



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Barbary Pořízkové a soudců JUDr. Radana Malíka a JUDr. Petra Mikeše, Ph.D., v právní věci žalobkyně: **DEICHMANN-OBUV, s.r.o.**, se sídlem Londýnské nám. 853/1, Brno - Štýřice, zast. Mgr. Tomášem Pelikánem, advokátem se sídlem Tyršův dům, Újezd 450/40, Praha 1 - Malá Strana, proti žalovanému: **Generální ředitelství cel**, se sídlem Budějovická 7, Praha 4 (dříve Celní ředitelství Hradec Králové), proti rozhodnutí Celního ředitelství Hradec Králové ze dne 12. 1. 2012, č. j. 295/2012-060100-21, v řízení o kasační stížnosti žalobce proti rozsudku Krajského soudu v Hradci Králové ze dne 28. 3. 2013, č. j. 30 Af 3/2012 - 58,

t a k t o :

- I. Kasační stížnost **se zamítá**.
- II. Žádný z účastníků **nemá** právo na náhradu nákladů řízení.

O d ů v o d n ě n í :

I. Vymezení věci

[1] Podanou kasační stížností se žalobkyně (dále jen „stěžovatelka“) domáhá zrušení v záhlaví označeného rozsudku Krajského soudu v Hradci Králové (dále jen „krajský soud“), kterým byla zamítnuta její žaloba proti rozhodnutí Celního ředitelství v Hradci Králové ze dne 12. 1. 2012, č. j. 295/2012-060100-21. Tímto rozhodnutím bylo zamítnuto odvolání stěžovatelky proti rozhodnutí Celního úřadu v Trutnově (dále jen „celní úřad“) ze dne 18. 11. 2011, č. j. 7273-4/2011-126100-002/SŘ a toto rozhodnutí potvrzeno.

[2] Celní úřad rozhodl dle § 23 odst. 6 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění účinném pro posuzovanou věc (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“) a § 1 odst. 2 zákona č. 191/1999 Sb., zákona o opatřeních týkajících se dovozu, vývozu a zpětného vývozu zboží porušujícího některá práva duševního vlastnictví a o změně některých dalších zákonů, ve znění účinném pro posuzovanou věc (dále jen „zákon o opatřeních“) a § 11 odst. 1

písm. a) zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád“) o tom, že stěžovatelka porušila právní povinnost danou ustanovením § 4 odst. 3 věta první zákona o ochraně spotřebitele za použití § 5 odst. 2 téhož zákona tím, že dne 24. 2. 2011 skladovala a nabízela v provozovně DEICHMANN na adrese Horská 687, 541 01 Trutnov – Horní Staré Město k prodeji výrobky, které porušují práva duševního vlastnictví, definovaná v § 2 odst. 1 písm. r) bod 1 zákona o ochraně spotřebitele, a to k prostorové ochranné známce č. 007497373 společnosti Converse Inc., se sídlem One High Street, North Andover, MA 01845 USA (dále jen „Converse“).

[3] Celní úřad za protiprávní chování ve formě správního deliktu dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele uložil stěžovatelce v souladu s § 24 odst. 10 písm. d) téhož zákona pokutu ve výši 2 000 Kč a povinnost nahradit náklady řízení ve výši 1 000 Kč, dle § 79 odst. 5 správního řádu ve spojení s § 6 odst. 1 Vyhlášky č. 520/2005 Sb. Celní úřad současně uložil sankci propadnutí zboží (37 párů dětské a dámské kotníčkové obuvi) podle § 23 odst. 6 zákona o ochraně spotřebitele s přihlédnutím k § 28a odst. 1 písm. a) a § 33 odst. 2 zákona o opatřeních.

[4] Krajský soud úvodem stručně zrekapituloval předchozí rozhodnutí správních orgánů. Po vymezení žalobních bodů a vyjádření žalovaného shrnul ze správního spisu informace podstatné pro posouzení věci. S ohledem na příslušnou právní úpravu a zjištěný skutkový stav přisvědčil žalovanému, že stěžovatelka skladovala a nabízela k prodeji výrobky porušující práva duševního vlastnictví, a to k prostorové ochranné známce společnosti Converse. Dále uvedl, že následně bylo u vlastníka ochranné známky, ověřeno, že předmětné výrobky byly vyrobeny bez licenční smlouvy, tzn., že se nejedná o originální výrobky společnosti Converse.

