



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK

JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Naděždy Řehákové a soudců JUDr. Ivanky Havlíkové a Mgr. Martina Kříže v právní věci **žalobce: Arcibiskupské vinné sklepy Kroměříž, spol. s r.o.** se sídlem Hovorany 222, IČ: 60726121 sídlem Husova tř. 1847/5, České Budějovice, IČ 26039354, proti **žalovanému: Úřad průmyslového vlastnictví** se sídlem Antonína Čermáka 2a, Praha 6, **za účasti osoby zúčastněné na řízení: Arcibiskupství Olomoucké** se sídlem Wurmova 9, Olomouc, zast. JUDR. PhDr. Oldřichem Choděrou, advokátem se sídlem Jugoslávská 12, Praha 2, o žalobě na přezkoumání rozhodnutí předsedy Úřadu průmyslového vlastnictví ze dne 2.6.2010, zn. sp. O-186480, č.j. O-186480/11368/2009/ÚPV,

t a k t o:

- I. Žaloba se zamítá.
- II. Žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení.
- III. Osoba zúčastněná na řízení nemá právo na náhradu nákladů řízení.

O d ů v o d n ě n í :

Žalobce se podanou žalobou domáhal přezkoumání rozhodnutí předsedy Úřadu průmyslového vlastnictví ze dne 2.4.2010, zn.sp. O-186480, č.j.: O-186480/11368/2009/ÚPV, jímž byl zamítnut rozklad žalobce proti rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví ze dne 12.2.2009 o zrušení slovní ochranné známky č. 265790 ve znění „ARCIBISKUPSKÉ VINNÉ SKLEPY“ a to na základě návrhu navrhovatele Arcibiskupství olomouckého.

V odůvodnění napadeného rozhodnutí vyšel žalovaný správní orgán ze zjištění, že předmětná slovní ochranná známka ve znění „ARCIBISKUPSKÉ VINNÉ SKLEPY“, jejímž vlastníkem je žalobce, byla zapsána do rejstříku ochranných známek dne 6.9.2004, Navrhovatel, jímž je Arcibiskupství olomoucké se domáhal zrušení předmětné ochranné

známky návrhem ze dne 2.4.2008 a to podle ust. § 31 odst. 1 písm. c) zákona č. 441/2003 Sb. o ochranných známkách ve znění pozdějších předpisů s odůvodněním, že ochranná známka se po dni jejího zápisu v důsledku užívání svým vlastníkem pro zapsané výrobky stala klamavou a může tedy vést ke klamání veřejnosti, neboť vzhledem ke znění ochranné známky by veřejnost mohla dojít k závěru, že na produkci či prodeji výrobků, označených napadenou ochrannou známkou, se podílí navrhovatel, tj. Arcibiskupství olomoucké. To však není pravdou, neboť navrhovatel byl ze společnosti Arcibiskupské vinné sklepy Kroměříž, spol. s r.o. (žalobce) po zápisu této ochranné známky vyloučen. Úřad průmyslového vlastnictví důvod pro zrušení ochranné známky s účinky ex nunc uznal s tím, že spotřebitel se může díky přívlastku „ARCIBISKUPSKÝ“ domnívat, že se české arcibiskupství na výrobě vína podílí nebo nad jeho výrobou převzalo záštitu, přičemž tento předpoklad se po vyloučení navrhovatele ze společnosti vlastníka ochranné známky již nezakládá na pravdě. Žalobce uvedený důvod zrušení ochranné známky vyvracel v podaném rozkladu s tím, že spotřebitel neuvažuje tak, že při pohledu na název vína se domnívá, že by muselo jít o výrobek arcibiskupství. Podle žalobce by při takovém přístupu určitá vína nemohla být distribuována dalšími subjekty. Jako příklad uvedl ochrannou známku ve znění „Klášteří tajemství“, jejímž vlastníkem je společnost GRANETTE a.s., přičemž žádný její akcionář nesouvisí s kláštery ani církví. Žalobce se neztotožnil ani s argumentem orgánu I. stupně v tom, že víno je výrobkem úzce spojeným s církevní oblastí, neboť v dnešní době si spotřebitelé kupují víno v supermarketu a neužívají jej k církevním účelům. Nesouhlasil ani s odmítnutím jeho argumentu o srovnání prvku „arcibiskupský“ s prvkem „templářský“, neboť průměrný spotřebitel nepřemýšlí tak, že by si vybavil zrušení templářského řádu v roce 1312. Žalobce v rozkladu také namítal, že napadenou ochrannou známkou řádně užíval a nemůže být k jeho tíži, že navrhovatel byl ze společnosti žalobce vyloučen pro nekalosoutěžní jednání. Spotřebitelé vnímají ochrannou známku v souvislosti s vínem, které žalobce vyrábí, přičemž nepředstírá, že víno pochází od arcibiskupa, stejně jako víno Klášteří tajemství nepředstírá klášterní původ. Dovolával se toho, že ochranná známka se dlouhodobým užíváním stala pro ni charakteristickou a veřejnost při nákupu ví, že si nekupuje víno od arcibiskupství, ale od žalobce. Průměrný spotřebitel je také informován o sporech mezi žalobcem a navrhovatelem z důvodu nekalosoutěžního jednání navrhovatele ve vztahu k vlastníkovu ochranné známky. Žalobce dále v rozkladu konstatoval, že spojení „ARCIBISKUPSKÉ VINNÉ SKLEPY“ samo o sobě nemá žádný silný prvek a rozlišovací způsobilost získalo až užíváním ochranné známky žalobcem a nemůže být tedy klamavé. Žalobce odkázal na analogické příklady, např. na označení „Palírna arcibiskupa Arnošta“, které by rovněž nebylo klamavé, neboť by se spotřebitel nedomníval, že jde o víno od arcibiskupa Arnošta. Vnímání vína musí být reálné v souvislosti se skutečným užíváním. Firma žalobce je totožná s napadenou ochrannou známkou. Tato firma je po právu a tedy ochranná známka nemůže být klamavá. Podle názoru žalobce správní orgán I. stupně hleděl spíše na navrhovatele a zaměnil jej se spotřebiteli. Uvedl i příklad ochranné známky „PŮVODNÍ ARCIBISKUPSKÉ SKLEPY ARCHIEPISCOPUS CELLARIUM“, které rovněž nevlastní subjekt mající cokoliv společného s církví, a přesto tato ochranná známka není posuzována jako klamavá.

