



ČESKÁ REPUBLIKA
ROZSUDEK
JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Naděždy Řehákové a soudkyň JUDr. Ivanky Havlíkové a Mgr. Ing. Silvie Svobodové ve věci

žalobce: **Dorint GmbH**
sídlem Aachener Str. 1051, 508 58 Kolín, Německo
zastoupený advokátem JUDr. Vladimírem Čížkem
sídlem Jindřišská 937/16, 110 00 Praha 1

proti
žalovanému: **Úřad průmyslového vlastnictví**
sídlem Antonína Čermáka 2a, 160 68 Praha 6

za účasti: **JERUKA a.s., IČO: 29275997**
sídlem Bělehradská 2511/17b, 140 00 Praha 4
zastoupená patentovým zástupcem JUDr. Matějem Sedláčkem
sídlem Pod Pekařkou 107/1, 147 00 Praha 4

o žalobě proti rozhodnutí předsedy Úřadu průmyslového vlastnictví ze dne 10. 9. 2018,
č. j. O-517016/D17001864/2017/ÚPV, zn. sp. O-517016,

takto:

- 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.

Odůvodnění:

- I. **Předmět řízení a vymezení sporu**

1. Žalobce se podanou žalobou domáhal zrušení rozhodnutí předsedy Úřadu průmyslového vlastnictví (dále jen „žalovaný“) ze dne 10. 9. 2018, č. j. O-517016/D17001864/2017/ÚPV, zn. sp. O-517016 (dále jen „napadené rozhodnutí“), kterým byl zamítnut rozklad žalobce a potvrzeno rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví (dále jen „ÚPV“) ze dne 6. 12. 2016, č. j. O-517016/D15060757/2015/ÚPV (dále jen „prvostupňové rozhodnutí“).
2. Prvostupňovým rozhodnutím ÚPV zamítl námitky žalobce ze dne 8. 7. 2015 podané podle § 7 odst. 1 písm. a) a e) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochranných známkách“), proti zápisu slovního označení ve znění „DORINT“ do rejstříku ochranných známek, přihlášeného dne 9. 10. 2014 pod zn. sp. O-517016, zveřejněného ve věstníku ÚPV dne 8. 4. 2015, jehož přihlašovatelem je společnost JERUKA a.s. (dále jen „přihlašovatel“ nebo „osoba zúčastněná“).

II. Prvostupňové řízení před ÚPV

3. Námitky proti přihlášce slovního označení byly odůvodněny tím, že žalobce je vlastníkem slovní ochranné známky Evropské unie č. 2296606 ve znění „Dorint“, zapsané v rejstříku pro výrobky a služby ve třídách 16, 24, 25, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 39, 41 a 42 mezinárodního třídění výrobků a služeb (dále jen „první namítaná známka“, dále slovní ochranné známky Evropské unie č. 1498740 ve znění „Dorint“, zapsané v rejstříku pro služby ve třídách 39, 41 a 42 (dále jen „druhá namítaná známka“) a kombinované ochranné



Dorint
Hotels & Resorts

známky Evropské unie č. 4976321 ve znění „Dorint Hotels & Resorts“, zapsané pro služby ve třídách 39, 41, 42, 43, 44 a 45 (dále jen „třetí namítaná známka“). Tyto ochranné známky žalobce jsou ve vztahu k přihlašovanému označení osoby zúčastněné na řízení pod zn. sp. O-517016 ve znění „DORINT“ (dále jen „napadená ochranná známka“ nebo „napadené označení“) staršími ochrannými známkami, což je na překážku přiznání ochrany napadené ochranné známce ve smyslu § 7 odst. 1 písm. a) a e) zákona o ochranných známkách.

4. Žalobce v námitkách uvedl, že v důsledku shodného prvku "Dorint" jsou namítané ochranné známky žalobce shodné, resp. podobné s napadenou ochrannou známkou, a současně se uvedená označení vztahují na shodné a podobné produkty. Služby napadené ochranné známky ve třídě 42 pod označením „projekty interiérů“ a služby namítané ochranné známky č. 2296606 ve třídě 42 pod označením „projektový development“ jsou téměř totožné a plní stejnou, tj. projekční funkci. Dále výrobky napadené ochranné známky „umyvadla, sanitární keramika, průtokové ohřívače, vodovodní baterie, keramické dlaždice pro stavby, obkládačky“ zařazené ve třídách 11 a 19 tvořící sanitární a jiné zařízení pro domácnosti a provozoven jsou komplementární (doplňkové) k poskytování ubytovacích, konferenčních a stravovacích služeb. Žalobce namítl, že primárními spotřebiteli výrobků a služeb, pro které je zapsána namítaná ochranná známka č. 2296606, jsou především hoteloví hosté, u kterých není možné očekávat, že ač budou průměrně pozorní, budou při využívání hotelových služeb nabízených namítajícím věnovat zvláštní

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

pozornost přesnému zpracování interiérů, proto existuje vysoká pravděpodobnost, že si spotřebitelé budou výrobky opatřené napadenou ochrannou známkou důvodně spojovat s výrobky a službami nabízenými pod namítanou ochrannou známkou, na základě čehož žalobce spatřoval námitkový důvod dle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách. Namítaná ochranná známka má navíc podle žalobce dobré jméno ve smyslu § 7 odst. 1 písm. e) zákona o ochranných známkách, kdy značka „Dorint“ byla založena v roce 1959 spolu s prvním hotelem nesoucím tento název. V roce 2006 byla založena společnost žalobce, jež je se svými 40 hotely, z nichž se většina nachází v Německu, jednou z nejúspěšnějších německých hotelových společností v sektoru čtyřhvězdičkových hotelů, dále působí též v Rakousku, Nizozemsku, Švýcarsku, Španělsku a České republice. Na území ČR žalobce od roku 2000 prostřednictvím dceřiné společnosti Dorint Hotels and Resorts spol. s r.o. provozuje hotel Don Giovanni, jenž je relevantní veřejností vnímán jako jeden z největších a nejznámějších hotelů v Praze. Hotely žalobce jsou opakovaně za vysoký kvalitní standard poskytovaných služeb oceňovány. Koncept Dorint se vyznačuje jedinečným interiérovým řešením hotelů, jež zahrnuje i vybavení sociálního zařízení jednotlivých pokojů, z toho důvodu by přihlašované označení v případě jeho zápisu do rejstříku bez právního důvodu těžilo z dobré pověsti služeb a výrobků poskytovaných pod namítanou ochrannou známkou.