[5] Předmětem sporu je otázka zaměnitelnosti zajištěných (nabízených) výrobků stěžovatelkou (kotníčková šněrovací obuv) s prostorovou ochrannou známkou společnosti Converse, a to zejména s ohledem na téměř identické provedení podrážky (podešve), která je předmětem ochranné známky. Pro posouzení této otázky vyšel soud z komunitární úpravy známkového práva a z relevantní judikatury Soudního dvora Evropské unie (dále jen „Soudní dvůr“). Dovodil, že při posouzení zaměnitelnosti a tedy jistého stupně podobnosti mezi ochrannou známkou a konkrétním jiným podobným označením je nutné vycházet z toho, že zde existuje mezi takovým označením a ochrannou známkou nebezpečí záměny, včetně pravděpodobnosti asociace mezi tímto provedením a ochrannou známkou. Posuzování zaměnitelnosti je tak specifickým procesem, který probíhá individuálně pro každou ochrannou známku a podobné označení nebo provedení.

[6] Ztotožnil se se závěry celních orgánů, že podrážka zajištěné obuvi je svým provedením téměř shodná s předmětnou ochrannou známkou a obuv je svým celkovým provedením zaměnitelná s výrobky společnosti Converse. Poukázal rovněž na vrchní část obuvi, jejíž použití není samo o sobě nijak omezeno, avšak ve spojení s podrážkou zaměnitelnou s předmětnou ochrannou známkou může být zajištěná obuv spojována s výrobky společnosti Converse. Při tvoření úsudku o zaměnitelnosti bylo pro krajský soud zásadní i to, že porovnávané výrobky patří do příbuzné oblasti spotřeby, jsou určeny k podobnému způsobu užití, a proto mohou být z toho důvodu považovány spotřebitelem za zboží pocházející z téhož zdroje.

pokračování

[7] Krajský soud nepřisvědčil argumentaci stěžovatelky, že nezaměnitelnost obuvi zaručovalo vyobrazení populárních motivů „Hello Kitty“ či „Hannah Montana“. Vyobrazení dalšího prvku neznámá, že by předmětná obuv přestala porušovat práva z ochranné známky. Rovněž se neztotožnil s žalobní námitkou, že tvar podrážky není poznávacím znakem pro drtivou většinu spotřebitelů, ale že jím je pěticipá hvězda, nápis „All Star“ či „Converse“. Má za to, že z reklamy a nabídky společnosti Converse je obecně známo, že vzor podrážky je zcela rovnocenně vyobrazován a prezentován, a proto se neztotožňuje s tvrzením, že by vzhled podrážky nebyl pro spotřebitele žádným poznávacím znakem. Při posuzování zaměnitelnosti je nutno přihlížet k možnosti omylu průměrně informovaného spotřebitele při obvyčejné pozornosti. Průměrný spotřebitel hodnotí výrobek v krátkém časovém úseku, a to jako celek. Soud též poukázal na skutečnost, že stěžovatelka prodává i obuv společnosti Converse. Posuzování zaměnitelnosti shledal, na rozdíl od stěžovatelky, za otázku právní a nikoli skutkovou. Zaměnitelnost se proto nedokazuje.

[8] Jako nedůvodná byla též shledána žalobní námitka stěžovatelky, že pojednání žalovaného o historii a současnosti společnosti Converse vzbuzuje obavu z nestranného poměru žalovaného k této společnosti. K námitce stěžovatelky o vedení dvou řízení o výmazu předmětné známky uvedl, že ke dni rozhodování žalovaného byla ochranná známka řádně zapsaná.

[9] Krajský soud posoudil žalobu jako nedůvodnou, a proto ji podle § 78 odst. 7 zákona č. 150/2002 Sb., soudního řádu správního, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „s. ř. s.“) zamítl.

II. Obsah kasační stížnosti, vyjádření žalovaného

[10] Stěžovatelka napadá rozsudek krajského soudu kasační stížností z důvodu dle § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s., tj. nezákonnosti spočívající v nesprávném posouzení právní otázky soudem v předcházejícím řízení.

