



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Dagmar Nygrínové a soudců JUDr. Marie Turkové a JUDr. Petra Průchy v právní věci žalobce: **Société des Produits Nestlé S. A.**, se sídlem Vevey, Entre-Deux-Villes, Kanton Vaud, Švýcarsko, zast. JUDr. Richardem Wagnerem, advokátem, se sídlem Karolíny Světlé 301/8, Praha 1, proti žalovanému: **Úřad průmyslového vlastnictví**, se sídlem Antonína Čermáka 2a, Praha 6, za účasti osoby zúčastněné na řízení: TCHIBO GmbH, se sídlem Überseering 18, Hamburg, Německo, zast. JUDr. Zuzanou Žežulkovou, advokátkou, se sídlem Belgická 23, Praha 2, o kasační stížnosti žalobce proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 22. 3. 2007, č. j. 10 Ca 325/2005 – 115,

t a k t o :

- I. Kasační stížnost **se zamítá.**
- II. Žádný z účastníků, ani osoba zúčastněná na řízení, **nemají** právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti.

O d ů v o d n ě n í :

Žalobou podanou u Městského soudu v Praze se žalobce domáhal zrušení rozhodnutí předsedy Úřadu průmyslového vlastnictví ze dne 20. 10. 2005, č. j. O-145648, kterým byl zamítnut rozklad žalobce proti rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví ze dne 31. 3. 2004 a toto rozhodnutí bylo potvrzeno. Uvedeným rozhodnutím byl zamítnut návrh žalobce na výmaz slovní ochranné známky č. 239931 ve znění „TCHIBO Cappuccino Classic“. V žalobě po rozsáhlé rekapitulaci předcházejícího správního řízení žalobce uvedl, že namítá porušení čl. 2 odst. 2, čl. 4 odst. 1 a čl. 11 odst. 1 Listiny základních práva svobod a čl. 2 odst. 3 Ústavy. Žalobce jakožto vlastník slovní ochranné známky „CLASSIC“ konstatoval, že slovo „CLASSIC“ má z hlediska vizuálního i

fonetického rozlišovací způsobilost a je pro běžného spotřebitele velice dobře zapamatovatelné. K tomu odkázal na rozhodnutí žalovaného ze dne 22. 11. 2004, sp. zn. O-64589, jímž žalovaný zamítl návrh na prohlášení uvedené ochranné známky za neplatnou i návrh na její zrušení, když podle žalovaného vlastník této ochranné známky nesporně prokázal, že toto označení získalo užíváním v obchodním styku zřejmou rozlišovací způsobilost pro různé druhy kávy, včetně instantní. Toto tvrzení žalovaného je podle žalobce v příkrém rozporu s jeho rozhodnutím žalobou napadeným. Žalobce dále poukázal na to, že dne 20. 5. 2003 byla Světovou organizací duševního vlastnictví (WIPO) v jeho prospěch registrována ochranná známka „CLASSIC“, a to pro kávu a další výrobky ve třídě 30. Žalobce dále tvrdil, že je vlastníkem i dalších ochranných známek obsahujících slovní prvek „CLASSIC“ a namítaná ochranná známka tak spadá do jeho ucelené známkové řady. Z toho žalobce dovozoval přetrvávající rozlišovací způsobilost slova „CLASSIC“ a jeho dlouhodobou blokaci ve svých prospěch. Dále žalobce vytýkal správním orgánům obou instancí nesprávné posouzení rozlišovací způsobilosti napadené a namítané ochranné známky. Podle názoru žalobce je napadená ochranná známka po fonetické, vizuální i sémantické stránce zaměnitelná s ochrannou známkou namítanou. Podle přesvědčení žalobce je na napadené ochranné známce dominantním a ústředním prvkem slovo „Classic“, dominantním a distinktivním prvkem není slovo „TCHIBO“. V návaznosti na to žalobce předložil marketinkový průzkum agentury Factum Invenio, s. r. o., jehož výsledky mají dokládat nárůst povědomosti o výrobku označeném „CLASSIC“. Žalobce rovněž poukázal na nejednotné rozhodování žalovaného, který rozhodnutím ze dne 10. 8. 2000 částečně zamítl přihlášku označení „Klasik“ jako označení zaměnitelného s namítanou ochrannou známkou, a to pro stejné nebo podobné výrobky jako pro ty, pro které je tato ochranná známka registrována. Žalobce též své závěry opírá o rozhodovací praxi Úřadu pro harmonizaci vnitřního trhu, a to o rozhodnutí ze dne 22. 5. 2002, jímž byla zamítnuta přihláška označení „GOLDEN COFFEE CLASSIC“ jakožto označení zaměnitelného s ochrannou známkou téhož znění jako je ochranná známka namítaná. Žalobce též upozornil na rozsudek Evropského soudního dvora ze dne 6. 10. 2005, *Medion AG v. Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH*, C-120/04). S ohledem na uvedené žalobce navrhoval zrušení rozhodnutí správních orgánů obou stupňů.