5. V prvostupňovém rozhodnutí ÚPV konstatoval, že napadené označení a první a druhá namítaná ochranná známka jsou označení shodná, se třetí namítanou ochrannou známkou se jedná o označení podobná a stupeň jejich podobnosti vysoký. Po porovnání výrobků napadeného označení a první namítané ochranné známky ÚPV uvedl, že výrobky se neshodují v zatřídění (což ale není směrodatné), ale ani při konkrétním porovnání položek. Porovnávání označení se protínají ve třídě 42 mezinárodního třídění výrobků a služeb, kdy žalobce spatřuje podobnost v této třídě mezi službami napadeného označení „projekty interiérů“ a namítanými službami „project development“, neboť „plní stejnou - projekční - funkci“, ve skutečnosti se ale jedná pouze o shodu ve slově „projekt“/„project“, které je slovem mnohoznačným a často užívaným, a to nejen u nás ale i na mezinárodní úrovni, proto je třeba přihlédnout k dalším slovním prvkům, jakož i k celkovému kontextu. ÚPV uvedl, že předmětem služeb „projekty interiérů“ je vytváření návrhů interiérů (přitom lze usuzovat, že se bude jednat zejména o návrhy koupelen), kdy tuto činnost bude provádět buď architekt, nebo návrhář (designer) za pomoci počítače. Naopak „project development“ je nauka o teorii a praxi procesu plánování, tvorby, koordinování a kontrolování realizace projektů (cílově definovaných úloh a úkolů), případně vlastní činnost ve věci „vývoje či rozvoje projektu“, a to plánování, provedení a ukončení každého projektu, typicky týkající se stavebnictví, strojírenství, architektury, výpočetní techniky, telekomunikací, konstruktérské práce a těžkého průmyslu. Většinou se jedná o týmovou práci a složitý proces, kdy odborníky jsou zde projektoví manažeři, tedy odborníci v oblasti projektového řízení. U druhé a třetí namítané ochranné známky se pak jedná o služby zapsané ve třídách 39, 41, 42, 43, 44 a 45, tedy odlišné v porovnání s produkty nárokovánými.
6. Při celkovém posuzování pravděpodobnosti záměny přihlédl ÚPV k tomu, že shodná, resp. podobná označení jsou nárokována, resp. zapsána pro výrobky a služby co do účelu, užití i způsobu prodeje/poskytování zcela nepodobné. Průměrným spotřebitelem daných produktů a služeb jsou odlišné okruhy laické a odborné veřejnosti, a to spotřebitel poptávající sanitární výrobky a výrobky stavební a další pro zařizování koupelen, včetně navrhovatelských služeb na jedné straně, oproti spotřebiteli poptávajícím širokou škálu

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

výrobků a služeb v oblasti hotelnictví, a to od reklamních tiskovin přes vybavení (textile), dále potraviny a nápoje až po obchodní a finanční služby, včetně managementu, zajištění stravování, ubytování, pořádání seminářů a kulturních a sportovních činností, kurzů až po lázeňskou péči, a to i včetně služeb telekomunikačních a v oblasti informační techniky na straně druhé. ÚPV proto vyhodnotil námitky dle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách jako neopodstatněné. ÚPV ohledně dobrého jména žalobce uvedl, že předložené podklady nevypovídají o počtu spotřebitelů, kteří se s namítanou ochrannou známkou měli možnost setkat, o způsobu a intenzitě prodeje namítaných výrobků a poskytování služeb vzhledem k podmínkám relevantního trhu, ani o tom, jak jsou tyto služby koncovými spotřebiteli vnímány z hlediska kvality a spolehlivosti, nicméně i přes tyto skutečnosti lze usuzovat na dobré jméno namítaných ochranných známek, je totiž nesporné, že žalobce vlastní síť hotelů řadících se mezi hotely vyšší třídy. Teritoriální účinek namítané ochranné známky byl taktéž dostatečně prokázán. Z předložených dokladů je zřejmé, že se v případě hotelů žalobce jedná jak o hotely obchodní, tak o hotely lázeňské, čímž je možno dobré jméno uznat i pro pořádání konferencí a nejrůznějších akcí a kurzů, včetně lázeňské a léčebné péče. ÚPV proto vyhodnotil shodnost a podobnost u namítaných ochranných známek dle § 7 odst. 1 písm. e) zákona o ochranných známkách. Co se týče posouzení, zda by dotčená spotřebitelská veřejnost viděla mezi danými označeními souvislost a vytvořila si mezi nimi spojení, ÚPV shledal, že oblast hotelnictví, v níž bylo doloženo dobré jméno namítaných ochranných známek, je značně vzdálená segmentu trhu, do něhož náleží produkty přihlašovaného označení. Navíc předložené doklady nebyly takového charakteru, aby prokázaly, že intenzita dobrého jména je abnormálně vysoká, aby asociace nastala ve vztahu k produktům a službám přihlašovatele, které nevykazují znaky příbuznosti vzhledem k výrobkům a službám namítaných ochranných známek v rozsahu, v němž tyto požívají dobrého jména. Žalobce poskytuje služby, které spotřebitel od hotelů tří až pětihvězdičkových očekává, tedy určitou kvalitu ubytování, stravování či dalších služeb, které jsou nad rámec běžných hotelových služeb nabízeny, a to např. pořádání konferencí či lázeňská péče, spotřebitel však nebude považovat jednotlivé části zařízení a vybavení hotelu za produkty žalobce, resp. spatřovat asociaci mezi vybavením interiérů a produkty poskytovanými pod ochrannými známkami s dobrým jménem. ÚPV shrnul, že nic nenasvědčuje tomu, že by dotčená veřejnost mohla mezi označeními pozorovat určitou souvislost a vytvořit si tak mezi nimi spojení, proto zde není ze samé podstaty věci možný zásah do práv z ochranné známky s dobrým jménem v podobě těžení z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména nebo újmy na nich. S ohledem na uvedené ÚPV konstatoval, že zápisem přihlašovaného označení „DORINT“ zn. sp. 0-505088 do rejstříku ochranných známek nedojde k zásahu do zákonem chráněných starších práv namítajícího.