[11] Je přesvědčena, že se nedopustila předmětného správního deliktu, resp. nepoužila při nabízení nebo prodeji svých výrobků žádné nekalé obchodní praktiky. Má za to, že argument celkového provedení obuvi a její následné zaměnitelnosti je pro posouzení věci nepřijatelný. Celkové provedení není chráněno ochrannou známkou, a zejména se jedná o zcela standardní provedení tzv. „tenisek“, které vyrábí řada výrobců. Originalitu zajištěné obuvi dodávají prvky jako vyobrazení populárních motivů „Hello Kitty“ či „Hannah Montana“, a tudíž tyto motivy vyvrací závěry celních orgánů o údajné celkové podobnosti zajištěné obuvi s výrobky společnosti Converse.

[12] Je zcela nepravděpodobné, že by běžný spotřebitel posoudil předmětnou obuv jako výrobek společnosti Converse výhradně podle vzorku podešve. S touto námitkou se dle stěžovatelky krajský soud vůbec nevypořádal, a proto trvá na své žalobní argumentaci, že tvar podešve poznávacím znakem pro drtivou většinu spotřebitelů není. Na zajištěné obuvi ani na jejím obalu není nikde vyobrazen žádný symbol společnosti Converse (typická pěticipá hvězda, nápis „All Star“ či samotný název „CONVERSE“), a to jak přímo na podrážce, tak zejména na svršku obuvi, což je dle názoru stěžovatelky hlavním poznávacím znakem výrobků společnosti Converse. Těžko se provedení podrážky mohlo stát typickým a

určujícím marketem obuvi pouze společnosti Converse, vyrábí-li takovou podešev i další výrobci, jak žalovaný sám připouští. S touto námitkou se správní soud rovněž nevypořádal, i když je v otázce zaměnitelnosti okolností významnou.

[13] Dle stěžovatelky se krajský soud nezabýval pravdivostí tvrzení žalovaného, že by mezi mladými lidmi byla dobře známa podrážka s grafickým vyobrazením společnosti Converse. Toto tvrzení považuje za pouhou nepodloženou domněnku, která vzbuzuje dojem účelové snahy obhájit těžko udržitelné stanovisko o zaměnitelnosti obuvi.

[14] S ohledem na výše uvedené souvislosti poukazuje na skutečnost, že dle § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele je obchodní praktika nekalá, je-li způsobila podstatně ovlivnit rozhodnutí spotřebitele tak, že může učinit rozhodnutí, které by jinak neučinil. Tento předpoklad nekalosti dle stěžovatelky nebyl naplněn.

[15] Nejvyššímu správnímu soudu navrhuje, aby napadený rozsudek krajského soudu zrušil a též zrušil rozhodnutí žalovaného a věc mu vrátil k dalšímu řízení.

[16] Žalovaný k podané kasační stížnosti uvádí, že dle jeho názoru se krajský soud dostatečně a v plném rozsahu vypořádal se všemi žalobními námitkami. Kvůli vzájemné kombinaci chráněného vzoru podrážky společnosti Converse a druhu obuvi (tenisky) je zajištěná obuv stěžovatelky schopna vyvolat asociaci s výrobky Converse, a proto běžného spotřebitele ovlivnit v jeho obchodním rozhodování. O důležitosti podrážky svědčí fakt, že výrobci obuvi na podrážky umísťují svá loga nebo jiné typické symboly a vyobrazení. Ohledně stěžovatelkou zpochybněné skutečnosti, že mezi mladými lidmi je podrážka společnosti Converse dobře známá, má žalovaný za to, že skutečnosti obecně známé se dle § 50 odst. 1 správního řádu nedokazují. Závěrem upozornil na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 8. 1. 2013, č. j. 3 As 27/2012 – 25, (všechna zde uváděná rozhodnutí zdejšího soudu jsou dostupná z www.nssoud.cz), kde se jednalo o obdobnou věc jako v nyní projednávaném případě.

[17] Žalovaný s ohledem na výše uvedené navrhuje Nejvyššímu správnímu soudu zamítnutí kasační stížnosti.

[18] Stěžovatelka v replice na vyjádření žalovaného uvádí, že žalovaným citovaný rozsudek zdejšího soudu se týká dřívější právní úpravy a i skutkově zcela jiného případu. Upozorňuje též na skutečnost, že v posuzovaném případě nebyla naplněna definice padělku ve smyslu zákona o ochraně spotřebitele, neboť vzorek podešve nelze považovat za „umístění označení“ ve smyslu § 2 odst. 1 písm. r) bod 1. zákona o ochraně spotřebitele. Odmítá tvrzení žalovaného, že znalost předmětného vzoru podešve u spotřebitelské veřejnosti je obecně známou skutečností, která se nedokazuje. Závěrem stěžovatelka dodává, že před zapsáním ochranné známky v roce 2010 byl tento vzor podešve široce používán i jinými výrobci. Stejně tak setrvává na své žalobní námitce, že jsou vedena dvě řízení týkající se návrhu na výmaz z důvodu neplatnosti této ochranné známky.