Ve vyjádření k žalobě žalovaný uvedl, že slovo „CLASSIC“ je výrazem v obchodě běžně užívaným a spolu se slovem „Cappuccino“ mají v napadené ochranné známce popisný význam. Je třeba setrvat na tom, že dominantním prvkem napadené ochranné známky je slovo „TCHIBO“. Napadená ani namítaná ochranná známka nejsou vzájemně zaměnitelné, a proto žalovaný navrhoval zamítnutí žaloby.

Osoba zúčastněná na řízení ve vyjádření k žalobě uvedla, že v její ochranné známce jednoznačně dominuje slovo „TCHIBO“, výraz „CLASSIC“ je nedistinktivní; ostatně sám žalobce své výrobky nabízí výlučně označené slovním spojením „NESCAFÉ CLASSIC“. Rozsudek Evropského soudního dvora ze dne 6. 10. 2005, *Medion AG v. Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH*, C-120/04 na posuzovanou věc podle názoru zúčastněné osoby nedopadá. Osoba zúčastněná na řízení proto navrhovala, aby Městský soud v Praze žalobu zamítl.

Městský soud v Praze rozsudkem napadeným kasační stížností žalobu zamítl a rozhodl, že žádný z účastníků ani osoba zúčastněná na řízení nemá právo na náhradu nákladů řízení. Městský soud v Praze dospěl k závěru, že slovo „Classic“ jako jeden ze tří

slovních prvků napadené ochranné známky neplní v této ochranné známce dominantní a tím pádem ani distinktivní úlohu, nýbrž roli popisnou. Shoda pouze v nedistinktivním prvku napadené ochranné známky nemůže vyvolat pravděpodobnost záměny či asociace se starší ochrannou známkou. Soud dále konstatoval, že dominantním prvkem v napadené ochranné známce je slovo „TCHIBO“, zatímco ostatní dva zbývající slovní prvky popisují druh a vlastnost výrobku. S ohledem na to je nepřipadná i žalobcova argumentace rozsudkem Evropského soudního dvora ze dne 6. 10. 2005, *Medion AG v. Thomson multimedia Sales Germany & Austria GnbH*, C-120/04.