7. Proti prvostupňovému rozhodnutí podal žalobce rozklad.
8. V první rozkladové námitce žalobce namítal, že odůvodnění závěru je nedostatečné, neboť ÚPV se podrobně zabýval srovnáním napadených služeb ve třídě 42, avšak neporovnal další výrobky a služby. Rovněž neodůvodnil, že napadené výrobky „umyvadla, sanitární keramika, průtokové ohřívače a vodovodní baterie“ třídy 11 a „keramické dlaždice pro stavby a obkládačky“ třídy 19 jsou nepodobné výrobkům chráněným namítanou ochrannou známkou č. 2296606 ve třídách 16, 24, 25, 31, 32 a 33, ani nevzal v potaz, že podobnost může existovat také mezi výrobky a službami navzájem, přičemž podle ustálené praxe platí, že zařazení výrobků a služeb do tříd není rozhodující.

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

9. Ve druhé rozkladové námitce žalobce namítal, že nebylo vypořádáno tvrzení o komplementaritě přihlašovaných výrobků s namítanými službami „dočasné ubytování“ a „provozování lázní“, kdy přihlašované výrobky jsou prakticky nezbytné pro poskytování a užívání namítaných služeb, k čemuž odkázal na rozsudek Tribunálu ze dne 29. 9. 2011 ve věci T-150/10 (LOOPIA).
10. Žalobce ve třetí rozkladové námitce namítal nepřezkoumatelnost, neboť není jednoznačné, jaké služby byly předmětem srovnání a jakými úvahami byl ÚPV veden.
11. Ve čtvrté rozkladové námitce žalobce namítal nezohlednění, že tatáž skupina spotřebitelů může potřebovat výrobky a služby nejrozličnějšího původu a povahy. Stejní spotřebitelé, kteří v jedné situaci poptávají umyvadla, sanitární keramiku nebo služby navrhování interiérů, budou v jiné situaci kupujícími výrobků, jako jsou tiskoviny, textil nebo oděvy a klienty hotelu poskytujícího ubytovací služby a lázeňskou péči. Dále byla nesprávně posouzena otázka vzniku asociace mezi napadeným označením a namítanými ochrannými známkami, neboť v důsledku shodnosti prvku „Dorint“ k asociaci spotřebitele dojde.
12. V páté rozkladové námitce žalobce namítal, že pravděpodobnost záměny je vysoce pravděpodobná s ohledem na shodné znění napadeného označení a rovněž na dlouhodobé a intenzivní užívání namítaných známek.
13. Dále žalobce v šesté rozkladové námitce jako zásah do práv k ochranným známkám s dobrým jménem namítal možnost nepoctivého těžení z jejich rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména. Pojem Dorint je jedinečný, v ČR nemá žádný význam, spotřebitel se s ním nesetká jinak než v souvislosti s namítanými ochrannými známkami, přičemž tato jedinečnost by byla užíváním napadeného označení narušena. Porovnávání výrobků a služby vyvolávají shodnou asociaci vody, omývání těla a relaxování ve vodní lázni. Rovněž by v důsledku asociace mohlo dojít ke ztrátě kontroly nad kvalitou výrobků a služeb žalobce, označených na trhu napadeným označením. Rozklad byl zamítnut napadeným rozhodnutím.

III. Rozhodnutí žalovaného (napadené rozhodnutí)

14. Žalovaný v napadeném rozhodnutí nejprve vypořádával rozkladové námitky vznesené proti posouzení námitkového důvodu dle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách.
15. K první rozkladové námitce žalovaný konstatoval, že ÚPV vycházel z argumentace žalobce vedené v prvostupňových námitkách. Konstatoval, že konkrétní argumentaci žalobce vedl pouze vzhledem k první namítané ochranné známce, nikoli k ostatním dvěma, a omezil ji na porovnání dvou služeb ve třídě 42 mezinárodního třídění výrobků a služeb, a to právě na „projekty interiérů“ a „projektový development“, o nichž tvrdil, že *jsou téměř totožné a plní stejnou – projekční - funkci*. Podobnost ostatních namítaných služeb této třídy nijak nezduvodnil, resp. nijak neosvětlil, jak s projektováním interiérů souvisí například „poskytování jídla a pití a dočasného ubytování, pořádání oslav a catering, lékařská péče, léčebné procedury“. Podobnost ostatních namítaných výrobků a služeb s napadenými navzájem sám neporovnal. ÚPV v intencích námitek nejprve porovnal seznamy výrobků a služeb napadeného označení a první namítané ochranné známky, kdy porovnávání položky považoval za zcela odlišné, což definoval jako odlišnost co do účelu, užití i způsobu prodeje/poskytování a rovněž co do spotřebitelského okruhu. Za průměrného spotřebitele napadených výrobků a služeb stanovil ÚPV osoby *poptávající*

