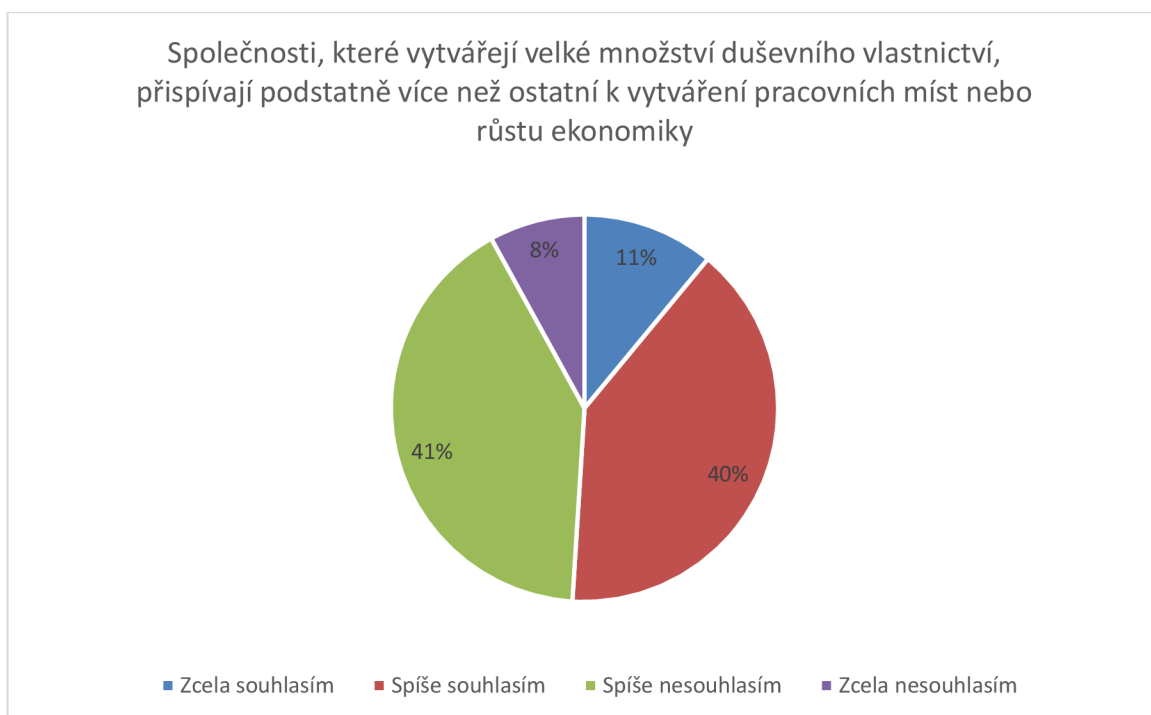
Tab. 17 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 3 - porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	49 %	53 %
Spíše souhlasím	41 %	40 %
Spíše nesouhlasím	8 %	6 %
Zcela nesouhlasím	2 %	1 %

Komentář:

Třetí tvrzení se zabývalo důležitostí duševního vlastnictví v návaznosti na ochranu práv včetně odměn pro vynálezce, vydavatele, tvůrce a výkonné umělce. S tvrzením ohledně důležitosti ochrany práv pro tyto skupiny lidí souhlasilo 90 % (49 % zcela souhlasilo, 41 % spíše souhlasilo). V porovnání s výsledky průzkumu EUIPO je téměř soulad.

4) Společnosti, které vytvářejí velké množství duševního vlastnictví (patenty, ochranné známky, vzory, autorská práva, obchodní tajemství), přispívají podstatně více než ostatní k vytváření pracovních míst nebo růstu ekonomiky.



Obr. 16 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 4

Tab. 18 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 4 - porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	11 %	23 %
Spíše souhlasím	40 %	53 %
Spíše nesouhlasím	41 %	21 %
Zcela nesouhlasím	8 %	3 %

Komentář:

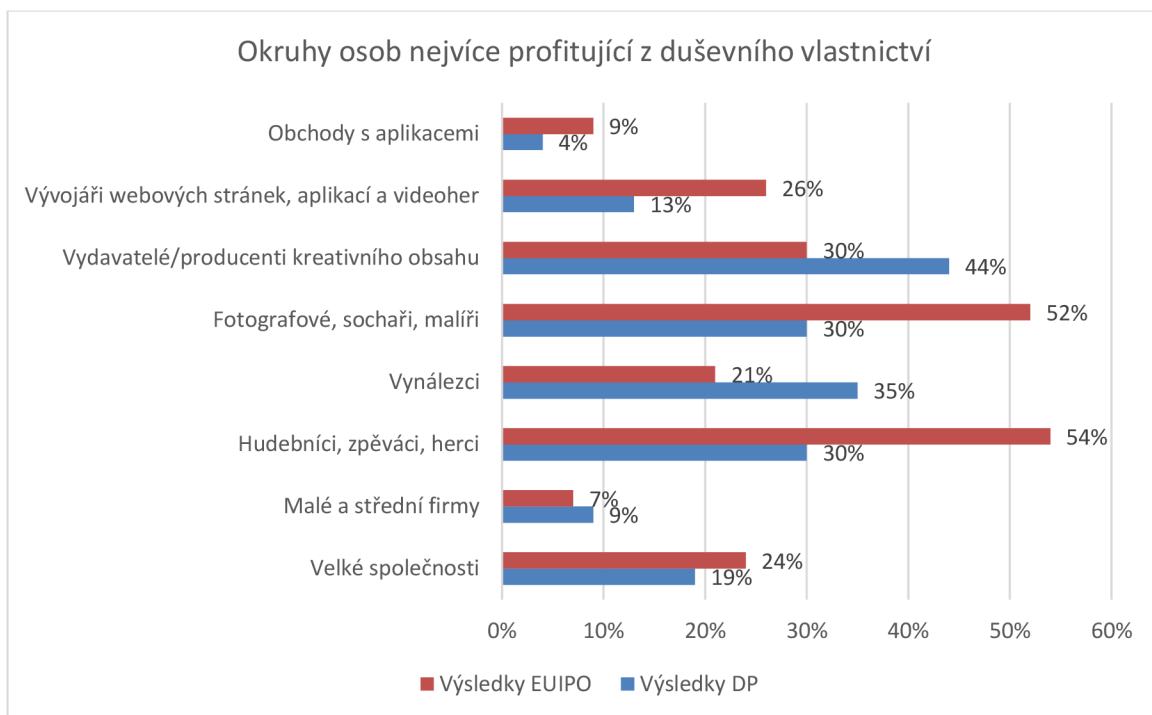
Poslední tvrzení v části, která byla zaměřena na pochopení výhod duševního vlastnictví, uvádělo, že společnosti, které vytvářejí velké množství duševního vlastnictví (patenty, ochranné známky, vzory, autorská práva atd.) podstatně více přispívají k růstu ekonomiky a vytváření pracovních míst než ostatní. S tímto tvrzením souhlasilo 51 % (zcela souhlasilo 11 %, spíše souhlasilo 40 %). Na druhé straně značné množství respondentů uvedlo, že s tvrzením nesouhlasí (41 % spíše nesouhlasí, 8 % zcela nesouhlasí). V porovnání s výsledky EUIPO je zde značný nesoulad (24 % nesouhlasilo – 21 % spíše, 3 % zcela).