Tento rozsudek žalobce (dále též „stěžovatel“) napadl kasační stížností, ve které (resp. v jejím doplnění) se dovolává kasačních důvodů uvedených v § 103 odst. 1 písm. a) a b) zákona č. 150/2002 Sb., soudní řád správní (dále jen „s. ř. s.“). Stěžovatel má za to, že městský soud chybně posoudil otázku zaměnitelnosti namítané a napadené ochranné známky. Podle stěžovatele jsou obě označení po fonetické, vizuální i sémantické stránce zjevně shodná. Za dominantní prvek na napadené ochranné známce stěžovatel pokládá slovo „Classic“, což je prvek naprosto shodný se zněním namítané slovní ochranné známky. Stěžovatel dále městskému soudu vytýká, že dezinterpretoval rozsudek Evropského soudního dvora ze dne 6. 10. 2005, *Medion AG v. Thomson multimedia Sales Germany & Austria GnbH*, C-120/04. V tomto rozhodnutí odpověděl Evropský soudní dvůr na předběžnou otázku týkající se interpretace čl. 5 odst. 1 písm. d) směrnice Rady 89/104/EHS tak, že toto ustanovení musí být vykládáno v tom smyslu, že nebezpečí záměny může u veřejnosti v případě totožnosti výrobků nebo služeb existovat, jakmile je sporné označení tvořeno tím, že jsou vedle sebe postaveny jednak název společnosti třetí osoby a jednak zapsaná ochranná známka mající běžnou rozlišovací schopnost, a tato ochranná známka, aniž by sama o sobě vytvářela celkový dojem složeného označení, si v něm zachovává nezávislou rozlišovací roli. Podle názoru žalobce je napadená ochranná známka po fonetické, vizuální i sémantické stránce zaměnitelná s ochrannou známkou namítanou. Podle přesvědčení žalobce je na napadené ochranné známce dominantním a ústředním prvkem slovo „Classic“, dominantním a distinktivním prvkem není slovo „TCHIBO“. Podle další stěžovatelovy námítky žalovaný nedostatečně zjistil skutkový stav, neboť z podkladů rozhodnutí vyvodil nesprávné skutkové závěry. Žalovaný dále nezohlednil svou předchozí rozhodovací praxi, protože svým rozhodnutím ze dne 10. 8. 2000,

sp. zn. O-138628, částečně zamítl přihlášku označení „KLASIK“ jako označení zaměnitelného s namítanou ochrannou známkou, a to pro stejné nebo podobné výrobky jako pro ty, pro které je namítaná ochranná známka registrována. Dostatečná rozlišovací způsobilost napadené ochranné známky byla potvrzena též rozsudkem Městského soudu v Praze ze dne 15. 6. 2006, č. j. 2 Cm 5/2004 – 127, který stěžovatel ke kasační stížnosti přikládá. Žalovanému stěžovatel rovněž vytýká, že nezohlednil rozhodnutí Úřadu pro harmonizaci vnitřního trhu ze dne 22. 5. 2002, č. j. R 679/2001 – 4, kterým byla zamítnuta přihláška označení „GOLDEN COFFEE CLASSIC“ jako označení zaměnitelného s ochrannou známkou stejného znění jako je znění namítané ochranné známky. Žalovaný rovněž opomenul rozhodnutí uvedeného úřadu ze dne 20. 4. 2001, č. 1000/2001, v kteréžto věci přihlašovatel označení „SUPER SUPERCLASSIC“ vzal zpět svou přihlášku tohoto označení, protože uznal skutečnost, že toto označení je zaměnitelné s ochrannou známkou téhož znění jako je znění namítané ochranné známky. Stěžovatel navrhuje, aby Nejvyšší správní soud napadený rozsudek Městského soudu v Praze zrušil a věc mu vrátil k dalšímu řízení.

Žalovaný ve vyjádření ke kasační stížnosti trvá na tom, že napadená a namítaná ochranná známka jsou vzájemně odlišitelné. V napadené ochranné známce je dominantním prvkem slovo „TCHIBO“, nikoli slovo „Classic“. Co se týče argumentace stěžovatele jinou rozhodovací praxí žalovaného, žalovaný konstatuje, že neporušil princip právní jistoty a předvídatelnosti. Argumentace rozhodnutími Úřadu pro harmonizaci vnitřního trhu je

pro daný případ irrelevantní. Žalovaný navrhuje, aby Nejvyšší správní soud kasační stížnost zamítl.

Osoba zúčastnění na řízení se ke kasační stížnosti nevyjádřila.

Nejvyšší správní soud přezkoumal napadený rozsudek v souladu s ustanovením § 109 odst. 2 a 3 s. ř. s., vázán rozsahem a důvody, které stěžovatel uplatnil ve své kasační stížnosti, přitom sám neshledal vady uvedené v odst. 3 citovaného ustanovení, k nimž by musel přihlédnout z úřední povinnosti, a dospěl k závěru, že kasační stížnost není důvodná.