sanitární a stavební a další výrobky pro zařizování koupelen, včetně navrhovatelských služeb, oproti tomu za spotřebitele namítaných výrobků a služeb určil osoby poptávající širokou škálu výrobků a služeb souvisejících se službami v oblasti hotelnictví, a to od reklamních tiskovin přes vybavení (textilie), dále potraviny a nápoje až po obchodní a finanční služby, včetně managementu, zajištění stravování, ubytování, pořádání seminářů a kulturních a sportovních činností, kurzů až po lázeňskou péči, a to i včetně služeb telekomunikačních a v oblasti informační techniky. Dále ÚPV podrobně rozebral rozdíly mezi napadenou službou „projekty interiérů“ a namítanou službou „projektový development“, kdy vyvrátil tvrzení, že jde o služby totožné, které plní stejnou – projekční – funkci. Dále ÚPV porovnal přihlašované výrobky a služby se seznamy druhé a třetí namítané ochranné známky, přičemž uvedl, že namítané seznamy se dotýkají především organizování cest, pořádání seminářů a kulturních a sportovních akcí, včetně kurzů v oblasti kosmetických a lázeňských služeb, dále zajištění ubytování a stravování, lékařské a léčebné péče a udělování licencí, protože je shledal odlišnými od napadených výrobků a služeb, které předtím definoval. Žalovaný konstatoval, že v námitkovém řízení leží povinnost tvrzení i dokazování na namítajícím (zde žalobci), rolí správního orgánu je pak zjistit stav věci, což ÚPV učinil. Jestliže ÚPV reagoval na stručné a obecné zdůvodnění námitek žalobcem, nelze to v odvolacím řízení účinně použít proti němu, výhrada neúplného srovnání a nedostatečného odůvodnění nepodobnosti výrobků a služeb tak není s ohledem na formulaci námitek na místě. Ačkoliv ÚPV výslovně nevyjádřil, jaký je účel, užití a způsob prodeje, žalovaný uvedl, že by postrádalo smysl, aby podrobně popisoval rozdílnost (napadených) výrobků (11) „umyvadla, sanitární keramika, průtokové ohřívače, vodovodní baterie“ a (namítaných) výrobků (32) „piva, minerální vody, šumivé nápoje a jiné nealkoholické nápoje, džusy a ovocné šťávy“ apod., když odlišnost těchto produktů je zcela evidentní. V daném případě je rozdílnost porovnávaných výrobků a služeb z hlediska relevantních spotřebitelů očividná, resp. notoricky pochopitelná, nebylo třeba podrobně vyjmenovávat rozdíly a uvádět, že na jedné straně umyvadla slouží k mytí, průtokové ohřívače k ohřívání a vodovodní baterie k pouštění vody, obkládačky k obkládání místností, na druhé straně tiskoviny ke čtení či získávání informací, oděvy a obuv k oblékání a obouvání, potraviny a nápoje k jídlu a pití, ubytovací služby k ubytování osob atd. Porovnání ÚPV bylo dostatečné.

16. K druhé rozkladové námitce o nevypořádání tvrzení o komplementaritě žalovaný uvedl, že příklad z rozhodovací praxe Tribunálu na daný případ nedopadá, neboť soud za komplementární prohlásil výrobky a služby zcela odlišné od aktuálně posuzovaných, přičemž neexistuje souvislost mezi aktuálně hodnocenými (ubytovacími a lázeňskými službami a sanitární keramikou a zařízeními) a poukazovanými výrobky a službami (z oblasti počítačové elektroniky a telekomunikací), kdy namítající ani takovou souvislost v rozkladu neuvedl. Lze vzít v úvahu pouze jeho nejobecnější závěr, že funkčně komplementární výrobky a služby lze považovat za podobné. Žalovaný konstatoval, že napadené výrobky představují běžné zařizovací předměty nejen ubytovacích či lázeňských místností (center), nýbrž i jiných objektů (bytů, restaurací, škol, úřadů atd.), veřejnost je tedy výlučně nespojuje jen s namítanými službami, kromě toho fungování zmíněných objektů nelze zcela jednoznačně podmínit konkrétním vybavením, protože ke všem existují alternativy. Například lze pochybovat o nezbytnosti „průtokového ohřívače“, neboť je pravděpodobné, že ve většině podobných veřejně užívaných zařízení bude centrální ohřev vody. Mezi napadenými výrobky a namítanými ubytovacími a lázeňskými službami neexistuje jednoznačný vztah či souvislost popisovaná namítajícím, proto mezi

nimi není vztah funkční komplementarity. Jde o výrobky a služby, které mají jiný účel užití, jinou funkci, spotřebitele i odbytiště, přitom jde o nepodobnost natolik zjevnou, že ani zde nebylo nutné výslovně uvádět konkrétní rozdíly a dávat je do kontrastu.

17. Ke třetí rozkladové námitce žalovaný uvedl, že z odůvodnění prvostupňového rozhodnutí je zřejmé, jak ÚPV došel k tomu, že napadená služba „projekty interiérů“ se vztahuje zejména ke koupelnám. Úvaha vychází z logiky, že napadené označení nárokuje výrobky uplatňující se převážně v koupelnách, což jsou zejména umyvadla, ale rovněž ostatní sanitární keramika a také průtokové ohřívače. Z citace je dále patrné, že ÚPV provedl výklad obsahu uvedené služby, stejně jako to, že při porovnání vzal v úvahu přihlašované znění napadené služby, tj. „projekty interiérů“, nikoliv zúžené pouze na vztah ke koupelnám. Tuto službu detailně porovnal s namítanou službou „project development“, přičemž vysvětlil, proč je považuje za nepodobné.
18. Ke čtvrté rozkladové námitce žalovaný uvedl, že s vymezenými okruhy relevantních spotřebitelů, jak je vyhodnotil ÚPV, souhlasí, protože reflektují vztah k nárokováným i zapsaným výrobkům a službám. Porovnávané seznamy obsahují produkty, které mohou být poptávány nejširší veřejností bez zvláštní specifikace či odbornosti, rozdíl však spočívá v momentálním zaměření pozornosti a potřeb. Jestliže tato veřejnost bude poptávat napadené výrobky a služby, bude uspokojovat potřebu nebo nutnost výstavby, rekonstrukce či vybavení interiérů zařizovacími předměty nebo vypracování projektové dokumentace (projektu) týkající se vzhledu a vybavení interiéru, kdežto veřejnost poptávající výrobky a služby namítané bude uspokojovat odlišné potřeby, jde tedy o uspokojování odlišných lidských potřeb, s odlišnými místy, na nichž jsou obvykle poptávány nebo realizovány. Spotřebitelé k takovým výrobkům a službám přistupují s odlišným očekáváním, čemuž odpovídá i rozdílná úroveň jejich pozornosti. Je sice obecnou pravdou, že různé osoby se mohou při různých příležitostech setkat s různými výrobky či službami, avšak při posuzování projednávané skutkové podstaty pracující s kategorií „nejširší veřejnost“ je nutné tuto širokou skupinu ještě podrobněji strukturovat a časově zařadit ve vztahu k porovnávaným výrobkům a službám, aby model odpovídal reálným možnostem a obvyklému způsobu spotřebitelského chování, tedy co nejvěrněji kopíroval situace běžného života. Aktuální zaměření myslí spotřebitelů anebo místa, kde se nacházejí při nákupu, jsou v případě namítaných a napadených výrobků a služeb odlišná, nemohou tak u popsanych spotřebitelských okruhů přispívat k vyvolání asociace napadeného označení s namítanými ochrannými známkami.
19. K páté rozkladové námitce žalovaný uvedl, že skutečné užívání namítaných ochranných známek není zkoumanou podmínkou, neboť předmětem porovnání jsou pouze vlastní označení a jimi nárokované/chráněné výrobky a služby dle svých definic v seznamech výrobků a služeb. Žalovaný potvrdil názor ÚPV, že přes vysokou podobnost či shodnost vlastních označení nebyla splněna druhá nezbytná podmínka - podobnost výrobků a služeb.
20. Žalovaný dále projednal rozkladové námitky týkající se posouzení námitky podaných dle § 7 odst. 1 písm. e) zákona o ochranných známkách.
21. Ohledně šesté rozkladové námitky žalovaný upozornil, že žalobce v prvostupňových námitkách jako zásah do práv k ochranným známkám s dobrým jménem namítal možnost nepoctivého těžení z jejich rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména, netvrdil však, že by došlo k újmě na těchto vlastnostech. V rozkladu žalobce újmu na rozlišovací