Navrhovatel k podanému rozkladu uvedl, že uvedené označení má svůj původ v tom, že vína jím označená se vyrábí ve sklepních prostorách arcibiskupského zámku v Kroměříži a že se na jeho výrobě přímo podílel i navrhovatel, jakožto společník vlastníka. Ochranná známka se stala však klamavou poté, co se výroba vína přemístila z prostoru arcibiskupského zámku v Kroměříži do Hovorán a po vyloučení navrhovatele ze společnosti žalobce pak přestala existovat jakákoliv spojitost mezi navrhovatelem a výrobky označenými napadenou ochrannou známkou. Ochranná známka tedy podle navrhovatele předstírá, že produkty jí

označené pocházejí z historických prostor arcibiskupského zámku v Kroměříži, přestože tak tomu již není. Příklady uvedené žalobcem označil navrhovatel za zavádějící, neboť klamavost je třeba posuzovat se znalostí konkrétních okolností případu. Vína označená ochrannou známkou „PŮVODNÍ ARCIBISKUPSKÉ SKLEPY ARCHIEPISCOPUS CELLARIUM“ jsou vyráběna vlastníkem v arcibiskupských sklepech pod hradem Hukvaldy, které jsou určeny k archivaci i k doškolování a lahvování vína. Tato vína tedy pocházejí z arcibiskupských sklepů, a proto jejich označení nepůsobí klamavě. Pokud se nicméně výroba následně přesunula do Bzence, jak uvádí žalobce v rozkladu, mohla by uvedená ochranná známka působit klamavě, pokud by neobsahovala výraz „původní“, čímž je takto sděleno, že víno označované již z arcibiskupských sklepů pod hradem v Hukvaldech nepochází. Nelze srovnávat přívlastek „arcibiskupský“ s prvkem „templářský“, neboť si spotřebitel stěží představí, že výrobky pocházejí od řádu, který je již několik století zrušený.

Žalovaný při přezkumu rozhodnutí správního orgánu I. stupně vyšel z ust. § 31 odst. 1 písm. c) zákona č. 441/2003 Sb. s tím, že posuzoval, zda se ochranná známka v důsledku svého užívání stala dodatečně klamavou. To znamená, že by mohla vyvolávat nesprávnou představu o podstatě zboží, jeho složení, vlastnostech nebo jakosti, o skutečném místě původu či obsahovat nepravdivé časové údaje. Žalovaný uvedl, jaké dokumenty a důkazy předložil navrhovatel na podporu svého tvrzení o důvodech ke zrušení zápisu ochranné známky a jaké dokumenty předložil vlastník ochranné známky. Navrhovatel předložil odborné vyjádření obsahující popis erbu Olomouckého arcibiskupství a dále vyobrazení erbu Olomouckého biskupství a arcibiskupství od roku 1588 až 1924, vyobrazení znaku nadepsaného Arcibiskupské vinné sklepy a dále rozhodnutí Krajského soudu v Ostravě, Krajského soudu v Brně a Vrchního soudu v Olomouci. Žalobce pak předložil internetovou prezentaci společnosti MORAVSKÉ VINAŘSKÉ ZAVODY, s.r.o. Bzenec, výpis z rejstříku ochranných známek ohledně ochranné známky ve znění „Klášteří tajemství likér z nejvzácnějších bylin připravený, 40%“, dále výtisky článku o Olomouckém arcibiskupství a článků týkajících se sporu o kroměřížské víno.

Žalovaný dospěl k závěru, že přídavné jméno „arcibiskupství“ ve spojení s výrazem „vinné sklepy“ vytvářejí možnost, že se běžná veřejnost bude domnívat, že výrobky pocházejí ze sklepů náležejících arcibiskupství. Vzal v úvahu, že i běžný spotřebitel je obeznámen s tradicí výroby piva a vína při kláštrech, biskupstvích a jiných církevních zařízeních a nevnímá tedy jako neobvyklé, aby tyto výrobky pocházely či byly jinak propojeny s určitými církevními komunitami. Proto argument žalobce, že běžní spotřebitelé nakupují víno v supermarketech a nepoužívají jej k církevním účelům, je sice pravdou, nicméně to nesouvisí s otázkou, zda se tito spotřebitelé při nákupu vína mohou domnívat, že toto víno pochází či alespoň má nějakou souvislost s některým z českých arcibiskupství. Podle zákona o ochranných známkách není rozhodné, za jakým účelem si konkrétní spotřebitelé výrobky kupují, ale zda mohou být klamáni jejich označeními. Veřejnost se tedy při výběru předmětných výrobků označených napadenou ochrannou známkou může domnívat, že toto víno pochází z arcibiskupských sklepů, případně jeho výroba je nějakým způsobem s arcibiskupstvím spojena. Žalovaný z podání obou účastníků zjistil, že žalobce měl pronajaty sklepy v prostorách arcibiskupského zámku v Kroměříži ke svému podnikání a svoji činnost v nich provozoval. Z jejich podání zároveň vyplývá, že žalobce své sídlo přemístil z Kroměříže do Hovorán a v době podání návrhu na zrušení ochranné známky již v arcibiskupských sklepech nepodnikal. Oba účastníci řízení pak jsou shodni v tvrzení, že účast navrhovatele ve společnosti žalobce byla zrušena ke dni 7.9.2004. Po zápisu napadené ochranné známky tedy došlo k tomu, že tato může ve vztahu k veřejnosti působit klamavě, neboť předmětné výrobky nepocházejí z arcibiskupských vinných sklepů a ani se arcibiskupství na činnosti vlastníka ochranné známky nijak nepodílí. Žalovaný odmítl názor žalobce o analogii mezi výrazem „templářský“ a „arcibiskupský“, neboť templářský řád již od