Stěžovatel výslovně uplatnil kasační důvody podle § 103 odst. 1 písm. a) a b) s. ř. s. Podle ustanovení § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s. lze kasační stížnost podat z důvodu tvrzené nezákonnosti spočívající v nesprávném posouzení právní otázky soudem v předcházejícím řízení. Nesprávné právní posouzení spočívá buď v tom, že na správně zjištěný skutkový stav je aplikováno nesprávné právní pravidlo, popř. je sice aplikováno správné právní pravidlo, ale je nesprávně interpretováno. Podle ustanovení § 103 odst. 1 písm. b) s. ř. s. lze kasační stížnost podat z důvodu tvrzené vady řízení spočívající v tom, že skutková podstata, z níž správní orgán v napadeném rozhodnutí vycházel, nemá oporu ve spisech nebo je s nimi v rozporu, nebo že při jejím zjišťování byl porušen zákon v ustanoveních o řízení před správním orgánem takovým způsobem, že to mohlo ovlivnit zákonnost, a pro tuto důvodně vytýkanou vadu soud, který ve věci rozhodoval, napadené rozhodnutí správního orgánu měl zrušit; za takovou vadu řízení se považuje i nepřezkoumatelnost rozhodnutí správního orgánu pro nesrozumitelnost.

Z obsahu správního spisu Nejvyšší správní soudu zjistil následující skutečnosti rozhodné pro posouzení věci:

Dne 1. 10. 2003 stěžovatel podal u Úřadu průmyslového vlastnictví návrh na výmaz slovní ochranné známky č. 239931 ve znění „TCHIBO Cappuccino Classic“. Ta byla zapsána do rejstříku ochranných známek dne 25. 1. 2002 pro výrobky třídy 30 mezinárodního třídění výrobků a služeb a jejím majitelem je osoba zúčastněná na řízení. Spatřovanou zaměnitelnost namítané a napadené ochranné známky stěžovatel odůvodnil shodně jako později v jím podané žalobě i kasační stížnosti.

Osoba zúčastněná na řízení (majitel napadené ochranné známky) ve svém vyjádření sdělila, že pro výmaz její ochranné známky není dán žádný důvod.

Úřad průmyslového vlastnictví svým rozhodnutím ze dne 31. 3. 2004 návrh na výmaz zamítl. Distinktivním prvkem napadené ochranné známky je slovo „TCHIBO“, které jednoznačně určuje výrobce takto označených výrobků, je umístěn na prvním místě, a je tedy z vizuálního i fonetického hlediska pro spotřebitele dominantním. Ostatní slovní prvky představují nedistinktivní doplněk, neboť druh zboží prodáváného pod tímto označením jako „klasické kapučíno“ a tak je bude spotřebitel také vnímat. V celkovém kontextu tak prvek „Classic“ nebude spotřebiteli evokovat namítanou ochrannou známku a spotřebitel tak srovnávané ochranné známky odliší.

Toto rozhodnutí stěžovatel napadl rozkladem. O něm rozhodl předseda Úřadu průmyslového vlastnictví dne 20. 10. 2005 tak, že se rozklad zamítá a napadené rozhodnutí o zamítnutí návrhu na výmaz se potvrzuje. Návrh na výmaz byl s ohledem na § 52 odst. 4 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, projednán jako návrh na prohlášení ochranné známky za neplatnou. Rozkladový orgán dospěl k shodným závěrům jako správní orgán prvního stupně.

Podle § 32 odst. 3 zákona č. 441/2003 Sb. *Úřad prohlásí ochrannou známku za neplatnou rovněž v řízení zahájeném na návrh osoby uvedené v § 7 a z důvodů v tomto ustanovení uvedených.*

Podle § 7 odst. 1 písm. a) zákona č. 441/2003 Sb. *přihlašované označení se nezapiše do rejstříku na základě námitek proti zápisu ochranné známky do rejstříku podaných u Úřadu vlastníkem starší ochranné známky, pokud z důvodu shodnosti či podobnosti se starší ochrannou známkou a shodnosti nebo podobnosti výrobků či služeb, na něž se přihlašované označení a ochranná známka vztahují, existuje pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti; za pravděpodobnost záměny se považuje i pravděpodobnost asociace se starší ochrannou známkou.*