[19] V návaznosti na repliku stěžovatelky žalovaný uvedl, že tvrzení ohledně dřívější právní úpravy, kterým stěžovatelka zpochybnila relevanci citovaného rozsudku Nejvyššího správního soudu, považuje za nadbytečné. Má za to, že klamavá obchodní praktika je upravena v zákoně o ochraně spotřebitele stále stejně. K vedení řízení o výmazu předmětné ochranné známky žalovaný uvádí, že dle § 33 odst. 1 písm. a) zákona č. 441/2003 Sb., o

pokračování

ochranných známkách, ve znění účinném pro posuzovanou věc (dále jen „zákon o ochranných známkách“), se účinky zrušení nebo neplatnosti ochranné známky netýkají rozhodnutí ve věci porušení práv z ochranné známky, která nabyla právní moci a byla vykonána před nabytím právní moci rozhodnutí o zrušení nebo neplatnosti ochranné známky.

III. Posouzení Nejvyšším správním soudem

[20] Nejvyšší správní soud nejprve posoudil formální náležitosti kasační stížnosti a konstatoval, že kasační stížnost je podána včas, jde o rozhodnutí, proti němuž je kasační stížnost přípustná, a stěžovatelka je zastoupena advokátem (§ 105 odst. 2 s. ř. s.). Poté přezkoumal napadený rozsudek krajského soudu v rozsahu kasační stížnosti a v rámci uplatněných důvodů (§ 109 odst. 3 a 4 s. ř. s.), ověřil při tom, zda napadený rozsudek netrpí vadami, k nimž by musel přihlédnout z úřední povinnosti (§ 109 odst. 3, 4 s. ř. s.), a dospěl k závěru, že kasační stížnost není důvodná.

[21] Úvodem považuje zdejší soud za vhodné shrnout relevantní skutečnosti zjištěné z předložených spisů. Dne 24. 2. 2011 byla pracovníky celního úřadu v provozovně stěžovatelky provedena kontrola dodržování povinností stanovených v § 5 odst. 2 zákona o ochraně spotřebitele. Kontrola byla zaměřena na zjištění, zda nedochází k nabízení nebo prodeji výrobků, služeb či zboží porušující některá práva duševního vlastnictví, případně zda nedochází ke skladování takových výrobků a zboží za účelem jejich nabízení nebo prodeje. Při této kontrole pojali pracovníci celního úřadu podezření, že obuv stěžovatelkou skladovaná a nabízená za účelem prodeje porušuje práva duševního vlastnictví, a to konkrétně k prostorové ochranné známce č. 007497373 společnosti Converse. Předmětná obuv (37 párů) byla zajištěna na základě rozhodnutí celního úřadu ze dne 24. 2. 2011, č. j. 1431-2/2011-126100-033. Ve správním řízení dospěl celní úřad k závěru, že se stěžovatelka dopustila klamavé obchodní praktiky dle § 5 odst. 2 zákona o ochraně spotřebitele. Klamavá praktika je zároveň praktikou nekalou, která je dle § 4 odst. 3 zákona o ochraně spotřebitele zakázána. Porušením zákazu používání nekalých obchodních praktik stěžovatelka naplnila skutkovou podstatu správního deliktu dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele, za který jí byla uložena pokuta ve výši 2 000 Kč. Současně jí byla uložena sankce propadnutí zboží (37 párů obuvi) dle § 23 odst. 6 zákona o ochraně spotřebitele s přihlédnutím k § 28a odst. 1 a) a § 33 odst. 2 zákona o opatřeních.

[22] Předmětem sporu v projednávané věci je otázka, zda zajištěná obuv porušuje práva k prostorové ochranné známce společnosti Converse, a tudíž tak porušuje práva duševního vlastnictví. Výrobek nebo zbožím porušujícím některá práva duševního vlastnictví se rozumí výrobek nebo zboží, na němž je bez souhlasu majitele ochranné známky umístěno označení stejné nebo zaměnitelné s ochrannou známkou.