středověku neexistuje a nebude tedy vyvolávat představu o původu výrobků z dílny templářských rytířů. Pokud jde o ostatní příklady názvů s církevní tematikou, které předložil žalobce, pak dle žalovaného bez znalosti konkrétních okolností jednotlivých případů není možné určit okolnosti zápisu těchto označení do rejstříku ochranných známek, a tedy ani jejich případný klamavý charakter. K námitce, že ochrannou známku žalobce dlouhodobě užívá, žalovaný uvedl, že žalobce neprokázal, že předmětnou ochrannou známku dlouhodobě a intenzivně na trhu užívá tak, že veřejnost je obeznámena se skutečným vlastníkem ochranné známky. Jestliže vlastník ochranné známky nechce předstírat souvislost s arcibiskupstvím, pak by logickým krokem bylo neuvedení přívlastku „ARCIBISKUPSKÉ“ do své ochranné známky. Pokud je ochranná známka shodná s firmou vlastníka, pak tato skutečnost není podstatná při zkoumání klamavosti konkrétní ochranné známky. Rozsudky předložené vlastníkem v prvoinstančním řízení se zabývají zaměnitelností obchodních firem a nejsou pro otázku klamavosti ochranné známky relevantní. Nadto k dokumentům předloženým vlastníkem s podaným rozkladem žalovaný uvedl s odkazem na ust. § 82 odst. 4 zákona o ochranných známkách, že k nim nemohl přihlédnout, neboť nejde o takové skutečnosti nebo důkazy, které účastník by nemohl uplatnit dříve. Jde o dokumenty, které převážně tvoří výtisky internetových článků, z nichž nejpozdější jsou z počátku roku 2004 a výpisy z rejstříku a internetu a je zřejmé, že tyto dokumenty mohly být vlastníkem předloženy již v prvoinstančním řízení po dodání návrhu na zrušení ochranné známky v roce 2008. Nicméně i těmito dokumenty se vlastník snažil prokázat své tvrzení, že veřejnost je obeznámena se spory mezi ním a navrhovatelem a vzhledem k předloženým internetovým článkům z let 2003 a 2004 nelze předpokládat, že si běžní spotřebitelé články z uvedené doby před několika lety pamatují a že je spojí se spory mezi vlastníkem ochranné známky a navrhovatelem.

Z uvedených důvodů žalovaný rozhodl tak, jak je uvedeno ve výroku napadeného rozhodnutí.

Proti uvedenému rozhodnutí směřuje podaná žaloba.

Žalobce v podané žalobě namítal, že žalovaný na základě provedených důkazů dospěl k nesprávným závěrům.

Podle žalobce je předně nesprávný závěr žalovaného, že běžný spotřebitel je obeznámen s tradicí výroby piva a vína v kláštrech, biskupstvích a jiných církevních zařízeních, když kupuje víno, které je označeno ochrannou známkou obsahující prvek „arcibiskupský,“ a proto je klamán, pokud jde o původ zboží. Žalobce je přesvědčen, že si běžný spotřebitel kupuje víno podle toho, jak mu chutná a rozhodující je pro něho název společnosti, od které víno pochází, a oblast. Běžný spotřebitel nepředpokládá, že by víno s prvkem „arcibiskupský“ takto koupené mohlo sloužit k náboženským účelům a mělo s církví či náboženstvím nějakou souvislost. Označený výrobek nepředstírá, že je původem od arcibiskupství ani nějakou jeho vlastnost s arcibiskupstvím spojenou tzn., že přívlastek „arcibiskupské“ nemůže běžného spotřebitele uvádět v omyl.

Žalobce odmítl argumentaci žalovaného, která se vypořádává s analogií přívlastku „templářský“, protože běžný spotřebitel při nákupu zboží nezkontroluje, zda templářský řád existuje nebo neexistuje a stejně tak nelze odmítnout žalobcovu argumentaci týkající se „Klásterského tajemství“. Nesouhlasil se žalovaným, že u ochranné známky „PŮVODNÍ ARCIBISKUPSKÉ SKLEPY ARCHIEPISCOPUS CELLARIUM“ od společnosti Moravské vinařské závody Bzenec s.r.o. nelze možné bez bližších souvislostí posoudit, zda působí též klamavě. Výklad ust. § 31 odst. 1 písm. c) zákona č. 441/2003 Sb. nemůže záviset na libovůli žalovaného. Výklad takto dovedený ad absurdum by znamenal, že běžný spotřebitel byl

klamán, pokud společnost NOWACO CZECH REPUBLIC s.r.o. označuje svůj výrobek ochrannou známkou ve znění „Pianissimo Biskupský chlebiček“, protože by se spotřebitel domníval, že jej vyrábí biskupství.

Žalobce namítal, že jeho víno, které označuje ochrannou známkou od roku 2004, kupuje stálý okruh zákazníků a tito nemohou být klamáni, protože užívání ochranné známky žalobcem se dostalo do povědomí veřejnosti tak, že toto víno nepochází z arcibiskupství, ale od žalobce. To žalobce prokázal řadou novinových článků, týkajících se sporů mezi žalobcem a Arcibiskupstvím olomouckým. Ze soudních rozhodnutí je zřejmé, že Arcibiskupství olomoucké bylo vyloučeno ze společnosti žalobce, neboť založilo konkurenční společnost a jeho jednání bylo nekalosoutěžní a v rozporu s dobrými mravy. Z těchto důvodů bylo také návrhovateli uloženo změnit jeho obchodní firmu a zdržet se užívání ochranné známky ve vlastnictví žalobce. V okamžiku zápisu předmětné ochranné známky dne 6.9.2004 bylo Arcibiskupství olomoucké společníkem žalobce a v důsledku toho byla ochranná známka zapsána do rejstříku ochranných známek v souladu se zákonem. Obchodní firma žalobce v sobě obsahuje předmětnou ochrannou známku. Žalobce poukázal na rozhodnutí Městského soudu v Praze a v související rozhodnutí NSS pod sp.zn. 7As 30/2007, jimiž bylo potvrzeno, že pokud jde o slovní prvek ochranné známky, stejně jako obchodní firma, stane se v důsledku dlouhodobého užívání pro subjekt, který je užívá příznačným a proto nemůže spotřebitele uvádět v omyl.