Při výkladu pojmu pravděpodobnosti záměny (dále též „zaměnitelnost“) ochranné známky je třeba vycházet z toho, že ochrannou známkou podle § 1 zákona č. 441/2003 Sb. je za podmínek stanovených tímto zákonem jakékoliv označení schopné grafického znázornění, zejména slova, včetně osobních jmen, barvy, kresby, písmena, číslice, tvar výrobku nebo jeho obal, pokud je toto označení způsobilé odlišit výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Smyslem a účelem ochranných známek je tak rozlišení výrobků a služeb různých výrobců, resp. poskytovatelů; zaměnitelnost nespočívá pouze v možnosti záměny jednoho konkrétního výrobku (služby) za jiný, ale i v zaměnitelnosti výrobců (poskytovatelů) výrobků (služeb) stejného druhu. Toto znění zákona i jeho interpretace navazují na tradiční přístup známkového práva k otázce zaměnitelnosti, jak je zřejmé i z judikatury bývalého Nejvyššího správního soudu (např. Boh. A 6439/27: *Shoda nebo zaměnitelná podobnost kterékoliv součásti známek jest způsobilá uvést konsumenta v omyl o původu zboží, jakmile součást – ať obrazová, ať slovní – jest toho způsobu, že může v myslí konsumenta vzbudit představu značky určitého závodu.*).

Zaměnitelnost je nutno zkoumat vždy z několika hledisek, a to především vizuálního, fonetického a významového. Základním a rozhodujícím kritériem pro posouzení zaměnitelnosti známek označujících shodné nebo podobné výrobky či služby je vždy hledisko běžného spotřebitele, tedy posouzení, zda známky jsou natolik odlišné (distinktivní), že nemohou u běžného spotřebitele vyvolat možnost záměny a v tomto směru ho uvést v omyl. Zkoumání podobnosti nemůže být přitom založeno pouze na formálním porovnání jednotlivých prvků, ale musí se zakládat na porovnání známkových motivů střetnutvších se označení – tj. rozhodujících složek porovnávaných označení, které při celkovém posuzování jsou výrazem charakteristických vlastností srovnávaných označení. Zaměnitelnost označení může být dovozována z podobnosti v dominantním prvku nebo naopak z toho, že označení dominantní odlišující prvek nemá a ostatní prvky mají nízkou rozlišovací schopnost. V obou případech se jedná o známky slovní. Na podobnost známek lze usuzovat podle toho, co vytváří celkový dojem. To, že zaměnitelnost může působit u

více prvků i jeden jediný, bylo stabilně judikováno již dříve (např. Boh. A 9181/31: *I když známka ochranná vykazuje dva prvky, z nichž jeden každý má v této známce charakterizační odlišující způsoblost, jest zaměnitelná podoba dána se známkou jinou, charakterizovanou jen jedním z těchto prvků.*).