5. Který okruh osob z duševního vlastnictví nejvíc profituje?

Bylo možno vybrat maximálně 3 okruhy.

Tab. 19 Okruhy osob nejvíce profitující z duševního vlastnictví - porovnání výsledků

Okruh osob	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Spotřebitelé	11 %	8 %
Velké společnosti	19 %	24 %
Malé a střední firmy	9 %	7 %
Hudebníci, zpěváci, herci	30 %	54 %
Vynálezci	35 %	21 %
Fotografové, sochaři, malíři	30 %	52 %
Vydavatelé/producenti kreativního obsahu	44 %	30 %
Vývojáři webových stránek, aplikací a videoher	13 %	26 %
Obchody s aplikacemi	4 %	9 %



Obr. 17 Okruhy osob nejvíce profitující z duševního vlastnictví

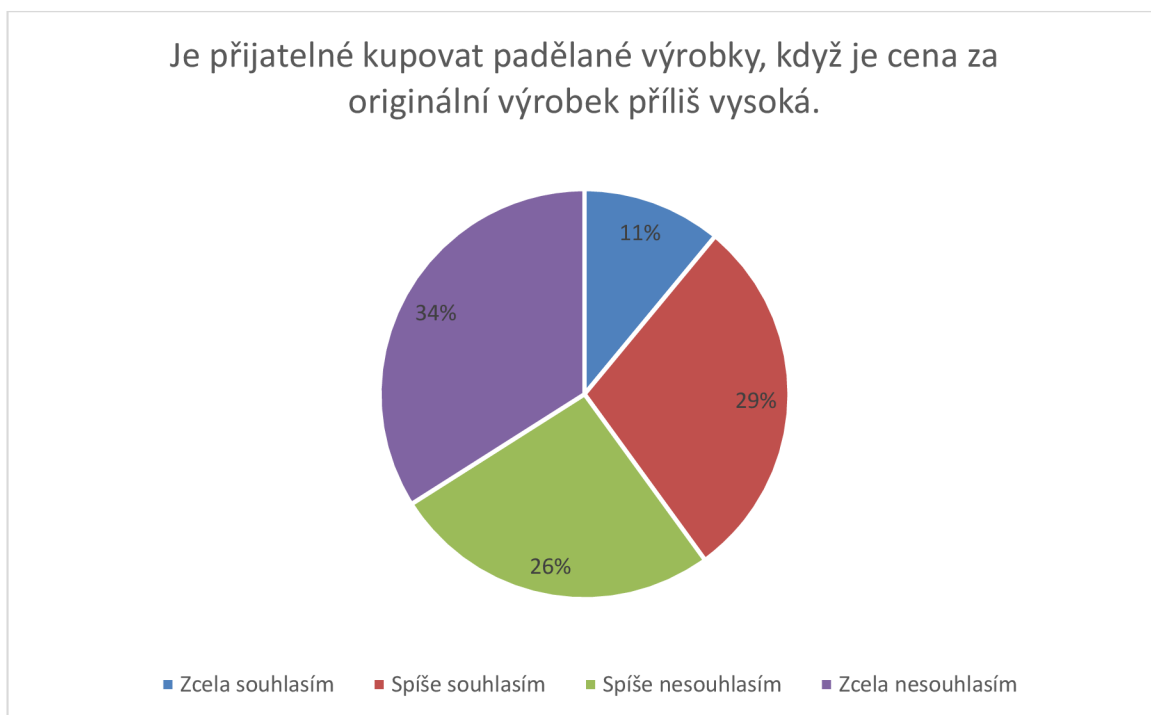
Komentář:

V rámci této otázky označovali respondenti okruhy osob, které dle jejich mínění nejvíce profitují z účinků duševního vlastnictví. Mezi nejčastěji označovaný okruh patřili na prvním místě vydavatelé/producenti kreativního obsahu (44 %), na druhém místě byli označováni vynálezci (35 %) a jako třetí hudebníci, zpěváci, fotografové, sochaři a malíři (30 %). Z výzkumu EUIPO výrazně převládá okruh hudebníků, zpěváků a herců (54 %), dále fotografové, sochaři a malíři (52 %)

6. Postoje k padělaným výrobkům

V této části dotazníkového šetření bylo cílem zjistit od respondentů, jaké zastávají postoje k padělaným výrobkům. Bylo možné vybrat pouze 1 odpověď z výběru – zcela souhlasím, spíše souhlasím, spíše nesouhlasím, zcela nesouhlasím

1) Je přijatelné kupovat padělané výrobky, když je cena za originální výrobek příliš vysoká.



Obr. 18 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 1

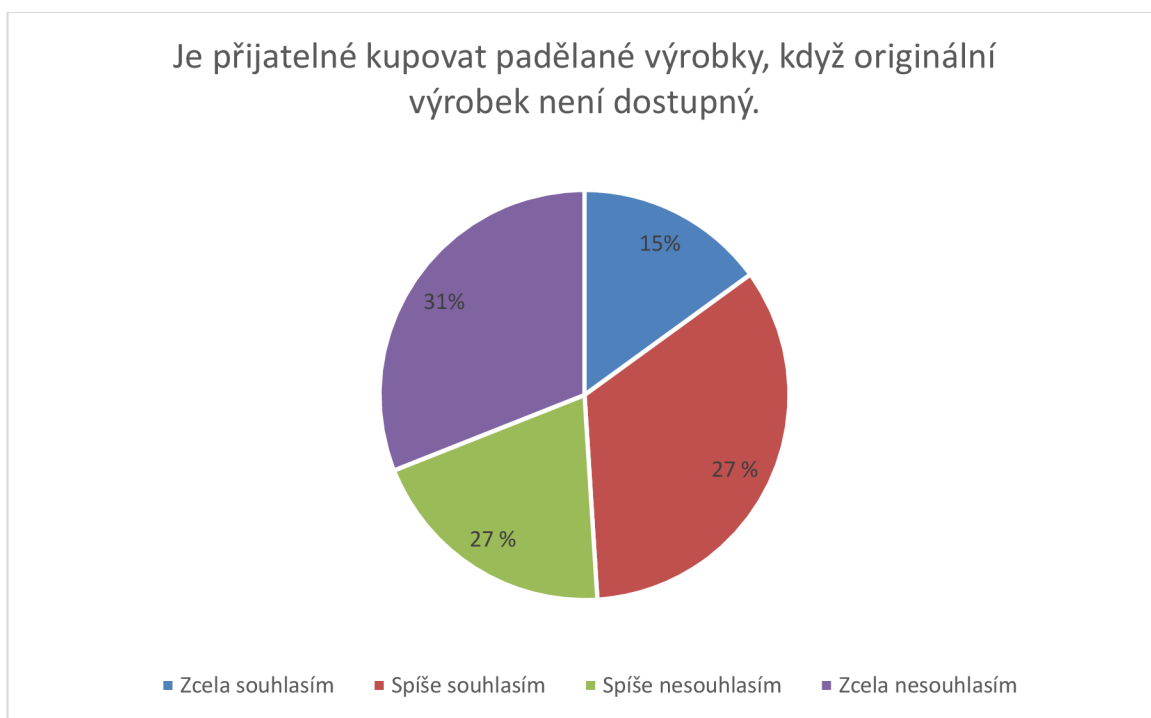
Tab. 20 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 1- porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	11 %	7 %
Spíše souhlasím	29 %	24 %
Spíše nesouhlasím	26 %	30 %
Zcela nesouhlasím	34 %	39 %