Žalobce setrval na názoru, že přívlastek „arcibiskupský“ je obecným výrazem, na jehož užívání nemá nikdo výlučné právo. U tohoto přívlastku nedochází k nebezpečí pravděpodobnosti záměny z pohledu běžného spotřebitele a i u toho spotřebitele, který není obeznámen se spory mezi žalobcem a Arcibiskupstvím olomouckým a není pravidelným odběratelem vína, nemůže dojít k tomu, že se bude domnívat, že se jedná o výrobky pocházející ze sklepů arcibiskupství. Žalobce poukázal na konstantní judikaturu Evropského soudního dvora ohledně otázky, jak je třeba posuzovat nebezpečí záměny a jaká jsou jednotlivá relevantní kritéria pro posouzení. Poukázal na rozsudek ve věci SABEL, C-251/95, v němž soud vyslovil, že posouzení nebezpečí záměny musí být provedeno s přihlédnutím ke všem relevantním faktorům, co se týče vzhledové, sluchové a pojmové podobnosti kolidujících si ochranných známek. Musí být založeno na celkovém dojmu, který známky působí a k rozšiřujícím a dominantním prvkům ochranných známek. Stejný názor soud vyslovil v dalších rozsudcích, které žalobce citoval, např. ve věci Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, věc Marca Mode, C-425/98 s tím, že pro posuzování pravděpodobnosti záměny výrobku jsou též rozhodné distribuční kanály a relevantní veřejnost. Jsou-li výrobky dostupné skrze shodné distribuční kanály, bude průměrný spotřebitel spíše tíhnout k závěru, že jsou vyrobeny stejným subjektem. Žalobce distribuuje své zboží prostřednictvím společnosti Berentzen Distillers, a.s. a dále osobně jednotlivým vinotékám či odběratelům, přičemž vína návrhovatele jsou distribuována prostřednictvím jeho prodejny e-shopu a jsou použity rozličné distribuční kanály. To žalovaný vůbec nezohlednil.

Z uvedených důvodů žalobce navrhl, aby soud napadené rozhodnutí zrušil a věc vrátil žalovanému k dalšímu řízení.

Žalobce dalším podáním navrhl, aby soud přiznal žalobě odkladný účinek. Soud o tomto návrhu rozhodl usnesením ze dne 9.12.2010, č.j. 9A 162/2010-63, jímž žalobě odkladný účinek nepřiznal.

Ve svém vyjádření k podané žalobě žalovaný setrval na tom, že předmětná slovní ochranná známka byla přihlášena v roce 2002, kdy se na podnikání žalobce podílelo i Arcibiskupství olomoucké a výroba vína probíhala ve sklepech arcibiskupského paláce v Kroměříži a žalobci svědčila rovněž práva ke kombinované ochranné známce O-131902

s vyobrazením erbu a označením ARCIBISKUPSKÉ VINNÉ SKLEPY. Návrhu Arcibiskupství olomouckého na zrušení této ochranné známky bylo vyhověno a spor o zrušení této ochranné známky s obdobnou argumentací probíhal u Městského soudu v Praze pod sp.zn. 5Ca 307/2006 a v tomto řízení Městský soud v Praze žalobu rozhodnutím ze dne 16.9.2009 zamítl.

Pokud napadené rozhodnutí vyslovilo, že ochranná známka je způsobilá klamat průměrného spotřebitele z hlediska toho, že běžný spotřebitel může být klamán o místě produkce takto označeného vína, tak tento závěr je plně konformní s pravomocným rozsudkem Městského soudu v Praze pod sp.zn. 5Ca 307/2006. Žalovaný citoval z rozsudku Městského soudu v Praze stanovisko, že podstatným důvodem, který vedl ke zrušení ochranné známky je to, že slovní prvky „ARCIBISKUPSKÉ VINNÉ SKLEPY KROMĚŘÍŽ“ mohou vést ke klamání veřejnosti. Slovní spojení „Arcibiskupské sklepy“ vypovídá o tom, v prostorách jakého typu (sklep) je takto označené zboží vyráběno a komu (arcibiskupství) tyto prostory patří.

K dalším námitkám žalovaný uvedl, že pokud jde o srovnávání označení „templářský“ a „arcibiskupství“, je zřejmé, že řád templářů je již jen historickou reminiscencí, přičemž arcibiskupství je i v nynější době církevním úřadem. Rozhodnutí neobsahuje úvahu, že by se slovy „ARCIBISKUPSKÉ VINNÉ SKLEPY“ nutně musela být spojována pouze výroba mešního vína. Jestliže víno již v současné době není produkováno v arcibiskupských vinných sklepech, je toto označení sto klamat spotřebitelskou veřejnost. Žalovaný dále uvedl, že srovnání předmětné ochranné známky s jinými ochrannými známkami obsahujícími rovněž církevní pojmy, nebyla předmětem řízení, které vyústilo v napadené rozhodnutí. V daném případě jde o to, že po zápisu ochranné známky se skutkové okolnosti natolik zásadně změnily, že známka se z důvodu této změny stala klamavou. *Může* vyvolávat nepravdou představu o podstatě zboží, jeho složení, vlastnostech nebo jakosti, o skutečném místě původu či nepravdivé časové údaje. Bylo zkoumáno jen, jak známka v současnosti *může* působit na spotřebitele.