Při posuzování zaměnitelnosti je dále rozhodující okruh subjektů, u nichž ochranné známky dojem záměny mohou vyvolat. K závěru o zaměnitelnosti není třeba, aby tento dojem byl všeobecný; rozhodující je hledisko „běžného spotřebitele“, tedy toho, komu je značený výrobek (služba) určen. Za zaměnitelné lze považovat jen takové označení, které může vést při svém působení na trhu k omylu spotřebitele o shodě ochranné známy s jinou (shodně např. Boh. A 10.915/33-II.: *Při posuzování podobnosti známek jest přihlížeti k možnosti omylu průměrného konsumenta – při obyčejné pozornosti – o původu zboží označeného ochrannými známkami vykazujícími určité charakteristické znaky*, popř. Boh. A 12.403/36, vykládající podobnost známek ve vztahu k obyčejné pozornosti průměrného konsumenta a dovozující, že při této míře pozornosti utkví v paměti pouze všeobecné znaky známek, jejich celkový dojem, vytvářející tzv. pamětní obraz). K této otázce viz i výklad hledisek posuzování zaměnitelnosti ochranných známek ve Slovníku veřejného práva československého, svazek V., Brno 1948, s. 760, reprint Eurolex Bohemia, Praha 2000: *Zaměnitelně podobna jsou dvě označení tenkrát, jestliže by jejich rozdíly obyčejný kupec bez vynaložení zvláštní pozornosti, tedy při vynaložení obyčejné pozornosti nemohl postřehnouti. Pro zjištění této podobnosti nejsou tedy rozhodná nějaká objektivní, všeobecně platná měřítká, nýbrž vždy je nutno ji zkoumati z hlediska odběratelů čili konsumentů právě toho zboží, pro něž je dotčené označení určeno. Podle hodnoty, důležitosti a speciálního určení zboží a jemu odpovídajícího okruhu konsumentstva bude tedy třeba usuzovati na větší či menší míru obvyklé pozornosti při nákupu jeho, neboť je notoricky známo, že větší míru pozornosti při zkoumání značkováného zboží vynakládá kupec drahých strojů nebo speciálních chemických či farmaceutických výrobků, než prostá žena z lidu při nákupu laciných náhražek mýdlových nebo dokonce dítě, kupující si šumivé bonbony. Dlužno také vycházeti z toho, že kupující nemá zpravidla před očima oboje označení, o jehož srovnání jde, že proto, kupuje-li podle značky, činí tak jen po paměti, jak mu utkvěly v mysli výrazné, charakteristické znaky z označení toho zboží, jež si koupil jednou již dříve, třeba i před delší dobou, a s nímž byl spokojen. Zaměnitelnou podobnost mohou však zakládati jen takové prvky ve starší známce resp. značce obsažené, které samy o sobě jsou způsobily založiti známkovou ochranu. Proto obsahují-li obě srovnávaná označení prvek na př. nedistinktivní nebo deskriptivní, není tu z tohoto důvodu zaměnitelné podobnosti.*

Jak patrně, při posuzování zaměnitelnosti střetnuvších se ochranných známek je určujícím kritériem to, co vytváří celkový dojem ochranné známky. Obdobně judikuje i Evropský soudní dvůr: *pravděpodobnost záměny musí být posuzována globálně s přihlédnutím ke všem faktorům relevantním pro okolnosti případu* (rozsudek ze dne 11. 11. 1997, SABEL BV v. Puma AG, Rudolf Dassler Sport, C-251/95, bod 22); *globální posouzení vizuální, sluchové a významové podobnosti střetnuvších se známek musí být založeno na celkovém dojmu, který známky vyvolávají, přičemž je třeba vzít v úvahu zejména jejich distinktivní a dominantní prvky* (tamtéž, bod 23).

Z uvedených kritérií posuzování zaměnitelnosti podle názoru zdejšího soudu vycházel i žalovaný.

Bylo již mnohokrátě judikováno, že posouzení zaměnitelnosti je v odvětví správního práva tradičně otázkou skutkovou – viz např. již rozsudek bývalého Nejvyššího správního soudu publikovaný jako Boh. A 5342/31, dále např. rozsudek Vrchního soudu v Praze č. j. 7 A 147/99 – 35, publikovaný pod č. SJS 952/2002, rozsudek (současného) Nejvyššího správního soudu č. j. 5 As 69/2006 – 92, k dispozici na www.nssoud.cz, a řadu jiných.

Proto je – shodně jako jiné skutkové otázky vyskytující se v rozmanitých typech správních řízení – věcí volného hodnocení důkazů správním orgánem. Namítá-li proto stěžovatel nesprávnost hodnocení zaměnitelnosti známky správním orgánem, může soud rozhodnutí úřadu o této otázce (stejně jako rozhodnutí kteréhokoli správního orgánu o jakýchkoli skutkových otázkách) zkoumat v mezích žalobních bodů jen z hlediska § 34 odst. 5 zákona č. 71/1967 Sb., o správním řízení (správní řád), tj. zda rozhodnutí úřadu, na základě níž správní orgán dospěl k závěru o zaměnitelnosti či naopak o nezaměnitelnosti známek, obsahuje, zda úřad neodporuje spisu a skutkovým zjištěním a zásadám logického myšlení nebo není-li jinak vadná (viz např. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 31. 8. 2004, č. j. 5 A 106/2001 – 62, www.nssoud.cz). To pochopitelně v souladu s principem plné jurisdikce ve správním soudnictví platí jen v těch případech, kdy soud neprovádí vlastní dokazování podle § 77 s. ř. s. a nepostaví tak nový skutkový (eventuálně právní) stav. Městský soud v Praze dokazování neprováděl a ve shora popsaných směrech se ztotožnil se závěry žalovaného a do odůvodnění svého rozsudku je z podstatné části převzal, tedy vycházel z toho, že žalovaný svůj úsudek o zaměnitelnosti střetnuvších se známek řádně odůvodnil a že jeho závěr neodporuje zásadám známkového práva.