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

způsobilosti a dobrém jménu jako možný zásah do práv k namítaným ochranným známkám tvrdil, avšak s odkazem na koncentraci odvolacího řízení se žalovaný tímto tvrzením nezabýval a vzal v úvahu pouze argumentaci vztahující se k nepoctivému těžení z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména namítaných ochranných známek. Žalovaný konstatoval, že z odůvodnění prvostupňového rozhodnutí je zřejmé, že ÚPV vycházel při závěru o nepravděpodobnosti vzniku asociace mezi porovnávanými ochrannými známkami z několika aspektů, ne pouze z aspektu nepodobnosti výrobků a služeb – z prokázání dobrého jména namítaných ochranných známek, z absence důkazů o zvláštnostech v poskytování služeb, pro něž bylo prokázáno dobré jméno namítaných ochranných známek a z toho, že mezi napadenými a namítanými výrobky a službami neexistuje žádná příbuznost. Žalovaný se ztotožnil s názorem ÚPV, že dobré jméno namítaných ochranných známek bylo prokázáno pouze pro služby hotelové, jako je poskytování ubytování a stravování, dále pro pořádání a poskytování seminářů, kongresů, lázeňských služeb a jiných akcí. U spotřebitele, který nikdy předtím nekonzumoval namítané služby, by asociace mohla vzniknout, jen pokud by dobré jméno namítaných ochranných známek mělo prokázanou intenzitu užívání, která by mohla přesáhnout i do zcela odlišné oblasti, nic takového však předložené doklady neprokazují, neboť mají sebeprogapační charakter. Doklady nereflektují vztahy mezi žalobcem a veřejností (např. návštěvnost webových stránek, ohlasy návštěvníků hotelů, účastníků kurzů či lázeňských hostů, doložené údaje o výši výdajů za propagaci), asociace s namítanými ochrannými známkami u těchto spotřebitelů proto nemůže vzniknout. Za běžných okolností hotelová a lázeňská hosté či účastníci seminářů a podobných akcí neberou zařizovací předměty jako jedinečné kusy, ale jako nezbytnou součást vybavení, nevěnují jim individuální pozornost. Jelikož předložené doklady o nestandardním zařízení žalobce nevypovídají, není vznik asociace s namítanými ochrannými známkami pravděpodobný ani u bývalých spotřebitelů namítaných služeb v době, kdy poptávají napadené výrobky. Žalovaný nesouhlasil s žalobcem, že porovnávané výrobky a služby vyvolávají shodnou asociaci vody, omývání těla a relaxování ve vodní lázni, neboť voda není společným jmenovatelem všech dotčených výrobků a služeb, ani nepůsobí prvotní asociaci, kterou je sice u napadených umyvadel umývání rukou či drobné přepírání, u průtokových ohříváčů ohřev vody, u vodovodních baterií pouštění vody, avšak zcela chybí u keramických dlaždic pro stavby a u obkládaček. Relax ve vodní lázni představuje nestandardní způsob poskytování napadené služby „projekty interiérů“. Namítané služby hotelové, ubytovací, stravovací, lázeňské, pořádání seminářů, kurzů a jiných akcí slouží též k uspokojování jiných potřeb – k noclehu, zábavě, stravování, vzdělávání hostů a účastníků. Ani lázeňské služby nejsou prováděny výlučně pomocí vody, nýbrž sestávají z mnoha dalších procedur na vodě nezávislých (masáže, zábaly, rehabilitace, cvičení na přístrojích atd.). Žalovaný uvedl, že neoprávněnému těžení z dobrého jména žalobce nic nenasvědčuje, neboť aspekty vylučující takový zásah jsou silnější než aspekty potvrzující. Paměťovou stopu označení „Dorint“ lze očekávat pouze u nejužší skupiny konzumentů namítaných služeb, ale i u nich je předpoklad, že budou namítané služby a napadené výrobky považovat za nepřibuzné a oborově vzdálené, takže by neusuzovali na propojení těchto produktů či jejich výrobců/poskytovatelů v případě, že by byly opatřeny stejnými či vysoce podobnými označeními. Je navíc nepravděpodobné, že by eventuální nižší kvalita výrobků, jako jsou sanitární předměty, keramika a stavební prvky, mohla ovlivnit spotřebitelský názor na hotelové, restaurační a lázeňské služby a způsobila snížení jejich dobrého jména v očích spotřebitelů. Rovněž možnost, že by jednotlivé napadené výrobky participovaly na

dobrému jménu, které bylo prokázáno pro tak odlehlou oblast spotřebitelského zájmu, je nepravděpodobná.