Argumentace, že ochranná známka je shodná s firmou žalobce, není dle žalovaného příznačným výkladem, neboť v tomto řízení je zkoumána možná klamavost konkrétní ochranné známky a nikoliv charakter obchodní firmy žalobce. Navíc relevantní veřejnost není tvořena pouze stávajícími zákazníky vlastníka ochranné známky, ale veškerými potenciálními spotřebiteli, tedy i těmi, kteří se dříve s tímto označením nesetkali. Žalovaný vycházel i z názoru Městského soudu v Praze, že ochranná známka je na trhu mnohem nápadnější než obchodní firma, neboť jejím smyslem je být viděna. Názor Městského soudu v Praze vyslovený v rozsudku sp. zn. 9 Ca 305/2004, který byl přestřelen ke koexistenci dvou označení, je založen na odlišném skutkovém a právním základě, když v té věci byl projednáván návrh na prohlášení ochranné známky za neplatnou a z tohoto důvodu se soud zabýval zaměnitelností ochranné známky ve smyslu § 7 odst. 1 písm. a) citovaného zákona.

Z uvedených důvodů žalovaný navrhl, aby soud podanou žalobu zamítl.

V řízení uplatnila práva osoby zúčastněné na řízení společnost Arcibiskupské vinné sklepy Kroměříž s.r.o. jako navrhovatel zrušení ochranné známky. K podané žalobě se však blíže nevyjádřila.

Městský soud v Praze přezkoumal napadené rozhodnutí, jakož i řízení, které předcházelo jeho vydání podle § 65 a násl. zákona č. 150/2002 Sb. s.ř.s. a dospěl k závěru, že žaloba není důvodná.

Podstatným pro posouzení věcných námitek žaloby je výchozí skutečnost, že napadeným rozhodnutím bylo rozhodováno o *návruhu na zrušení registrované ochranné známky žalobce*, a proto rozhodující otázkou bylo posouzení, zda je dán zákonný důvod pro zrušení již zapsané ochranné známky.

Podle § 31 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách zruší Úřad průmyslového vlastnictví ochrannou známku v řízení zahájeném na návrh třetí osoby, jestliže ochranná známka po dni jejího zápisu v důsledku užívání svým vlastníkem nebo s jeho souhlasem pro výrobky nebo služby, pro které byla zapsána, může vést ke klamání veřejnosti, zejména pokud jde o povahu, jakost nebo zeměpisný původ těchto výrobků nebo služeb.

Uvedený zákonný důvod pro zrušení ochranné známky – možné klamání veřejnosti je dle dikce citovaného zákonného ustanovení dán 3 hledisky:

- hlediskem časovým, tj., že se ochranná známka, již řádně zapsaná v rejstříku ochranných známek, mohla stát klamavou po dni svého zápisu,
- hlediskem způsobu užívání – v důsledku užívání svým vlastníkem
- hlediskem znaků (vlastností), jimiž může ochranná známka klamat veřejnost – povahou, jakostí, zeměpisným původem výrobků a služeb.

Časové hledisko znamená, že i u ochranné známky řádně zapsané do rejstříku ochranných známek může dojít k určité změně po jejím zápisu tak, že tato změna může vést ke klamání veřejnosti, ač původně zapsaná ochranná známka žádnou klamavost nevyvolávala. Je podstatné, že důvod klamání veřejnosti může spočívat v objektivních okolnostech, nezaviněných vlastníkem ochranné známky, které nastanou po zápisu ochranné známky a které při jejím zápisu nikdo ze zúčastněných nepředvídal. Je proto nepodstatné, zda a kdo změny rozhodující pro posouzení klamavosti způsobil či vyvolal, není relevantní motivace nastalých změn, případné provinění či zásluhy těch, kteří ochranou známku drželi a užívali. Smyslem známkoprávní ochrany je ochrana práv vlastníka a uživatele ochranné známky ve spojení s pravdivou informací pro spotřebitelskou veřejnost a představou spotřebitele o původu výrobků. Dbající smyslu uvedeného zákona bylo proto zcela prioritní posuzovat, jak ochranná známka po dni jejího zápisu působí, a to v souvislosti s druhým hlediskem - zda a jaké změny nastaly v důsledku užívání jejím vlastníkem.

V dané věci je nesporné, že předmětná slovní ochranná známka byla pro žalobce do rejstříku ochranných známek zapsána dne 6.9.2004 a že ji tvoří označení „Arcibiskupské vinné sklepy“, nepochybně proto, že vína jimi označená se původně vyráběla ve sklepních prostorách zámku Kroměříž, že se na jejich výrobě podílel i navrhovatel – Arcibiskupství olomoucké, a to do té doby, než se výroba vína přemístila do Hovorán, nynějšího sídla žalobce v důsledku změny ve společnosti způsobené vyloučením Arcibiskupství olomouckého. To znamená, že *okolnosti užívání* ochranné známky se zásadně změnily, není již spolužívána Arcibiskupstvím olomouckým jako společníkem žalobce, arcibiskupství se již nepodílí na výrobě vína, neposkytuje sklepní prostory k výrobě vína, případně činnost žalobce nijak nezaštiťuje. Ochrannou známku nadále bez účasti Arcibiskupství olomouckého *užívá pouze žalobce* a je otázkou, zda za takové situace ob stojí předmětná slovní ochranná známka vzhledem ke svému názvu „ARCIBISKUPSKÉ VINNÉ SKLEPY“ jako „neklamavá“, když ve spojení s výrobky, jež označuje, již není užívána ve spojení s arcibiskupstvím, které se podílelo na původu výrobků a tento původ se zobrazil i v označení předmětné ochranné známky, přičemž ochranná známka nemá klamat spotřebitelskou veřejnost co do povahy nebo zeměpisného původu (lokality) výrobků.