Nejvyšší správní soud rovněž neshledal, že by úsudek žalovaného, který vycházel z hodnocení řádně zjištěných skutkových okolností, spočíval na mylném pojetí zákona nebo na skutkové podstatě odporující spisům a zásadám logického myšlení nebo by byl jinak vadný. Zdejší soud má za to, že žalovaný zcela správně vyhodnotil a přesvědčivě zdůvodnil, že celkový dojem napadené ochranné známky určuje slovní prvek „TCHIBO“ a celkový dojem takto vyvolaný působí, že běžný spotřebitel je schopen odlišit výrobky pocházející od osoby zúčastněné na řízení od výrobků pocházejících od stěžovatele.

Dále Nejvyšší správní soud nesouhlasí s názorem stěžovatele, že Městský soud v Praze dezinterpretoval rozsudek Evropského soudního dvora ze dne 6. 10. 2005, *Medion AG v. Thomson multimedia Sales Germany & Austria GmbH*, C-120/04. Závěr, který v něm Evropský soudní dvůr zaujal (*nebezpečí záměny může u veřejnosti v případě totožnosti výrobků nebo služeb existovat, jakmile je sporné označení tvořeno tím, že jsou vedle sebe postaveny jednak název společnosti třetí osoby a jednak zapsaná ochranná známka mající běžnou rozlišovací způsobilost, a tato ochranná známka, aniž by sama o sobě vytvářela celkový dojem složeného označení, si v něm zachovává nezávislou rozlišovací roli*), nelze na posuzovaný případ použít už třeba jen proto, že si stěžovatelova ochranná známka v ochranné známce přihlašované svou nezávislou roli nepodržuje, neboť – jak správně konstatoval žalovaný – v přihlašované ochranné známce slovní prvek „Classic“ působí jako druhové označení výrobků, poskytovaných osobou zúčastněnou na řízení, v tom smyslu, že ve spojení se slovem „Cappuccino“ bude vnímán jako „klasické kapučíno“. Citovaný rozsudek Evropského soudního dvora tedy pro posuzovanou věc nemá význam..

Obdobně neobstojí stěžovatelova námitka, že nezohlednil předchozí rozhodnutí, jimž namítané ochranné známce přiznal distinktivitu (částečně zamítnutí přihlášky slovní ochranné známky ve znění „KLASIK“). Žalovaný namítané ochranné známce rozlišovací způsobilost v posuzované věci neupřel, pouze hodnotil míru této rozlišovací způsobilosti ve vztahu k ochranné známce napadené a po komplexním (globálním) zhodnocení celkového dojmu vyvolaného střetnutím se ochrannými známkami přiléhavě usoudil na nezaměnitelnost těchto známek.

Stejně tak argumentace rozsudkem Městského soudu v Praze ze dne 15. 6. 2006, č. j. 2 Cm 5/2004 – 127, není případná, neboť šlo o věc se zcela odlišným předmětem řízení. Zatímco v nyní posuzované věci jde o posouzení zápisné způsobilosti napadené ochranné známky, ve věci, na niž stěžovatel poukazuje, šlo o obchodní spor – posouzení nekalosoutěžního jednání spočívajícího v klamavém označení zboží, vyvolání nebezpečí záměny a parazitování na pověsti žalobce. Závěry vyslovené v této obchodní věci tedy nelze mechanicky přenášet na věc nyní posuzovanou.