[23] Při posuzování zaměnitelnosti je třeba vyjít z komunitární úpravy známkového práva a s tím související judikatury Soudního dvora. K harmonizaci národních právních předpisů byla vydána První směrnice Rady č. 89/104/EHS ze dne 21. prosince 1988, kterou se sblížují právní předpisy členských států o ochranných známkách. Ta však byla nahrazena Směrnicí Evropského parlamentu a Rady č. 2008/95/ES ze dne 22. října 2008, kterou se sblížují právní předpisy členských států o ochranných známkách (dále jen „směrnice 2008/95/ES“).

Směrnice 2008/95/ES mimo jiné vymezila, že „ochrana by se měla vztahovat rovněž na případy podobnosti mezi známkou a označením a mezi výrobky nebo službami. Je nezbytné vykládat pojem podobnosti v souvislosti s nebezpečím záměny. Nebezpečí záměny, jehož posouzení závisí na mnoha faktorech, a zejména na povědomí o ochranné známce na trhu, na asociaci, která může vzniknout mezi užívaným označením a zapsanou známkou, na stupni podobnosti mezi ochrannou známkou a označením...“. Práva z ochranné známky jsou vymezena v čl. 5 směrnice 2008/95/ES, který stanoví, že „ze zapsané ochranné známky vyplývají pro jejího majitele výlučná práva. Majitel je oprávněn zakázat všem třetím osobám, které nemají jeho souhlas, aby v obchodním styku užívaly označení, u něhož z důvodu jeho totožnosti nebo podobnosti s ochrannou známkou a totožnosti či podobnosti výrobků nebo služeb označovaných ochranných známkou a označením existuje nebezpečí záměny u veřejnosti, včetně nebezpečí asociace označení s ochrannou známkou.“ Z této úpravy prakticky vyšel i český zákon o ochranných známkách, který čl. 5 citované směrnice transponoval do § 8 odst. 2.

[24] Při výkladu vnitrostátního práva, přijatého za účelem provádění směrnice (v posuzované věci směrnice 2008/95/ES), je vnitrostátní soud povinen vykládat a uplatňovat vnitrostátní právo dle smyslu a účelu směrnice, aby bylo dosaženo výsledku uvedeného ve směrnici, za předpokladu, že takový výklad vnitrostátní předpis umožňuje. Směrnice je závazná pro každý stát, kterému je určena, pokud jde o výsledek, jehož má být dosaženo, přičemž volba formy a prostředků se ponechává vnitrostátním orgánům (např. rozsudek Soudního dvora ze dne 10. dubna 1984, sp. zn. C-14/83, ve věci Von Colson and Kamann, Recueil, str. 1891, rozsudek Soudního dvora EU ze dne 13. listopadu 1990, sp. zn. C-106/89, ve věci Marleasing, Recueil, str. 4135). Je proto nasnadě, že při výkladu § 2 odst. 1 písm. r) bod 1 zákona o ochraně spotřebitele, resp. § 8 odst. 2 zákona o ochranných známkách je nutno zásadně postupovat tak, aby tento výklad byl konformní s příslušnými ustanoveními směrnice 2008/95/ES, zejména pak s jejím čl. 5 odst. 1 písm. b), a tedy i s judikaturou Soudního dvora, která se k výkladu tohoto článku vztahuje.

[25] K pojmu zaměnitelnosti se vyjádřil Soudní dvůr, který nadefinoval relativně objektivní kritéria, která je povinen aplikující orgán při jejím posuzování uplatnit. Z rozsudku ze dne 10. 4. 2008, sp. zn. C-102/07, ve věci adidas AG a adidas Benelux BVv. Marca Mode CV a další vyplývá, že „posouzení nebezpečí záměny nezávisí pouze na stupni podobnosti mezi ochrannou známkou a označením, ale rovněž na tom, jak snadno může vzniknout asociace mezi označením a dotčenou ochrannou známkou, zejména s ohledem na povědomí o ochranné známce na trhu. Čím více je totiž ochranná známka známá, tím vyšší bude počet hospodářských subjektů, které budou chtít užívat podobná označení. Přítomnost velkého počtu výrobků nesoucích podobná označení na trhu by mohla porušit práva z ochranné známky, neboť by mohla snížit rozlišovací způsobilost ochranné známky a ohrozit její základní funkci, kterou je zaručit spotřebitelům původ dotčených výrobků“. Soudní dvůr EU též vyslovil, že „pravděpodobnost záměny je třeba posuzovat globálně, s přihlédnutím ke všem faktorům relevantním pro okolnosti případu“, přičemž toto globální zhodnocení zejména vizuální či významové musí „vycházet z celkového dojmu, kterým známky působí a je nutné vzít v úvahu zejména jejich distinktivní a dominantní prvky.“ (srov. rozsudek Soudního dvora ze dne 11. 11. 1997, sp. zn. C-251/95, ve věci SABEL BV v. Puma AG, bod 23).