Komentář:

První tvrzení z části postojů k padělaným výrobkům obsahovalo argumentaci, že je přijatelné kupovat padělané výrobky, pokud je cena za originální výrobek příliš vysoká. S tímto tvrzením souhlasilo celkem 40 %. (zcela souhlasilo 11 %, spíše souhlasilo 29 %). Nesouhlas s tvrzením zastávalo 60 % respondentů (26 % spíše nesouhlasilo, 34 % zcela nesouhlasilo). V porovnání s výsledky EUIPO je zde vidět nepatrně větší tolerance k nákupu padělků.

2) Je přijatelné kupovat padělané výrobky, když originální výrobek není dostupný.



Obr. 19 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 2

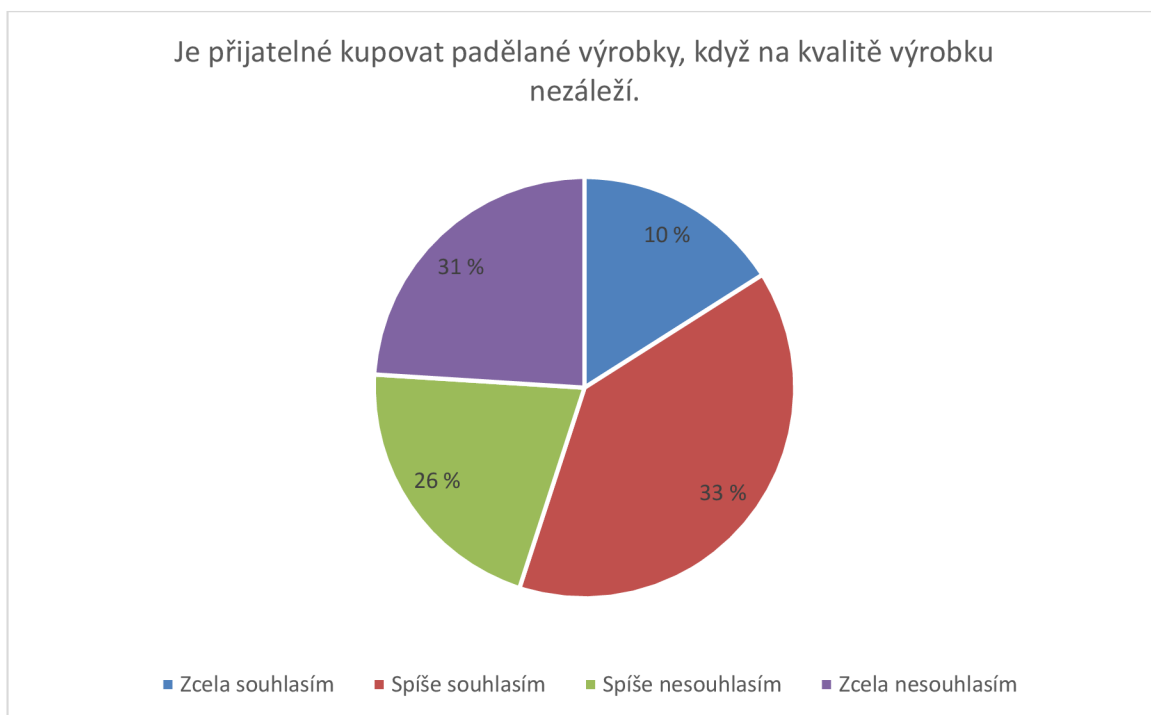
Tab. 21 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 2 - porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	15 %	5 %
Spíše souhlasím	27 %	19 %
Spíše nesouhlasím	27 %	34 %
Zcela nesouhlasím	31 %	42 %

Komentář:

Druhé tvrzení se zabývalo přijatelností nákupu padělaných výrobků, pokud je originální výrobek nedostupný (např. vyprodáný, limitované množství atd.). Přijatelnost nákupu ve výše zmíněných případech uvedlo 42 % (15 % s tvrzením zcela souhlasilo, 27 % spíše souhlasilo). V porovnání s výsledky EUIPO je zde vidět větší ochota ke koupi padělaného výrobku v případě nedostupnosti originálu.

3) Je přijatelné kupovat padělané výrobky, když na kvalitě výrobku nezáleží.



Obr. 20 Postoje k paděláným výrobkům, tvrzení č. 3

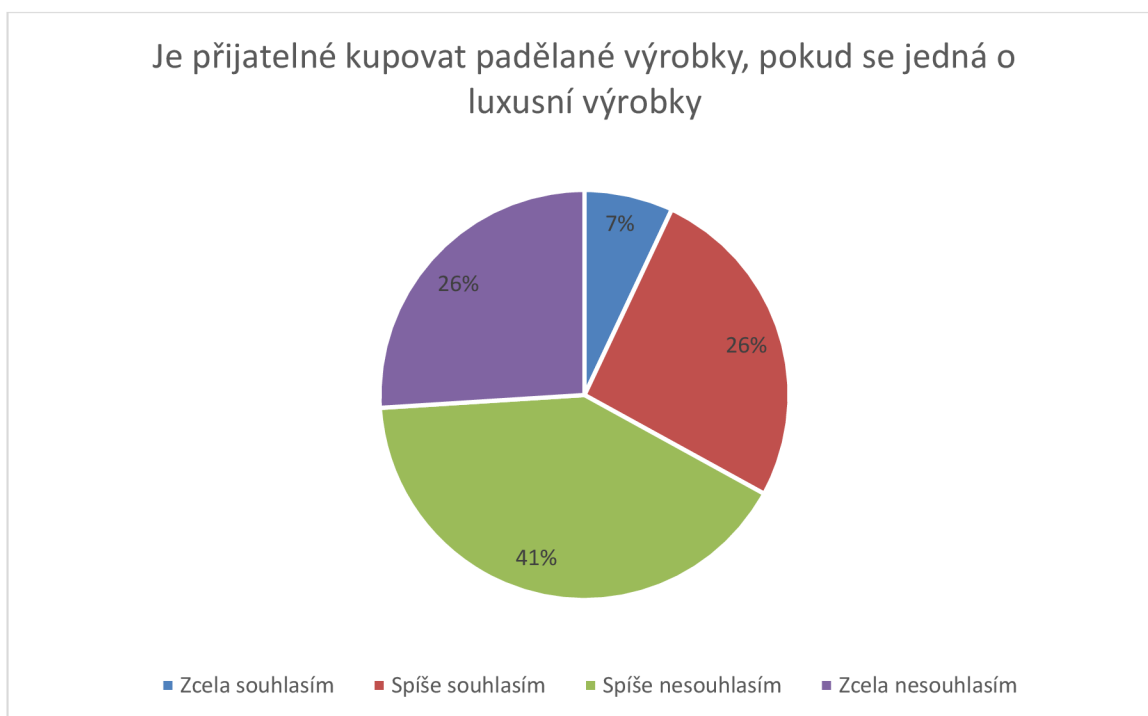
Tab. 22 Postoje k paděláným výrobkům, tvrzení č. 3 - porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	10 %	6 %
Spíše souhlasím	33 %	21 %
Spíše nesouhlasím	26 %	33 %
Zcela nesouhlasím	31 %	41 %