Není vůbec zřejmé, co stěžovatel sledoval námitkami dovolávajícími se toho, že žalovaný nezohlednil rozhodovací praxi OHIM (zamítnutí přihlášky označení „GOLDEN COFFEE CLASSIC“; zpětvzetí přihlášky označení „SUPER SUPERCLASSIC“), neboť se jedná o případy nemající s nyní souzenou věcí žádné styčné body. V prvním případě se jednalo o posouzení zaměnitelnosti kombinovaných ochranných známek, přičemž pravděpodobnost záměny byla shledána z důvodu grafického vyobrazení střetnutých se označení (v obou případech bílá linka s textem nahoře, tatáž sklenice se slámkou, tentýž šálek kávy a kávová zrna). V druhém případě přihlašovatel vzal přihlášku zpět, tudíž vůbec nebylo rozhodováno meritorně, neboli otázka zaměnitelnosti se ani v nejmenším neřešila. Ani tuto námitku tedy zdejší soud nepovažuje za důvodnou.

Dospěl-li žalovaný na základě svého úsudku, jemuž nelze zřejmou nesprávnost vyčítat, k závěru, že ochranná známka napadená není zaměnitelná s namítanou ochrannou známkou, je způsobilá rozlišit výrobky majitele napadené ochranné známky od výrobků a služeb stěžovatele, nemohl Nejvyšší správní soud jinak než námitku poukazující na to, že soud prvního stupně i správní orgán chybně posoudily zaměnitelnost střetnutých se ochranných známek, považovat za nedůvodnou, a to tím spíše, že závěr žalovaného o nezaměnitelnosti je odůvodněn přezkoumatelně, pečlivě, přesvědčivě, logicky bezvadně a způsobem, jemuž Nejvyšší správní soud nemá co vytknout. Rovněž tak nemá co vytknout Městskému soudu v Praze, který závěry žalovaného pojal do svého rozsudku, a tedy potom logicky, neshledal-li Nejvyšší správní soud vady v právním posouzení, které učinil žalovaný, nemohl je za takovýchto okolností shledat ani v rozsudku městského soudu. V těchto směrech zdejší soud uvážil, že žalovaný svůj úsudek o nezaměnitelnosti střetnutých se známek učinil zhodnotiv všechna relevantní kritéria; žalovaný nepostupoval při aplikaci právních norem svévolně, neopomenul své závěry smysluplně a v celistvosti odůvodnit. Rozhodnutí žalovaného není v nesouladu (a už vůbec ne v nesouladu extrémním) s učiněnými skutkovými i právními zjištěními. Nejvyšší správní soud zároveň poukazuje na preciznost a vysokou fundovanost, s níž k posuzované věci přistoupily správní orgány obou stupňů i Městský soud v Praze.

V návaznosti na uvedené Nejvyšší správní soud konstatuje, že není dán žádný z důvodů uvedených v ustanovení § 103 odst. 1 písm. a) a b) s. ř. s., pro které by bylo třeba napadený rozsudek Městského soudu v Praze zrušit. Proto Nejvyšší správní soud dospěl k závěru, že kasační stížnost není důvodná a v souladu s § 110 odst. 1 s. ř. s. ji zamítl.

O nákladech řízení Nejvyšší správní soud rozhodl v souladu § 60 odst. 1 ve spojení s § 120 s. ř. s., neboť stěžovatel, který neměl v tomto řízení úspěch, nemá právo na náhradu nákladů řízení; žalovaný žádné náklady neuplatňoval a Nejvyšší správní soud ani žádné náklady vzniklé mu nad rámec běžné úřední činnosti ze spisu nezjistil. Osoba zúčastněná na řízení má podle § 60 odst. 5 s. ř. s. právo na náhradu jen těch nákladů, které jí vznikly v souvislosti s plněním povinnosti, kterou jí soud uložil; v tomto řízení Nejvyšší správní soud osobě zúčastněné na řízení žádnou povinnost neuložil.

P o u č e n í : Proti tomuto rozsudku **n e j s o u** opravné prostředky přípustné.

V Brně dne 23. července 2008

JUDr. Dagmar Nygrínová
předsedkyně senátu