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

IV. Žaloba

23. Žalobce v podané žalobě uvedl, že napadené rozhodnutí je postiženo řadou vad, které jej činí nesprávným a tedy nezákonným; zároveň je postiženo vadami, které jej činí nepřezkoumatelným, zejména z důvodu nesrozumitelnosti, resp. nedostatku odůvodnění, což se projevilo v neúplném posouzení zejména otázky podobnosti výrobků, resp. služeb chráněných namítanými ochrannými známkami žalobce s výrobky a službami, pro něž bylo přihlášeno napadené označení, což mělo za následek vadné rozhodnutí.
24. Žalobce v *prvním žalobním bodě* namítl, že ÚPV nepřipustně zužujícím způsobem vyložil některé položky v porovnávaných seznamech výrobků a služeb („projektový development“ vs. „projekty interiérů“; „umyvadla, sanitární technika“ vs. „služby v oblasti wellness a lázeňství“), aniž by dostatečným způsobem vysvětlil, jakými úvahami byl veden a o jaké zdroje opřel svůj výklad. ÚPV nepřipustně předjímá, že položku „projekty interiérů“ je třeba chápat jako návrhy koupelen, přičemž jako důvod takového zužujícího výkladu uvedl skutečnost, že přihlašovatel (osoba zúčastněná) vedle toho požaduje ochranu pro sanitární techniku a stavební materiál, zejména pro koupelny, čímž dospěl k chybnému závěru, který nemá oporu ve faktickém stavu, ale není ani věcně správný, neboť pokud by skutečně přihlašovatel chtěl položku „návrhy interiérů“ omezit na návrhy koupelen, byl by tak učinil v rámci sestavení seznamu přihlašovaných služeb. Podle žalobce je třeba položku „návrh interiérů“ chápat odděleně od ostatního seznamu přihlašovaných výrobků nebo služeb, neboť vlastníci ochranných známek často požadují ochranu pro zcela nesouvisející výrobky či služby, resp. formulují své seznamy obecněji tak, aby zahrnovaly větší škálu výrobků nebo služeb, které lze pod obecný pojem podřadit. O uvedené chybné interpretaci svědčí též skutečnost, že např. v rámci třídy 19 přihlašovatel požaduje ochranu pro výrobky „keramické dlaždice pro stavby“, nikoli jen pro koupelny, „obkládačky“, nikoli pouze pro koupelny, totéž lze říci o přihlašovaných výrobcích ve třídě 11. ÚPV vymezil okruh přihlašovaných výrobků a služeb jako vztahujících se ke koupelnám, což neodpovídá ani znění příslušného seznamu výrobků a služeb, ani skutečnému stavu, neboť osoba zúčastněná napadené označení přímo neužívá, nýbrž poskytuje k užívání třetí osobě, společnosti DORINT GROUP a.s., ačkoli opomenula tento stav zohlednit registrací příslušné licenční smlouvy v rejstříku ochranných známek. Z prezentace na webových stránkách této společnosti je zjevné, že označení Dorint je užíváno pro realizaci služeb a návrhů interiérů v široké škále oblastí – pro realizaci zakázek pro veřejné instituce, wellness centra, spa, bazény, soukromé interiéry (koupelny, kuchyně, obytné místnosti) atd. (<http://www.dorint.cz/reference>). ÚPV dále neuvedl, jak dospěl k závěru, že „project development“ je synonymum pro „projekt management“. Podle žalobce má každý z výrazů potencionálně jiný význam, mimo jiné v závislosti kontextu, v jakém jsou užity. Žalobce konkrétně uvedl, že „project development“ sice nemusí být přímým synonymem pro „projekt interiérů“, ale velmi často součástí „project developmentu“ (např. právě v oblasti hotelnictví, stavebnictví, architektury) budou také návrhy interiérů jakéhokoli typu. Žalobce namítl, že část definice „*proces plánování, tvorby, koordinování a kontrolování realizace projektů*“ se může týkat například stavební realizace interiérů, které byly dříve naprojektovány; projekt interiéru

tedy bude jedním článkem řetězce, resp. součástí realizace většího projektu, anebo realizace projektového interiéru bude sama přímo tím projektem, který je developován, příp. managován. Žalobce proto nesouhlasí se závěrem ÚPV, že „project development“ je zcela odlišný proces od návrhu interiéru, neboť návrh interiéru není jen samotnou návrhářskou činností, která vzniká u počítače, ale může zahrnovat též osobní návštěvy, stavební průzkumy a konzultace, technické posouzení realizace navrženého projektu, výběr materiálů a konečně samotnou realizaci návrhu, který je často součástí většího, např. kompletní rekonstrukce nebo realizace stavby, centra, lázní, budov atd.