Komentář:

Třetí tvrzení pojednávalo o přijatelnosti koupě padělaného výrobků, pokud na kvalitě nezáleží. S tímto odůvodněním koupě padělku souhlasilo 43 % respondentů (10 % zcela, 33 % spíše). V porovnání s výsledky EUIPO je zde značný nesoulad (27 % respondentů s tvrzením souhlasilo). Je zde tedy nutné poučit veřejnost i v tomto případě. Argument, že pokud nezáleží na kvalitě výrobku, je nákup padělaného výrobku obhajitelný, je nepatřičný.

4) Je přijatelné kupovat padělané výrobky, pokud se jedná o luxusní výrobky.



Obr. 21 Postoje k paděláným výrobkům, tvrzení č. 4

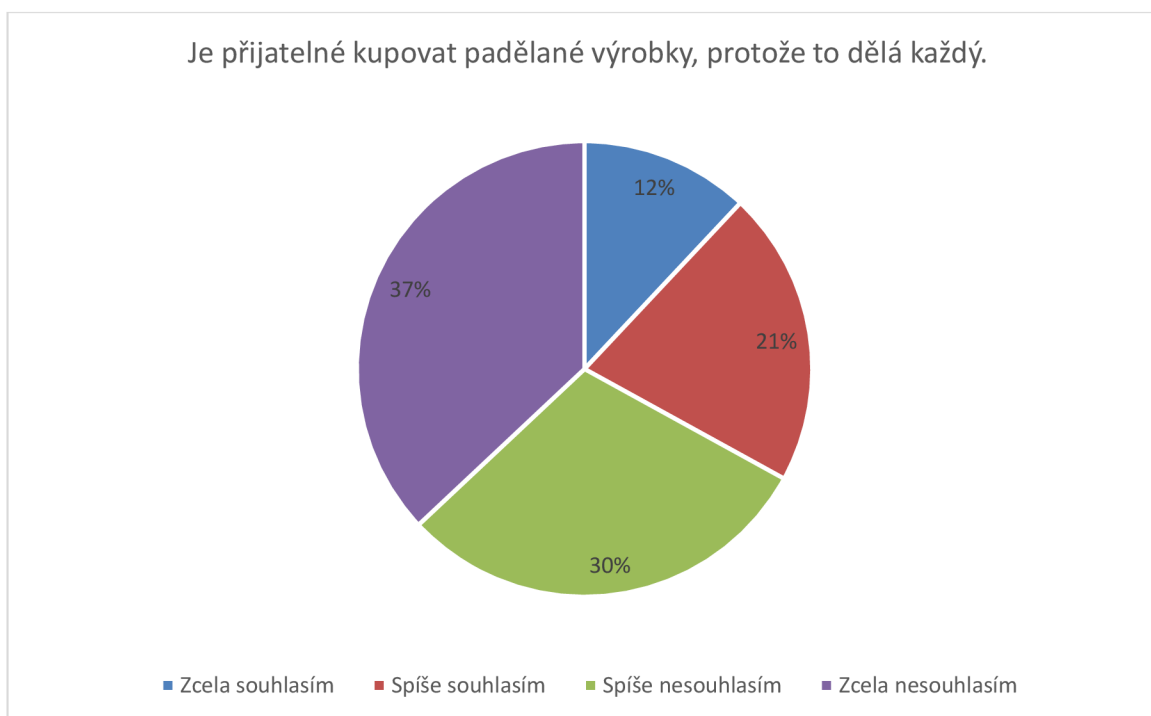
Tab. 23 Postoje k paděláným výrobkům, tvrzení č. 4 - porovnání výsledků

Odpo věď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	7 %	5 %
Spíše souhlasím	26 %	19 %
Spíše nesouhlasím	41 %	31 %
Zcela nesouhlasím	26 %	44 %

Komentář:

Čtvrté tvrzení pojednávalo o přijatelnosti nákupu padělaných výrobků, pokud by se jednalo o výrobky z luxusní kategorie. S tímto tvrzením převládala nesouhlas respondentů (41 % spíše nesouhlasilo, 26 % zcela nesouhlasilo). Výzkum pořádaný EUIPO přinesl u tohoto tvrzení podobné výsledky.

5) Je přijatelné kupovat padělané výrobky, protože to dělá každý.



Obr. 22 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 5.

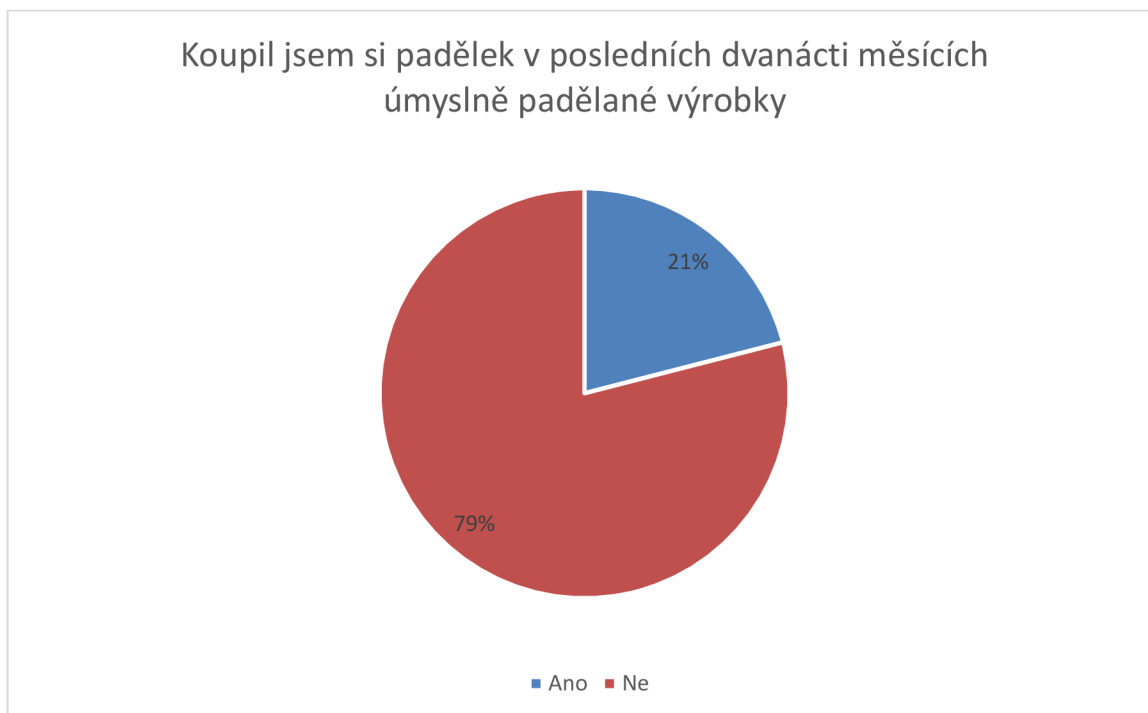
Tab. 24 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 5. - porovnání výsledků

Odpověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Zcela souhlasím	12 %	4 %
Spíše souhlasím	21 %	15 %
Spíše nesouhlasím	30 %	34 %
Zcela nesouhlasím	37 %	47 %

Komentář:

Poslední tvrzení v této části dotazníku obsahovalo jako argumentaci k nákupu padělaných výrobků to, že tak nakupuje každý. Více než polovina respondentů (67 %) s tímto tvrzením nesouhlasila. V porovnání s výsledky EUIPO je zde vidět nepatrně větší tolerance k postoji ohledně nákupu padělků.

7. Koupil jsem si v posledních dvanácti měsících úmyslně padělané výrobky.



Obr. 23 Koupil jsem si v posledních dvanácti měsících úmyslně padělané výrobky

Tab. 25 Koupil jsem si v posledních dvanácti měsících úmyslně padělané výrobky – porovnání výsledků

Odpoověď	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Ano	21 %	13 %
Ne	79 %	87 %

Komentář:

Z respondentů uvedlo 21 %, že si vědomě během posledních dvanácti měsíců vědomě zakoupilo padělané výrobky. 79 % respondentů si během posledních dvanácti měsíců žádný padělaný výrobek nezakoupilo. V porovnání s průzkumem EUIPO vyznívají výsledky negativně, neboť zde uvedlo pouze 13 % respondentů, že si vědomě zakoupilo padělek během posledních dvanácti měsíců. Jako hlavní odůvodnění lze považovat rozdílnou věkovou strukturu respondentů oproti průzkumu EUIPO. Hlavní zastoupení respondentů měla skupina osob ve věku 15-24 a 25 až 34 let, tedy výrazně nižší. Lze tedy z těchto výsledků potvrdit, že mladší lidé mají větší tendenci ke koupi padělaných výrobků, jak bylo zjištěno v jiném průzkumu EUIPO, který byl zaměřen pouze na mladé občany. V tomto průzkumu

pořádaném EUIPO v roce 2021 uvedlo 37 % dotázaných, že si vědomě během posledních dvanácti měsíců zakoupilo padělek.

8. V otázce číslo 7. jste uvedli, že jste vědomě během posledních 12 měsíců zakoupili padělek. Co všechno by vás přimělo přestat kupovat padělané výrobky? Vyberte maximálně 3 možnosti.

Tab. 26 Důvody vědomého zakoupení padělku - porovnání výsledků

Důvod	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Riziko přistižení a pokuty	24 %	21 %
Osobní špatná zkušenost s kvalitou padělaného produktu	19 %	27 %
Špatné zkušenosti ostatních s padělaným výrobkem	16 %	21 %
Poškození mé image (ostatní by mě soudili kvůli tomu, že mám nebo nosím padělky)	14 %	16 %
Lepší pochopení škod způsobených mým chováním pracovním místům a hospodářství EU	0 %	19 %
Lepší pochopení škod způsobených mým chováním výrobcům originálních produktů	0 %	19 %
Větší nebo lepší nabídka originálních produktů	0 %	25 %
Pokud by pro mě byla cena originálního produktu dostupná	63 %	43 %
Riziko, že se vystavím bezpečnostním nebo zdravotním rizikům padělaného produktu	34 %	25 %
Lepší pochopení škod způsobených mým chováním vůči okolí	0 %	18 %
Lepší pochopení toho, jak nákup padělaných výrobků podporuje zločinecké organizace	0 %	21 %
Nic by mě nedonutilo zastavit v nákupu padělků	13 %	4 %

Komentář:

Otázka číslo 7. byla položena pouze respondentům, kteří v předešlé otázce uvedli, že si během posledních 12 měsíců zakoupili vědomě padělaný výrobek. Jejím cílem bylo zjistit, jaký důvod by je přiměl přestat nakupovat padělky. Nejčastěji uváděna byla lepší cenová dostupnost originálního produktu, riziko vystavení se bezpečnostnímu nebo zdravotnímu riziku a riziko pokuty. Výsledky EUIPO se výrazně liší – respondenti uváděli více důvodů, které by je přiměly přestat kupovat

padělky. Jako příklad lze uvést například lepší pochopení škod způsobení jejich chováním vůči okolí (18 %) a lepší pochopení, jak nákup padělaných výrobků podporuje zločinecké organizace. Tyto odpovědi od respondentů této DP neměly zastoupení.

9. V otázce číslo 7. jste uvedli, že jste vědomě během posledních 12 měsíců úmyslně nekoupili padělané výrobky. Jaký k tomu byl důvod? Vyberte maximálně 3 možnosti.

Tab. 27 Důvody vědomého nezakoupení padělku. (porovnání výsledků)

Důvod	Výsledky DP	Výsledky EUIPO
Riziko přistižení a pokuty	17 %	24 %
Osobní špatná zkušenost s kvalitou padělaného produktu	23 %	16 %
Špatné zkušenosti ostatních s padělaným výrobkem	7 %	17 %
Poškození mé image (ostatní by mě soudili kvůli tomu, že mám nebo nosím padělky)	29 %	13 %
Pochopení škod způsobených mým chováním pracovním místům a hospodářství EU	13 %	25 %
Pochopení újmy způsobené mým chováním výrobcům originálních produktů	22 %	33 %
Větší nebo lepší nabídka originálních produktů	3 %	23 %
Riziko vystavení bezpečnostním nebo zdravotním rizikům padělaného produktu	27 %	34 %
Cena originálního produktu byla pro mě dostupná	19 %	26 %
Pochopení škod způsobených mým chováním vůči okolí	9 %	17 %
Pochopení toho, jak nákup padělaných výrobků podporuje zločinecké organizace	7 %	36 %

Komentář:

Otázka číslo 8. byla položena pouze respondentům, kteří v otázce č. 6 uvedli, že si během posledních 12 měsíců nezakoupili vědomě padělaný výrobek. Cílem této otázky bylo zjistit, jaké k tomu měli důvody. Nejčastěji byly uváděny odpovědi jako poškození image, riziko vystavení bezpečnostním nebo zdravotním rizikům a

špatná osobní zkušenost s kvalitou padělaného výrobku. V průzkumu EUIPO byl nejčastěji uváděn jako důvod pochopení toho, jak nákup padělaných výrobků podporuje zločinecké organizace, pochopení újmy způsobené výrobci originálních výrobků a riziko vystavení se bezpečnostním či zdravotním rizikům.