[26] Při posuzování všech relevantních faktorů zaměnitelnosti je třeba vycházet z pohledu průměrného spotřebitele (zákazníka) a rozhodující je celkový dojem, který průměrnému spotřebiteli utkví v paměti, což je většinou určitá dominující část označení, nikoli jeho jednotlivé detaily (srov. opět rozsudek Soudního dvora ve věci C-251/95, bod 23). Hledisko

pokračování

průměrného spotřebitele z doktrinního i judikatorního pohledu vychází z toho, že jde o „spotřebitele, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory“ (srov. rozsudek Soudního dvora ze dne 16. 7. 1998, sp. zn. C-210/96, ve věci Gut Springenheide GmbH, popř. i rozhodnutí Nejvyššího soudu ze dne 26. 3. 2013, sp. zn. 23 Cdo 1757/2012). Od průměrného spotřebitele je tedy třeba požadovat určitý stupeň pozornosti, a tím lze od něho očekávat, že náležitě přihlédne k podstatným rozdílům mezi značkami, označením výrobku apod.

[27] Vychází se z celkového dojmu, kterým posuzované označení především vizuálně působí na průměrného spotřebitele. K tomu je nutné zdůraznit, že důležitou podmínkou pro správné vymezení průměrného spotřebitele je jeho zařazení do konkrétní cílové skupiny. Správné vymezení cílové skupiny hraje důležitou roli v následném posouzení nároků kladených na takto vymezeného průměrného spotřebitele. Až souhrn vlastností cílové skupiny spotřebitelů může vést k vytvoření obrazu jejího průměrného zástupce. Dopad posuzované praktiky pak bude určován právě vůči tomuto průměrnému zástupci cílové skupiny.

[28] Pohledem průměrného spotřebitele je výklad pojmů zaměnitelnost, shodnost či podobnost, a tedy podřazení skutkového stavu těmito pojmy, otázkou výkladu práva a jeho aplikace na zjištěný skutkový stav, nikoli otázkou skutkovou. Znaleckého dokazování k takovému zjištění použít nelze (srov. rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 30. 5. 2013, sp. zn. 23 Cdo 971/2011).

[29] Z výše uvedených východisek při posuzování právě projednávané věci vyšel i Nejvyšší správní soud. Námitka stěžovatelky, že celkové provedení obuvi není chráněno ochrannou známkou, a proto nemůže být pro posouzení věci relevantní, není důvodná. I když je chráněna ochrannou známkou pouze tvar podešve, tak z hlediska průměrného spotřebitele může právě celkové provedení stěžovatelkou nabízené obuvi vyvolat na trhu kotníčkové šněrovací obuvi (popř. na trhu obuvi s označením „tenisky“) asociaci s výrobky společnosti Converse. Vizuální podobnost, která hraje při hodnocení zaměnitelnosti zásadní roli, je markantní. Celkový dojem ve spojení s použitím prakticky shodného tvaru a struktury podešve s výrobky chráněnými předmětnou ochrannou známkou, přispívá k závěru o asociaci popř. možné záměně zajištěné obuvi s výrobky společnosti Converse. Závěr o zaměnitelnosti výrobků podporuje i povědomí spotřebitelů o působení společnosti Converse na trhu s kotníčkovou obuví určenou pro volný čas, což je jistě nezbytný faktor, který je nutné při posuzování zaměnitelnosti vzít v úvahu.

[30] Z hlediska právního rámce je podstatná možná, nikoli faktická zaměnitelnost zboží. Okolnost, zda k záměně skutečně dochází, proto není podstatná. Nebezpečí záměny pro spotřebitele znamená, že na základě celkového dojmu nabízené obuvi může očekávat stejné vlastnosti podešve jako u výrobků společnosti Converse, která si je právě kvůli záruce kvality a originality nechala chránit ochrannou známkou. Nabízením zajištěné obuvi by mohlo dojít k oslabení hlavní funkce ochranné známky v podmínkách tržního hospodářství, jejímž účelem je chránit soutěžní pozici jednoho podnikatele proti druhému a samozřejmě pomocí ochranné známky upoutat pozornost spotřebitelů na své výrobky.