25. Ve *druhém žalobním bodě* žalobce namítl, že ÚPV nesprávně vyhodnotil jeho argumentaci ohledně vzájemné komplementarity mezi přihlašovanými výrobky a službami ve třídě (11) *umyvadla, sanitární keramika, průtokové ohříváče, vodovodní baterie*, (19) *keramické dlaždice pro stavby, obkládačky*, (42) *projekty interiérů* a výrobky a službami, pro něž jsou chráněny namítané ochranné známky – především známka č. 2296606, tedy služby ve třídě (42) *provozování dočasného ubytování, fitness a wellness center (klubů), včetně lázní; project/projektový development*; (41) *poskytování (vedení) lázeňských, zdravotních a kosmetických procedur*. Služby projekty interiérů a projektový development jsou vzájemně komplementární – prolínají se, neboť jeden může být součástí nebo jednou z fází druhého či naopak. Napadené výrobky umyvadla, sanitární keramika, průtokové ohříváče, vodovodní baterie nebo keramické dlaždice pro stavby, obkládačky oproti namítaným službám provozování dočasného ubytování, fitness a wellness center (klubů), včetně lázní jsou též ve vztahu komplementarity, neboť je zřejmé, že zařízení žalobce nemohou fungovat (nemohou se obejít) bez zařízení a materiálů, které odpovídají jmenovaným napadeným výrobkům. Žalobce namítl, že argumentace ÚPV k otázce komplementarity je nepřezkoumatelná pro nesrozumitelnost a nedostatek důvodů, neboť ÚPV na jednu stranu tvrdí, že položky v porovnávaných seznamech musí být interpretovány tak, jak jsou formulovány v seznamu, a nikoli ve vztahu ke konkrétní situaci na trhu, jak jsou užívány, zároveň ale v rozporu s touto zásadou spekuluje, zda je či není pravděpodobné, že průtokové ohříváče budou nebo nebudou užívány v zařízeních, které provozuje žalobce pod namítanými známkami. Žalobce dále namítl, že ÚPV nesprávně vymezil okruh relevantních spotřebitelů, neboť jak v případě služeb poskytovaných žalobcem (např. hotelnictví, lázeňské služby, služby kosmetických salonů, nebo projektový development), tak u napadených výrobků či služeb (projekty interiérů, sanitární technika apod.), může tyto konzumovat a poptávat kdokoli z široké laické veřejnosti – návštěvník spa centra si může jít nechat vyprojektovat návrh koupelny či kuchyně od osoby zúčastněné s využitím její vlastní sanitární techniky. Členění ÚPV na odlišné okruhy spotřebitelů je zjevně umělé a účelové – ve skutečnosti se jedná o stejnou kategorii spotřebitelů, jelikož konzumentem porovnávaných výrobků a služeb může být kdokoli z laické veřejnosti, neboť jde o neuzavřenou množinu spotřebitelů, která se překrývá a přelévá dle aktuálních potřeb daného jedince. ÚPV tak nesprávně vymezil relevantní spotřebitelskou veřejnost, což mělo za následek nesprávné vyhodnocení otázky zaměnitelnosti porovnávaných označení, kdy hledisko průměrného spotřebitele je jedním z hlavních faktorů při posuzování pravděpodobnosti záměny.
26. Žalobce ve *třetím žalobním bodě* namítl, že ÚPV neaplikoval kompenzační princip založený ustálenou evropskou judikaturou (vyjádřeno v rozsudku Soudního Dvora EU ve věci C-39/97 *Canon*), když při posuzování otázky podobnosti porovnávaných výrobků a služeb nevzal v úvahu, že praktická shoda (tj. nikoli jen podobnost) napadeného označení s namítanými ochrannými známkami v kombinaci s dobrým jménem namítaných

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

ochranných známek může vyvážit nižší stupeň podobnosti výrobků nebo služeb, a naopak. Vzhledem ke shodě označení ochranných známek se měl ÚPV zabývat tím, zda uvedená shoda porovnávaných označení nebude odůvodňovat aplikaci kompenzačního principu. Z rejstříku ochranných známek ÚPV lze zjistit, že s platností pro ČR jsou platně zapsány pouze 4 ochranné známky obsahující slovní prvek „DORINT“ (pátou je napadené označení), z čehož je zřejmé, že se jedná o označení neobvyklé, jedinečné a s vysokou rozlišovací způsobilostí – a to nikoli jen ve vztahu k porovnávaným třídám výrobků a služeb, ale obecně, neboť uvedené číslo (4) bylo vygenerováno bez filtrace podle konkrétních tříd výrobků nebo služeb. Jelikož ochranné známky žalobce mají objektivně vysokou míru rozlišovací způsobilosti, což v souladu s konstantní praxí ÚPV znamená, že případný stupeň podobnosti, resp. pravděpodobnosti záměny takového označení s jiným podobným nebo dokonce shodným označením je vyšší než u označení, která jsou méně neobvyklá nebo mají menší míru rozlišovací způsobilosti. ÚPV sice dospěl k závěru, že porovnávaná označení jsou shodná, resp. v jednom případě podobná, avšak nijak tuto skutečnost nezohlednil při posuzování podobnosti porovnávaných výrobků a služeb, viděno z hlediska důsledků pro konstatování pravděpodobnosti záměny.

27. Ve *čtvrtém žalobním bodě* žalobce v kontextu shledaného dobrého jména namítaných ochranných známek namítl, že ÚPV nesprávně vyhodnotil možný přesah ochrany označení žalobce do sféry, pro kterou osoba zúčastněná uplatňuje ochranu u napadeného označení, neboť u hotelů, ubytovacích, restauračních a fitness či wellness zařízení vyšší kvality je obvyklé, že i drobnější vybavení a zařízení umístěné v těchto zařízeních je označeno (obrandováno) značkou, logem daného zařízení (ručníky, župany, mýdla, dlaždice, podložky, závěsy apod.), stejně bývá označeno nádobí, ložní prádlo, koberce, části nábytku a další vybavení. Tento trend má tendenci se stále více rozšiřovat a zákazníci jsou na tuto praxi zvyklí. Žalobce jako příklad uvedl, že spotřebitel navštěvuje zařízení žalobce, u nichž bylo prokázáno dobré jméno (hotely, spa centra, fitness zařízení apod.), z nichž je zvyklý vidat privátně označené značkové zařízení a vybavení „DORINT“, poté se na trhu setká s výrobky či službami přihlašovatele – například navštíví zařízení, kde uvidí vybavení či zařízení označené značkou DORINT, a učiní si tak zpětně asociaci na služby a výrobky žalobce a může se domnívat, že žalobce působí na širším sortimentu trhu, resp. že jde o nějak spřízněné podniky či výrobu. Obdobně může stejný spotřebitel navštívit showroom přihlašovatele, resp. zahlédne reklamu či inzerci na služby poskytované přihlašovatelem pod označením DORINT a zmíněnou asociaci si opět vytvoří.
28. Žalobce s ohledem na shora uvedené skutečnosti navrhl, aby soud napadené rozhodnutí zrušil a věc vrátil žalovanému k dalšímu řízení.