3.2 Výsledky dotazníkového šetření, shrnutí

- H1 = Významu duševního vlastnictví rozumí menší procento občanů České republiky, než je průměr občanů Evropské unie

Výsledek = hypotéza potvrzena - 81 % dotázaných uvedlo, že rozumí velmi dobře či dobře významu duševního vlastnictví, výsledek z průzkumu EUIPO – 83 % respondentů uvedlo, že rozumí významu duševního vlastnictví velmi dobře či dobře

- H2 = Větší procento občanů České republiky uvádí jako hlavní důvodu koupě padělku cenu oproti průměru občanů Evropské unie

Výsledek = hypotéza potvrzena – 63 % dotázaných uvedlo, že by přestalo nakupovat padělané výrobky, pokud by pro ně byl originální výrobek cenově dostupný, výsledek z průzkumu EUIPO – 43 % respondentů uvedlo jako důvod ukončení nákupu padělek lepší cenovou dostupnost originálních výrobků

- H3 = Vědomě si zakoupí padělek větší procento občanů České republiky, než je průměr občanů Evropské unie

Výsledek = hypotéza potvrzena – 21 % dotázaných si během posledních dvanácti měsíců zakoupilo padělaný výrobek, výsledek z průzkumu EUIPO – 13 % dotázaných si během posledních dvanácti měsíců vědomě zakoupilo padělaný výrobek.

Veškeré stanovené hypotézy byly potvrzeny.

Z celkových odpovědí dotazníkového šetření lze vyvodit závěr, že odpovědi respondentů ČR proti odpovědím respondentům průzkumu provedeného EUIPO vyznívají lehce v neprospěch respondentů ČR. Jedná se především o záležitosti pochopení negativního dopadu nákupu padělaných výrobků a postojů k těmto výrobkům jako je neuvědomění si neetického chování, dopadů na zaměstnanost obyvatelstva a všeobecně větší tolerance k padělaným výrobkům.

Z výsledků dotazníkové šetření lze dále vyvodit, že největší toleranci k nákupu padělaných výrobků má skupina mladistvých (15-24 let), která měla největší zastoupení. Je tedy na snadě se zaměřit především na tuto věkovou skupinu, co se týče osvěty ohledně závažnosti tématu, například prostřednictvím mediální kampaně ÚPV za pomoci influencerů, kteří by mohli na mladistvé nejvíce zacílit a ovlivnit je.

3.2 Vyčíslení dopadu prodeje padělků do státního rozpočtu

Prodej padělků má mimo jiné vliv i na příjmy do státního rozpočtu prostřednictvím daně z přidané hodnoty (DPH). Zboží jako je oblečení, doplňky a elektronika spadá do základní sazby DPH, která je stanovena ve výši 21 % Ministersvem financí. Pokud budeme vycházet z předpokladu, že by spotřebitelé zakoupili místo padělku originální výrobek, průměrný roční příjem do státní kasy z DPH za tyto výrobky by představoval mezi lety 2017-2021 54 milionů Kč. Nicméně z této částky je potřeba odečíst 25 %, která činí 14 milionů Kč a představuje pravděpodobnou hodnotu, za kterou by se padělané zboží skutečně prodalo. Na základě této úvahy by poté byl průměrný roční příjem navíc do státního rozpočtu 40 milionů Kč.

Tab. 28 Výsledky ČOI a CS 2017-21

Rok	Orgán	2017	2018	2019	2020	2021
Hodnota zadrženého zboží vyjádřená v cenách originálních výrobků (v mil. Kč)	ČOI	84	92	152	32	62
Hodnota zadrženého zboží vyjádřená v cenách originálních výrobků (v mil. Kč)	CS	505	368	682	233	569
Celková hodnota (v mil. Kč)		589	460	834	265	631

Tab. 29 Vyčíslení ušlého příjmu ČR z DPH

Rok	2017	2018	2019	2020	2021
Celková hodnota zadrženého zboží vyjádřená v cenách originálních výrobků (v mil. Kč)	589	460	834	265	631
DPH 21 % (v mil. Kč)	124	97	175	56	133

Záležitost prodeje padělků nemá vliv pouze na daň z přidané hodnoty, ale na mnohem více příjmů týkajících se státního rozpočtu, jako je daň z příjmů či odvody za zaměstnance, neboť je potřeba vzít v potaz, zda prodejce, který padělky nabízí tyto položky poctivě platí.

Závěr

Na počátku práce byla autorova úvaha, zda a jaké povědomí o ochraně značek má česká populace. Práce obeznámí se smyslem práva duševního vlastnictví včetně toho, co je potřeba pro dostatečnou ochranu udělat. Obecným cílem ochrany duševního vlastnictví je zajistit tvůrci či vynálezci odměnu za svůj předmět, kterým může být dílo nebo vynález. Právní úpravy autorských a průmyslových práv včetně mezinárodních smluv a směrnic EU jsou považovány za silný nástroj v boji proti porušování práv duševního vlastnictví. Při komparaci využívání nástrojů ochrany duševního vlastnictví v porovnání vyspělejšími zeměmi Česká republika pokulhává, a to může vést k narušení podnikatelského prostředí včetně dopadů do investic či inovací. Složení padělků je tvořeno především oblečením, sportovní obuví, kabelkami a dalšími módními doplňky (například hodinkami). Mezi nejčastěji padělané značky nepatří úplně ty neluxusnější, ale především ty, které jsou velmi dobře dostupné (např. Tommy Hilfiger). Hlavním důvodem velkého zájmu o tyto značky je podstatně nižší cena a také to, že nepůsobí na první pohled vyloženě jako padělek, jako je tomu u některých značek. Prodej padělků se postupem času přesouvá z tržnic typu Sapa či Hatě do virtuálního prostředí díky rozmachu internetu. Je důležité zmínit, že i Celní správa má kompetence zasáhnout, pokud má sebemenší podněty, že dochází k porušování práv proti duševnímu vlastnictví. Toto vše se děje ve shodě s vnitrostátní a unijní legislativou. Celní správa vykonává svoji činnost především na mezinárodní úrovni, kde kontroluje zboží, které dorazilo ze třetích zemí a dává verdikt, zda bude puštěno na území Evropské unie. Tuto činnost provádí i v opačném případě – vývozu zboží. Mezi činnostmi, které provádí na národní úrovni, patří kontroly tržnic, kamenných prodejen, stánků atd.

Předpokladem pro uplatnění restorativních přístupů je dobře fungující občanská společnost, ve které by měli její členové žít v souladu se zákonem a aby v případě jeho narušení, byla stanovena pravidla nápravy. Smýšlení společnosti i jednotlivců nad způsobem, jakým se vypořádávat s trestnou činností, je totiž stále nejednoznačné. Velkou roli zde hraje i malé povědomí veřejnosti o právech ochrany značek a způsobech jejich poškozování.