Je nepochybné, že přívlastek „arcibiskupský“, byť je dle žalobce obecným výrazem, je přesto specifický tím, že je přídavným jménem určujícím nějakou věc či pojem přináležejících k arcibiskupství jako k určité církevní diecézi. Navozuje tedy souvislost s církví a v daném případě se tento přívlastek ocitl v označení tvořící předmětnou ochrannou známku v souvislosti s výrobou vína v arcibiskupských sklepích. Od počátku označování tohoto vína předmětnou ochrannou známkou tedy mohla vzniknout a také vznikla zcela logická představa spotřebitele, o tom, že výrobky jí označené pocházejí ze sklepů arcibiskupství a že arcibiskupství se na výrobě vína podílí, což nebylo nepravdou do doby, než došlo ke změnám ve společnosti žalobce. Následně pak už je věcí úvahy, zda je v souvislosti se změnami, které nastaly ve společnosti žalobce a v důsledku odloučení Arcibiskupství olomouckého a přesídlení žalobce z Kroměříže do jiné lokality (Hovorán) udržitelné, aby přetrval název předmětné ochranné známky i nadále tak, aby se nestal klamavým. Jestliže se výroba a distribuce vína již nespojuje s určitou mírou účasti, podílu či záštity Arcibiskupství olomouckého, není vyloučeno, že si spotřebitel udělá nesprávnou představu o povaze a původu zboží a bude je nadále spojovat nejen se žalobcem jako současným výrobcem vína, ale i také s arcibiskupstvím, ačkoliv to se již na výrobě vína a užívání ochranné známky nepodílí. To, že možná nesprávná představa spotřebitele o původu vína není vyloučena, nezávisí na rozlišovací způsobilosti slova „Arcibiskupské“, tj. na tom, zda jde o obecný výraz či specifický fantazijní prvek způsobilý odlišit ochrannou známku od ochranné známky jiného vlastníka, neboť rozlišovací způsobilost zde není relevantním hlediskem pro posouzení důvodu pro zrušení předmětné ochranné známky, a to vzhledem k tomu, že v rámci ust. § 31 odst. 1 písm. c) není posuzována pravděpodobnost záměny s jinou ochrannou známkou tak, jak to stanoví ust. § 32 ve spojení s § 7 zákona. Proto není případný ani odkaz žalobce na judikaturu Evropského soudního dvora např. ve věci SABEL, C-251/95 ohledně otázky, jak je třeba posuzovat nebezpečí záměny a jaká jsou jednotlivá relevantní kritéria pro posouzení záměny. V dané věci není rozhodující vizuální, fonetická a sémantická „podobnost“, neboť nejde o porovnávání různých zapsaných ochranných známek z hlediska jejich kolize v podobnosti, ale o úvahu, zda sama zapsaná ochranná známka ob stojí ve svém označení o povaze a původu výrobků časově poté, kdy se změnily okolnosti výroby a distribuce výrobků, jež jsou ochrannou známkou označeny. Možnost nesprávné představy spotřebitele o povaze nebo původu zboží nemůže být také vyloučena proto, že je žalobce subjektivně přesvědčen o tom, že průměrný spotřebitel je obeznámen se spory mezi žalobcem a Arcibiskupstvím olomouckým a že není-li pravidelným odběratelem vína, nemůže dojít k tomu, že se bude domnívat, že se jedná o výrobky pocházející ze sklepů arcibiskupství. Nelze vejít na námitku žalobce, že jeho víno, které označuje předmětnou ochrannou známkou kupuje pouze stálý okruh zákazníků. Žalobce sám poukazuje na běžného spotřebitele, který si kupuje víno podle toho, jak mu chutná a že běžným spotřebitelem není ten, který by víno kupoval ke specifickým náboženským účelům.

U průměrného spotřebitele výrobku, jímž je víno, které není určeno specifickým spotřebitelům s určitým stupněm odbornosti, lze vycházet z toho, že tento spotřebitel si učiní představu o obvyklé povaze či původu výrobku, jež se dozvídá při nákupu zboží z označení na etiketě, kde jsou uvedeny i údaje o druhu vína a jeho původu a o jeho výrobcí, případně distributorovi. Soud přisvědčuje žalobci v tom, že průměrný spotřebitel si při představě o povaze a původu výrobku – vína označeném předmětnou ochrannou známkou „ARCIBISKUPSKÉ VINNÉ SKLEPY“, dostupném v běžné prodejní síti či ve vinotékách, nepředstaví víno používané k církevním účelům a skutečně není rozhodné, za jakým účelem si toto víno kupuje. Stejně tak nebude při nákupu výrobku veden myšlenkami na to, jaký soukromoprávní vztah existuje mezi žalobcem a Arcibiskupstvím olomouckým, zda je mezi těmito subjekty veden soudní spor a pro jaké a kým zaviněné jednání.

V řízení bylo prokázáno a je nesporné, že skutkové okolnosti, které tu byly při zápisu známky, se změnily a správním uvážení žalovaného, že v důsledku těchto změn se ochranná známka stala klamavou, soud shledává v souladu s pravidly logického usuzování. Znamka ve znění „ARCIBISKUPSKÉ VINNÉ SKLEPY“ totiž nepochybně navozuje vjem osoby arcibiskupa či instituci arcibiskupství a ve spojení s dalšími slovními prvky „VINNÉ SKLEPY“ vyvolává představu, že víno se vyrábí právě tam. Nic z toho ovšem v době, kdy byl podán návrh na zrušení ochranné známky, již splněno nebylo. K tomu, aby byla známka obsahující pojmy jako „arcibiskupský“ či „arcibiskupství“, zejména ve spojení s konkrétními prostory pro výrobu vína (vinné sklepy) užívána v souladu se zákonem, není jistě nutné, aby arcibiskupství působilo jako společník ve společnosti žalobce, ale aby alespoň nějakým způsobem bylo s výrobou vína či vinnými sklepy spojeno. Tato podmínka jistě není dána, pokud se samo Arcibiskupství olomoucké domáhá zrušení ochranné známky s tím, že se již na podnikání žalobce nikterak nepodílí a ani mu neumožňuje podnikat ve svých sklepech.