[31] Tvzení stěžovatelky, že originalitu a nezaměnitelnost dodávají zajištěné obuvi prvky populárních motivů „Hello Kitty“ či „Hannah Montana“, je třeba odmítnout. Výrobci kotníčkové obuvi včetně společnost Converse používají různé vyobrazení populárních motivů na své obuvi (srov. např. řadu Chuck Taylor DC Comics). Z hlediska nebezpečí záměny za výrobky chráněné ochrannou známkou tyto motivy nehrají samy o sobě žádnou roli.

[32] K námitce, že tvar podrážky není poznávacím znakem pro spotřebitele, ale jsou jimi další charakteristické znaky společnosti Converse, kdy krajský soud se dle stěžovatelky s těmito tvrzeními dostatečně nevypořádal, je třeba uvést, že tyto úvahy o nedostatečném vypořádání zdejší soud nesdílí (srov. str. 8 napadeného rozsudku). Nejvyšší správní soud se naopak ztotožňuje s argumentací krajského soudu, že tvar a vzor podrážky bývá prezentován v nabídce výrobků společnosti Converse zcela rovnocenně jako ostatní charakteristické prvky, a proto je třeba odmítnout tvrzení stěžovatelky, že tento vzor není pro spotřebitele žádným poznávacím znakem. Je třeba dodat, že pěticípa hvězda či samotný nápis „CONVERSE“ jistě patří k charakteristickým znakům společnosti Converse, avšak tyto symboly nejsou přítomny na všech typech obuvi, kdežto typický vzor podrážky chráněný ochrannou známkou je naopak přítomen na každém typu obuvi.

[33] Rovněž je třeba odmítnout námitku, spočívající v tvrzení, že vyrábí-li takovou podešev i další výrobci, tak se provedení podrážky těžko mohlo stát typickým a určujícím marketem obuvi pouze společnosti Converse, kdy i s touto žalobní námitkou se dle stěžovatelky krajský soud nevypořádal. Zde je nutné odkázat na str. 10 napadeného rozsudku, kde soud konstatuje, že podrážky jiných výrobců jsou sice taky pryžové, avšak jejich grafické zpracování je odlišné od ochranné známky. Především jsou používány různé geometrické tvary (vlnky, kolečka, čtverečky). S touto argumentací krajského soudu lze souhlasit, avšak je třeba zdůraznit, že pro posouzení věci není rozhodné, jaké podrážky vyráběli konkurenti stěžovatelky či společnosti Converse. Stěžejní je ta skutečnost, že tvar a struktura podrážky výrobků společnosti Converse je v současnosti chráněn ochrannou známkou. V souladu se zákonnou úpravou stěžovatelka neměla bez souhlasu vlastníka ochranné známky právo užít označení (tvar a struktura podrážky) zaměnitelné s výrobky společnosti Converse.

[34] Stěžovatelka má za to, že se krajský soud nezabýval pravdivostí tvrzení žalovaného, že by mezi mladými lidmi byla dobře známa podrážka s grafickým vyobrazením společnosti Converse. Toto tvrzení považuje za pouhou nepodloženou domněnku. Zdejší soud poukazuje na str. 8-9 napadeného rozsudku, kde krajský soud shledává pojednání o historii a současnosti společnosti Converse žalovaným za podstatné pro posouzení zaměnitelnosti, jelikož je třeba přihlížet ke všem relevantním okolnostem, a tedy i k povědomí této značky na trhu. Nelze přehlédnout ani konstatování soudu, že je obecně známo, že reklama na zboží společnosti Converse prezentuje tvar a vzor podrážky zcela rovnocenně jako ostatní charakteristické prvky.

[35] Tenisky a kotníčkové šněrovací boty se obecně těší velké oblibě mezi mladou generací, a je nepopíratelné, že tyto výrobky společnosti Converse jednoznačně patří k vysoce populární značce, a to zejména mezi mladými lidmi a nejen na tuzemském trhu. Charakteristická podrážka společnosti Converse nepochybně patří vedle jiných prvků mezi poznávací znaky této obuvi. Úvaha krajského soudu i žalovaného je v tomto směru zcela

pokračování

opodstatněná. Není naopak žádný racionální důvod, pro který by měl zájemce o tuto obuv tento prvek při výběru obuvi potlačit či opomenout.