Cílem práce bylo zjistit, jaké jsou způsoby právní ochrany luxusních značek v České republice. Uvedená problematika se promítá především do oblasti duševního

vlastnictví, konkrétně zejména patentů, ochranných známek, autorského práva, ale i průmyslových vzorů či obchodního tajemství. Součástí práce je dotazníkové šetření zjišťující aktuální situaci ohledně vnímání duševního vlastnictví v České republice včetně vyčíslení dopadu prodeje padělků do státního rozpočtu.

Inspirací dotazníkového šetření byl průzkum, který byl proveden Úřadem Evropské unie pro duševní vlastnictví na začátku roku 2023. V rámci šetření byly položeny respondentům stejné či podobné otázky zjišťující povědomí o vnímání duševního vlastnictví včetně samotné motivace ke koupi padělků. Po vyhodnocení výsledků bylo provedeno porovnání s výsledky EUIPO, které potvrdilo, že postoje k padělkům a pochopení negativního dopadu nákupu tohoto zboží je v České republice vnímáno nedostatečně.

Z provedeného dotazníkového šetření rovněž vyplynulo, že hlavním důvodem pro vědomý nákup padělků je především výrazně nižší cena, a díky ní si defacto téměř čtvrtina respondentů v České republice padělky kupuje zcela vědomě, aniž by si uvědomovala, že porušuje zákon. Je proto nutné, aby o této problematice byla vedena široká diskuse včetně větší interakce ze strany ÚPV v podobě mediálních kampaní, jak bylo doporučeno ve vyhodnocení dotazníkového šetření, aby se veřejnost dozvěděla o tomto porušování a zamyslela se zejména nad negativními dopady, které nákupy padělků přináší celé společnosti.

Seznam literatury

Knihy a monografické publikace:

- BÁLKOVÁ, S. *Ochranná známka a průmyslový vzor - jejich ochrana a padělání*. Ostrava: Key Publishing, 2011. 143 s. ISBN 978-80-7418-110-8.
- JAKL, Ladislav. *Duševní vlastnictví a jeho právní ochrana*. Praha: Metropolitan University Prague Press, 2017. ISBN 978-80-87956-50-2.
- HENDRYCH, Dušan. *Právní slovník*. 3., podstatně rozš. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2009. Beckovy odborné slovníky. ISBN 978-80-7400-059-1.
- HORÁČEK, Roman, Karel ČADA a Petr HAJN. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 3., doplněné a přepracované vydání. V Praze: C.H. Beck, 2017. Academia iuris (C.H. Beck). ISBN isbn978-80-7400-655-5.
- KELLER, K., L. *Strategické řízení značky*. Praha: Grada, 2007. ISBN 9788024714813.
- KOMÁREK, Jan. *Ochrana před padělkem a volný pohyb zboží – povinnosti celních orgánů*. In. Soudní rozhledy č. 1/2007.
- KOUKAL, Pavel. *Právní ochrana designu - průmyslové vzory, autorská díla*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012. Právní monografie (Wolters Kluwer ČR). ISBN 978-80-7357-886-2.
- MULAČOVÁ, Věra, Petr MULAČ. *Obchodní podnikání ve 21. století*. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 978-80-247-4780-4.
- VYSEKALOVÁ Jitka et al. *Image a firemní identita*. Praha: Grada, 2009. ISBN 9788024727905.

Články v odborných časopisech:

KELLNER, Samuel. Komentář k vybraným aspektům vymáhání práv k duševnímu vlastnictví v rámci trestního řízení. *Průmyslové vlastnictví*. 2022, č. 2, str. 6-11.

KOUT, Aleš. Autorské právo ve výuce – otázky a odpovědi. *Průmyslové vlastnictví*. 2022, č. 2, str. 12-14.

KOTYKOVÁ, Martina. Podpora malých a středních podniků v oblasti práv duševního vlastnictví. *Průmyslové vlastnictví*. 2022, č. 2, str. 1-5.

KRATOCHVÍL, Josef. Úřad průmyslového vlastnictví v roce 2021. *Průmyslové vlastnictví*. 2022, č. 1, str. 1-15.

Jak vnímají Evropané duševní vlastnictví? *Průmyslové vlastnictví*. 2021, č. 3, str. 1-7.

Zákonné předpisy:

Zákon č. 634/1992 Sb., Zákon o ochraně spotřebitele, dostupné [online] na:
<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1992-634>

Zákon č. 64/1986 Sb., Zákon České národní rady o České obchodní inspekci, dostupné [online] na:
<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1986-64>

Zákon č. 355/2014 Sb., Zákon o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví, dostupné [online] na:
<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2014-355>

Zákon č. 207/2000 Sb, Zákon o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů, dostupné [online] na:
<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-207>

Zákon č. 441/2003 Sb., Zákon o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách), dostupné [online] na:

<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2003-441>

Zákon č. 121/2000 Sb. Zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), dostupné [online] na:

<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-121>

Zákon č. 286/2018 Sb. Zákon, kterým se mění zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách), ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a o změně zákonů na ochranu průmyslového vlastnictví (zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví), a zákon č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, dostupné [online] na:

<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2018-286>

Zákon č. 221/2006 Sb. Zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a ochraně obchodního tajemství, dostupné [online] na:

<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-221>

Zákon č. 89/2012 Sb. Zákon občanský zákoník, dostupné [online] na:

<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>

Citovaná rozhodnutí/usnesení:

Usnesení Nejvyššího soudu ze dne 25. 8. 2015, sp. zn. 23 Cdo 1184/2013-204

Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 7.7.2016, Věc C-494/15

Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 28.7.2016, sp. zn. 23 Cdo 1184/2013

Webové stránky:

Celní správa [online], Ministerstvo financí, 2023 [2023-04-23]. Dostupné z:
<https://www.celnisprava.cz/cz/statistiky/Stranky/vyrocnizpravy.aspx>.

Česká obchodní inspekce [online]. *ČOI 2023* [2023-04-23]. Dostupné z:
<https://www.coi.cz/o-coi/vyrocnizpravy/vyrocnizpravy-o-cinnosti-coi/>

KOUKAL, P. -- MYŠKA, M. Právo duševního vlastnictví Multimediální elektronický výukový materiál. Publikováno na Elportále Právnické fakulty Masarykovy univerzity, ISSN 1802-128X. [online]. 2020. Dostupné z:
https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/2019podzim/dusevni_vlastnictvi/web/index.html.

STRYSZOWSKI, P. Illicit Trade, Global Trade in Fakes. [online]. 2021.
Dostupné z: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/2021_EUIPO_OECD_Report_Fakes/2021_EUIPO_OECD_Trade_Fakes_Study_FullR_en.pdf.