Z uvedených důvodů soud shledal správním uvážení žalovaného o tom, že ke klamání průměrné spotřebitelské veřejnosti může vést *slovní* prvek ochranné známky - slovo „ARCIBISKUPSKÝ“, který pak charakterizuje i povahu vína a jeho původ ve vinných sklepech arcibiskupství, za souladné s pravidly logického usuzování a nevybočující z mezí zákona. Ochranná známka deklarující původní povahu a původ zboží působí tak, že vytváří vztah mezi jí označenými výrobky a arcibiskupstvím, resp. jeho sklepy nacházejícími se v Kroměříži a obecně známými svou tradicí výroby vína. I když je žalobce nositelem obchodního jména „Arcibiskupské vinné sklepy Kroměříž, s.r.o.“, obdobného s ochrannou známkou, nelze dovozovat, že průměrný spotřebitel si bude spojovat napadenou ochrannou známkou toliko se společností žalobce s tím, že by si zřetelně uvědomil, že výroba a distribuce vína pochází toliko od společnosti, která provozuje výrobu vína v Hovoranech, a že tato společnost již není spojena s arcibiskupstvím, s nímž dříve působila ve sklepech Arcibiskupského zámku v Kroměříži.

Jak už bylo vysvětleno, užití § 31 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách je na místě právě tehdy, pokud se dříve neklamavá známka časem dostala do rozporu s principem, podle něž známka nemůže vyvolávat zavádějící asociace, a upevňovat tak ve spotřebiteli nesprávnou představu o některých aspektech výrobku. Nerozhoduje, že je předmětná známka stále užívána žalobcem, neboť není užívána v souladu s tehdy existujícími skutkovými okolnostmi.

Soud nepřisvědčil žalobci v tom, že lze případ žalobce přirovnat k situaci jiných existujících ochranných známek, jejichž označení působí rovněž klamavě. Poukaz žalobce v žalobě na ochrannou známkou „PŮVODNÍ ARCIBISKUPSKO SKLEPY ARCHIEPISCOPUS CELLARIUM“, kterou jsou označeny vína z Moravských závodů Bzenec, s.r.o., na přívlastek „templářský“ vyskytující se v jiné ochranné známce a na ochrannou známkou „Pianissimo Biskupský chlebíček“ od společnosti NOWACO Czech republic s.r.o. však žalobci není na prospěch. Je-li nesporné, že obdobně označené víno *bylo* vyrobeno v arcibiskupských sklepech, pak pokud je tato skutečnost vyjádřena i v ochranné známce slovem „PŮVODNÍ“, nevzniká tu žádný rozpor mezi asociacemi, které známka vyvolává, a mezi realitou. Obdobně je absurdní představa, že spotřebitel bude označení vína spojovat s templářským řádem jako s původcem vína prodávaného na současném trhu, a to právě z důvodu argumentu, kterým žalovaný popřel srovnatelnost označení, totiž z důvodu označení řádu, které jde hluboko do historie a který byl zrušen. V případě přívlastku „Biskupský“ ve spojení se slovními prvky „Pianissimo“ a „chlebíček“, nadto ve tř. 29 pro krémy a mražené potraviny a vzhledem k dlouhodobě užívanému a známému pojmu „biskupský chlebíček“ pro určité pečivo, takže půjde o obchodní modifikaci názvu tohoto

pečiva, jistě nelze předpokládat původ krémů a mražených výrobků na půdě nějakého biskupství, nicméně k posouzení takové ochranné známky přináležejí zase jiné okolnosti ve spojení s jiným vlastníkem, než tomu bylo a je u původu vín žalobce. Žalobce neuvádí a neprokazuje, že by jím příkladmo uvedené výrobky měly obdobnou genezi původu jako víno žalobce. Ochranná známka v projednávané věci, která odkazuje na arcibiskupství a jeho vinné sklepy, měla v době zápisu vztah k těmto pojmům a postupem času tento vztah ztratila. Kromě toho lze obecně k důkazu tohoto typu uvést, že není věcí úřadu, aby z úřední povinnosti zahajoval řízení ve věci zrušení ochranné známky pro klamavost, toto řízení je naopak zahajováno pouze na návrh třetí osoby. To, že se na trhu vyskytuje známka, která užívá slova „arcibiskupský“, pak může svědčit jak o tom, že známka řádně plní svou funkci, tak o tom, že známka je podle všech okolností klamavá, ale nebyl podán návrh na její zrušení. V žádném případě však tento jev nemůže podpořit žalobní námitky o nezákonnosti rozhodnutí, jímž byl účastník postižen, nezákonnost rozhodnutí nelze dovodit z toho, že jiný účastník, který se chová – podle subjektivního názoru postiženého účastníka – podobně, postižen nebyl.

Důvodná není ani námitka žalobkyně, že obsahuje-li název obchodní firmy žalobce předmětnou ochrannou známku, stala se předmětná ochranná známka příznačnou pro žalobce. Tato argumentace nemá právní podklad a soud nenachází oporu pro tento závěr ani v rozsudku Nejvyššího správního soudu sp. zn. 7 As 30/2007, na který odkazuje žalobce a v němž se tento soud zabýval jinými otázkami než příznačností ochranné známky z důvodu téměř shodného názvu obchodní společnosti. Významné pro vztah obou pojmů je nesporně to, že posuzování klamavosti známky je záležitostí práva veřejného a věcí správního úřadu, kdežto posuzování klamavosti či zaměnitelnosti firmy jakožto věc soukromoprávní spadá do působnosti obecných soudů. Ochranná známka a firma jsou tak hodnoceny nezávisle podle jiných norem práva a z různých hledisek (ostatně není naprosto pravidlem, aby se firma výrobce a slovní znění známky, jejímž je vlastníkem, shodovaly). Pro Úřad tedy je a musí být při hodnocení klamavosti známky jediné relevantní ust. § 31 odst. písm. c) zákona č. 441/2003 Sb., které právě dopadá na změny skutkových okolností u žalobce, u něhož se ochranná známka a obchodní jméno žalobce vytvářely v době, kdy žalobce měl své sídlo v Kroměříži – do r. 2002 a byl tak spojen obchodně i známkoprávní ochranou s Arcibiskupstvím olomouckým.