[36] K námitce, že nebyl naplněn předpoklad nekalosti spočívající v tom, že dle § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele je obchodní praktika nekalá, je-li způsobila podstatně ovlivnit rozhodnutí spotřebitele tak, že může učinit rozhodnutí, které by jinak neučinil, Nejvyšší správní soud uvádí, že klamavé obchodní praktiky jsou zakázány, pokud s ohledem na jejich charakteristické rysy a věcné souvislosti vedou nebo mohou vést k tomu, že průměrný spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil (srov. rozsudek Soudního dvora ze dne 23. 4. 2009 sp. zn. C-261/07 a C-299/07, ve věci VTB - VAB a Galantea, bod 55). Jak již bylo uvedeno výše (srov. odst. 29), zdejší soud ve shodě s krajským soudem i žalovaným dospěl k závěru, že průměrný spotřebitel na trhu kotníčkové obuvi může zajištěnou obuv stěžovatelky zaměnit s výrobky společnosti Converse. Nejvyšší správní soud má za to, že pokud byl naplněn předpoklad klamavé praktiky ve smyslu výše uvedené judikatury, tak bylo dosaženo i předpokladu generální klauzule nekalé obchodní praktiky ve smyslu § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele, který je prakticky shodný.

[37] Ke stěžovatelkou tvrzené skutečnosti, že v posuzovaném případě nebyla naplněna definice padělku ve smyslu zákona o ochraně spotřebitele, neboť vzorek podešve nelze považovat za „umístění označení“ ve smyslu § 2 odst. 1 písm. r) bod 1. zákona o ochraně spotřebitele lze uvést, že při určení, zda je vzorek podešve možné považovat za „označení“, je potřeba vyjít primárně z § 1 zákona o ochranných známkách, který vymezuje, že ochrannou známkou může být za podmínek stanovených zákonem o ochranných známkách 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, což zcela jistě vzorek podešve splňuje, jinak by nebyl chráněn předmětnou ochrannou známkou. Navíc samotné ustanovení § 2 odst. 1 písm. r) bod 1 zákona o ochraně spotřebitele na úpravu v zákoně o ochranných známkách odkazuje. Výklad stěžovatelky, že citované ustanovení zákona o ochraně spotřebitele má na mysli pouze zejména loga, nápisy, apod. je pro účely ochrany práv z duševního vlastnictví zcela nepřijatelný.

[38] Pokud jde o námitku, že jsou v současnosti vedena dvě řízení týkající se návrhu na výmaz z důvodu neplatnosti této ochranné známky, neshledal zdejší soud důvodu odchytil se od závěrů vyslovených krajským soudem. Ten správně uvedl, že soud rozhoduje dle stavu ke dni vydání žalobou napadeného rozhodnutí a k tomuto stavu byla předmětná ochranná známka zapsána Úřadem pro harmonizaci na vnitřním trhu ve prospěch společnosti Converse. Proto je nutno vycházet z toho, že ochranná známka splňovala všechna kritéria pro její zápis, a byla s ní spojena příslušná práva. V dané souvislosti je třeba poukázat na § 33 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách, dle kterého se účinky zrušení nebo neplatnosti ochranné známky netýkají rozhodnutí ve věci porušení práv z ochranné známky, která nabyta právní moci a byla vykonána před nabytím právní moci rozhodnutí o zrušení nebo neplatnosti ochranné známky.

[39] S ohledem na výše uvedené dospěl Nejvyšší správní soud k závěru, že kasační stížnost není důvodná, a proto ji podle ustanovení § 110 odst. 1 s. ř. s. zamítl. O věci přitom rozhodl

bez jednání postupem podle § 109 odst. 2 s. ř. s., dle kterého o kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud zpravidla bez jednání.

[40] Stěžovatelka, která neměla v řízení úspěch, nemá ze zákona právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti (§ 60 odst. 1 s. ř. s. ve spojení s § 120 s. ř. s.). Žalovanému, který by jinak měl právo na náhradu nákladů řízení, nevznikly v řízení o kasační stížnosti žádné náklady.

Poučení: Proti tomuto rozsudku **n e j s o u** opravné prostředky přípustné.

V Brně dne 13. února 2014

JUDr. Barbara Pořízková
předsedkyně senátu