BINLEY, Alex. BBC. Adidas loses stripes row trademark battle with luxury designer Thom Browne [online]. 2023 [cit. 2023-01-13]. Dostupné z:
<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-64261616>

KRAMEROVÁ, Martina. Chanel prohrál bitvu o své logo. Soud dal ve sporu s Huawei za pravdu čínské společnosti Zdroj: https://www.lidovky.cz/byznys/chanel-prohral-bitvu-o-sve-logo-soud-dal-ve-sporu-s-huawei-za-pravdu-cinske-spolecnosti.A210422_081044_firmy-trhy_lkra. 2023. [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/byznys/chanel-prohral-bitvu-o-sve-logo-soud-dal-ve-sporu-s-huawei-za-pravdu-cinske-spolecnosti.A210422_081044_firmy-trhy_lkra. c

Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obr. 1 Udělené patenty národní cestou a evropské patenty validované v České republice.....	15
Obr. 2 Zapsané užité vzory.....	16
Obr. 3 Zápisy do rejstříku a počty průmyslových vzorů obsažených v těchto zápisech.....	17
Obr. 4 Porovnání designu Adidas x Thom Browne.....	29
Obr. 5 Porovnání log Chanel x Huawei.....	30
Obr. 6 Pochopení významu duševního vlastnictví.....	39
Obr. 7 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 1... 41	
Obr. 8 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 2... 42	
Obr. 9 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 3... 43	
Obr. 10 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 4..44	
Obr. 11 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 5..45	
Obr. 12 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 6..46	
Obr. 13 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 1.....	47
Obr. 14 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 2.....	48
Obr. 15 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 3.....	49
Obr. 16 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 4.....	50
Obr. 17 Okruhy osob nejvíce profitující z duševního vlastnictví.....	51
Obr. 18 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 1.....	52
Obr. 19 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 2.....	53
Obr. 20 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 3.....	54
Obr. 21 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 4.....	55
Obr. 22 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 5.....	56

Obr. 23 Koupil jsem si v posledních dvanácti měsících úmyslně padělek.....	57
--	----

Seznam tabulek

Tab. 1 Přehled výsledků kontrolní činnosti 2017–2022 v oblasti dozoru ČOI.....	32
Tab. 2 Výsledky kontrolní činnosti v oblasti celního řízení.....	33
Tab. 3 Výsledky kontrolní činnosti v oblasti vnitrostátního trhu.....	34
Tab. 4 Pohlaví respondentů.....	38
Tab. 5 Věkové zastoupení respondentů.....	38
Tab. 6 Nejvyšší vzdělání – DP.....	39
Tab. 7 Nejvyšší vzdělání – EUIPO.....	39
Tab. 8 Pochopení významu duševního vlastnictví – porovnání výsledků.....	40
Tab. 9 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 1 – porovnání výsledků.....	41
Tab. 10 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 2 – porovnání výsledků.....	42
Tab. 11 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 3 – porovnání výsledků.....	43
Tab. 12 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 4 – porovnání výsledků.....	44
Tab. 13 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 5 – porovnání výsledků.....	45
Tab. 14 Pochopení negativních dopadů nákupu padělaných výrobků, tvrzení č. 6 – porovnání výsledků.....	46
Tab. 15 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 1 – porovnání výsledků.....	47
Tab. 16 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 2 - porovnání výsledků.....	48

Tab. 17 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 3 - porovnání výsledků.....	49
Tab. 18 Pochopení výhod duševního vlastnictví, tvrzení č. 4 - porovnání výsledků.....	50
Tab. 19 Okruhy osob nejvíce profitující z duševního vlastnictví - porovnání výsledků.....	51
Tab. 20 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 1 - porovnání výsledků.....	53
Tab. 21 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 2 - porovnání výsledků.....	54
Tab. 22 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 3 - porovnání výsledků.....	55
Tab. 23 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 4 - porovnání výsledků.....	56
Tab. 24 Postoje k padělaným výrobkům, tvrzení č. 5. - porovnání výsledků.....	57
Tab. 25 Koupil jsem si v posledních dvanácti měsících úmyslně padělané výrobky – porovnání výsledků.....	58
Tab. 26 Důvody vědomého zakoupení padělku - porovnání výsledků.....	59
Tab. 27 Důvody vědomého nezakoupení padělku. (porovnání výsledků).....	60
Tab. 28 Výsledky ČOI a CS 2017-21.....	63
Tab. 29 Vycíslění ušlého příjmu ČR z DPH.....	63

ANOTAČNÍ ZÁZNAM

AUTOR	Bc. Miloš Svoboda		
STUDIJNÍ PROGRAM/OBOR/SPECIALIZACE	Specializace Mezinárodní podnikání a právo		
NÁZEV PRÁCE	Právní ochrana luxusních značek proti padělání		
VEDOUCÍ PRÁCE	Mgr. Miroslav Černý, Ph. D.		
KATEDRA	KEP - Katedra ekonomie a práva	ROK ODEVZDÁNÍ	2023
POČET STRAN	74		
POČET OBRÁZKŮ	23		
POČET TABULEK	29		
POČET PŘÍLOH	0		
STRUČNÝ POPIS	<p>Cílem práce bylo zjistit, jaké jsou způsoby právní ochrany luxusních značek v České republice. Uvedená problematika se promítá především do oblasti duševního vlastnictví, konkrétně zejména patentů, ochranných známek, autorského práva, ale i průmyslových vzorů či obchodního tajemství. Součástí práce je dotazníkové šetření zjišťující povědomí o problematice padělků mezi spotřebiteli včetně komparace s podobným výzkumem, který byl proveden ze strany EUIPO. Prostřednictvím dotazníku bylo zjištěno, že je potřeba více obeznámit veřejnost v České republice především v záležitosti negativního dopadu nákupu padělaných výrobků včetně samotných postojů k těmto výrobkům. Dále bylo součástí diplomové práce vyčíslení dopadu prodeje padělků do státního rozpočtu.</p>		
KLÍČOVÁ SLOVA	Autorská práva, duševní vlastnictví, luxusní značka, módní průmysl, ochranná známka, padělky		

ANNOTATION

AUTHOR	Bc. Miloš Svoboda		
FIELD	Specialization International Business and Law		
THESIS TITLE	Legal protection of luxury brands against counterfeiting		
SUPERVISOR	Mgr. Miroslav Černý, Ph. D.		
DEPARTMENT	KEP - Department of Law and Economics	YEAR	2023
NUMBER OF PAGES			
	74		
NUMBER OF PICTURES			
	23		
NUMBER OF TABLES			
	29		
NUMBER OF APPENDICES			
	0		
SUMMARY	<p>The aim of the thesis was to find out what are the methods of legal protection of luxury brands in the Czech Republic. The above-mentioned issue is mainly reflected in the area of intellectual property, specifically patents, trademarks, copyright, but also industrial designs or trade secrets. Part of the work is a questionnaire survey investigating the awareness of the issue of counterfeiting among consumers, including a comparison with similar research conducted by the EUIPO. Through the questionnaire, it was found that there is a need to make the public in the Czech Republic more familiar, especially in the matter of the negative impact of purchasing counterfeit products, including the attitudes towards these products themselves. Furthermore, part of the diploma thesis included the quantification of the impact of the sale of fakes on the state budget.</p>		
KEY WORDS	Copyright law, intellectual property, luxury brand, fashion industry, trademark, counterfeiting		