Toto rozlišení mezi firmou a známkou (mezi soukromoprávními a veřejnoprávními normami, ostatně i mezi pravomocemi obchodních soudů a úřadu) přitom není vedeno samoučelnou snahou o oddělování soukromoprávních a veřejnoprávních aspektů téže věci, ale skutečnými rozdíly mezi funkcemi obou institutů. Soud v tomto směru neshledal důvod odchytil se od právního názoru Městského soudu v Praze vysloveného již v jeho rozsudku pod sp. zn. 5 Ca 307/2006 a týkajícího se smyslu názvu obchodní firmy a smyslu známkoprávní ochrany. Shodně tedy poukazuje na to, že obchodní firma slouží především k označení samotného podnikatele (zde tedy *výrobce*) v *právních vztazích*: jejím cílem je, aby daný právní úkon nemohl být připisován nikomu jinému než danému výrobcí. Ochranná známka naproti tomu míří k identifikaci osoby výrobce jen zprostředkovaně, a sice skrze jeho *výrobky* nebo služby; její hlavní doménou pak není oblast formálních právních úkonů, nýbrž neformální působení na *tržní chování* spotřebitelů a odběratelů. Obchodní firma tak může dobře plnit svou funkci, i když její nositel nevlastní žádnou ochrannou známku; stejně tak ochranná známka bude ve svém tržním působení úspěšná nebo neúspěšná bez ohledu na to, jakou firmou je vybaven její vlastník, protože tato skutečnost nemusí být pro funkci ochranné známky podstatná. Ochranná známka je tak na trhu mnohem „nápadnější“ než obchodní firma, neboť jejím smyslem – na rozdíl od firmy – je být viděna. Tržní chování spotřebitelů je podle běžného úsudku ovlivňováno ochrannou známkou umístěnou na výrobku, nikoli tím,

pod jakou firmou je v obchodním rejstříku zapsán daný výrobce. V dané věci proto byla rozhodná změna skutkových okolností o původu výrobku, jež nese předmětnou ochrannou známku, a nebyly rozhodné dokumenty předložené žalobcem, nepřípustně – v rozporu s ust. § 82 odst. 4 zákona č. 500/2004 Sb. až s podaným rozkladem, na podporu jeho tvrzení, že veřejnost je obeznámena se soukromoprávními spory mezi žalobcem a navrhovatelem.

Z výše uvedených důvodů dospěl Městský soud v Praze k závěru, že správní uvážení žalovaného o předmětné ochranné známce nevychází z libovůle Úřadu, nýbrž z náležitého a logického hodnocení skutkového stavu věci, a proto soud neshledal, že by žalovaný svým uvážením vybočil z mezí stanovených zákonem. Soud proto žalobu podle ust. § 78 odst. 7 s.ř.s. jako nedůvodnou zamítl.

Soud rozhodl ve věci bez jednání, neboť k tomu byly dány podmínky ust. § 51 s.ř.s. Účastníci k výzvě soudu nevyjádřili nesouhlas s projednáním věci bez nařízení jednání.

Výrok o nákladech řízení je odůvodněn ust. § 60 odst. 1 s.ř.s., neboť žalobce nebyl ve sporu úspěšný a žalovanému žádné náklady v řízení nevznikly.

Výrok o nákladech řízení osoby zúčastněné na řízení je dán ust. § 60 odst. 5 s.ř.s., když této osobě soud v řízení neuložil žádnou povinnost, tudíž jí ani nevznikly náklady v souvislosti s plněním povinnosti, která by byla soudem uložena.

P o u č e n í :

Proti tomuto rozhodnutí lze podat kasační stížnost ve lhůtě dvou týdnů ode dne jeho doručení. Kasační stížnost se podává ve dvou (více) vyhotoveních u Nejvyššího správního soudu, se sídlem Moravské náměstí 6, Brno. O kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud.

Lhůta pro podání kasační stížnosti končí uplynutím dne, který se svým označením shoduje se dnem, který určil počátek lhůty (den doručení rozhodnutí). Připadne-li poslední den lhůty na sobotu, neděli nebo svátek, je posledním dnem lhůty nejblíže následující pracovní den. Zmeškání lhůty k podání kasační stížnosti nelze prominout.

Kasační stížnost lze podat pouze z důvodů uvedených v § 103 odst. 1 s. ř. s. a kromě obecných náležitostí podání musí obsahovat označení rozhodnutí, proti němuž směřuje, v jakém rozsahu a z jakých důvodů jej stěžovatel napadá, a údaj o tom, kdy mu bylo rozhodnutí doručeno.

V řízení o kasační stížnosti musí být stěžovatel zastoupen advokátem; to neplatí, má-li stěžovatel, jeho zaměstnanec nebo člen, který za něj jedná nebo jej zastupuje, vysokoškolské právnické vzdělání, které je podle zvláštních zákonů vyžadováno pro výkon advokacie.

Soudní poplatek za kasační stížnost vybírá Nejvyšší správní soud. Variabilní symbol pro zaplacení soudního poplatku na účet Nejvyššího správního soudu lze získat na jeho internetových stránkách: www.nssoud.cz.

V Praze dne 19. března 2014

JUDr. Naděžda Řeháková, v.r.
předsedkyně senátu

za správnost vyhotovení: Matznerová, DiS.