V. Vyjádření žalovaného k žalobě

29. Žalovaný ve vyjádření k žalobě ze dne 20. 2. 2018 k *prvnímu žalobnímu bodu* uvedl, že napadené označení je nárokováno pro sanitární techniku a projektování interiérů ve třídách 11, 19 a 42 mezinárodního třídění výrobků a služeb, přičemž hodnocení podobnosti výrobků bylo provedeno v rozsahu námitek uplatněných žalobcem v námitkovém řízení, kde uvedl množství obecných tvrzení, soustředil se však pouze na první namítanou ochrannou známku č. 2296606, nikoliv na ostatní dvě, a omezil ji na porovnání dvou služeb ve třídě 42, a to právě na „projekty interiérů“ a „projektový development“, o nichž tvrdil, že *jsou téměř totožné a plní stejnou – projekční - funkci*. Podobnost ostatních namítaných služeb této třídy s napadenými nezdůvodnil. Žalovaný

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

ocitoval, jak ÚPV v prvostupňovém rozhodnutí podrobně rozebral rozdíly mezi napadenou službou „projekty interiérů“ a namítanou službou „projektový development“, čímž vyvrátil, že jde o služby totožné. Na základě porovnání přihlašovaných výrobků a služeb se seznamy druhé a třetí namítané ochranné známky bylo shledáno, že namítané seznamy *„se dotýkají především organizování cest, pořádání seminářů a kulturních a sportovních akcí, včetně kurzů v oblasti kosmetických a lázeňských služeb, dále zajištění ubytování a stravování, lékařské a léčebné péče a udělování licencí“*, jež žalovaný shledal odlišnými od napadených výrobků a služeb. Žalovaný shrnul, že porovnání výrobků a služeb bylo provedeno v rozsahu, jaký vymezil žalobce v námitkovém řízení, jeho úvahy uvedené v žalobě jsou proto bezpředmětné.

30. K *druhému žalobnímu bodu* žalovaný uvedl, že pro účely porovnání je nutné stanovit spotřebitelské okruhy jak přihlašovaného označení, tak namítaných ochranných známek, což orgány v obou instancích učinily, když konstatovaly, že v nich budou zastoupeny odlišné okruhy laické i odborné veřejnosti. Žalovaný konstatoval, že v daném případě je za spotřebitele nutné považovat jen konzumenta, který je aktuálně zaměřen na poptávku konkrétního výrobku nebo služby, tj. takového, který tyto produkty momentálně nakupuje, objednává, konzumuje nebo o jejich pořízení uvažuje. Skutečnost uváděná žalobcem, že různé osoby se mohou při různých příležitostech setkat s různými výrobky či službami, je sice obecnou pravdou, avšak při posuzování projednávané skutkové podstaty pracující s kategorií „nejširší veřejnost“ je nutné tuto širokou skupinu podrobněji strukturovat a časově zařadit ve vztahu k porovnávaným výrobkům a službám, aby tento model co nejvíce odpovídal reálným možnostem a obvyklému způsobu spotřebitelského chování, tedy co nejvěrněji kopíroval situace běžného života. Pokud je část veřejnosti zaměřena na poptávku seminářů, kongresů, ubytovacích a lázeňských služeb, jídla, pití, tiskovin atd., nezabývá se současně poptávkou napadených sanitárních výrobků a stavebních prvků či projektováním interiérů, neboť spolu oborově nesouvisí a v běžném životě slouží k uspokojování rozdílných lidských potřeb, zároveň se poptávka těchto výrobků a služeb uskutečňuje na jiných odbytištích. Aktuální zaměření myslí spotřebitelů anebo místa, kde se právě nacházejí při nákupu, jsou tedy v případě namítaných a napadených výrobků a služeb odlišná, výsledkem čehož je zjištění, že namítané a napadené výrobky a služby mají různé spotřebitele a realizují se na rozdílných částech trhů. Výklad vztahu komplementarity ze strany žalobce je extenzivní, neboť podle teorie i praxe jsou za komplementární považovány výrobky a služby, mezi nimiž existuje úzká vazba, kdy jeden nemůže existovat bez druhých a nejde jen o výrobky či služby doplňkové. Průměrný spotřebitel si je dobře vědom, že v ubytovacích zařízeních se nachází nábytek i další vybavení, např. nádobí, spotřební elektronika apod., které je vyrobeno subjekty odlišnými od poskytovatele ubytování, z tohoto pohledu proto mají napadené výrobky a namítané služby odlišné spotřebitele i distribuční kanály.
31. Žalovaný k *třetímu žalobnímu bodu* uvedl, že správní orgány existenci dobrého jména zkoumaly ve správním řízení v obou instancích. Z dikce § 7 odst. 1 písm. e) zákona o ochranných známkách je patrné, že zákon podobnost produktů nestanoví jako nutnou podmínku, nikoliv však to, že se k případné (ne)podobnosti vůbec nemá přihlížet. Obrat *„...pro výrobky nebo služby, které sice nejsou podobné...“* je nutno v kontextu celého znění chápat tak, že vliv ochranné známky s dobrým jménem může přesahovat i do oblasti odlišných výrobků a služeb, nikoliv tak, že se podobnost výrobků a služeb vůbec nemá brát v úvahu jako jeden z faktorů. Výrobky nebo služby mohou být natolik rozdílné, že ochranná známka nebude schopna u relevantní veřejnosti starší ochrannou známkou

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

evokovat (žalovaný odkázal na rozsudek SDEU ve věci C-252/07 *Intel Corporation*). Žalovaný konstatoval, že dobré jméno namítaných ochranných známek bylo žalobcem prokázáno pouze pro služby hotelové, jako je poskytování ubytování a stravování, dále pro pořádání a poskytování seminářů, kongresů, lázeňských služeb a jiných akcí, proto je logická úvaha, že napadené označení nemůže způsobit asociaci u spotřebitelů různých segmentů výrobků a služeb. K námitce, že ÚPV neaplikoval kompenzační princip, uvedl žalovaný, že pro konstatování pravděpodobnosti záměny označení je nezbytné, aby jak mezi samotnými označeními, tak mezi dotčenými výrobky a službami, byla shledána podobnost alespoň v minimální míře. Žalovaný odkázal na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 13. 2. 2014, č. j. 6 As 32/2013 - 46, ve věci „HEMAGEL“, v němž soud v bodě 24 konstatoval, že „kompenzační zásada ve smyslu rozsudku CANON by se dostala do hry pouze v případě, že je shledán alespoň určitý stupeň podobnosti jak mezi kolidujícími označeními, tak mezi výrobky“. Žalovaný uvedl, že v daném případě nebyly přihlašované výrobky a služby shledány shodnými ani podobnými s výrobky chráněnými namítanou ochrannou známkou, nebylo proto možné při hodnocení pravděpodobnosti záměny dotčených označení kompenzační princip aplikovat.

32. Ke čtvrtému žalobnímu bodu žalovaný uvedl, že k funkční komplementaritě je nutno obecně zmínit, že tento vztah existuje mezi výrobky a/nebo službami tehdy, když jeden/jedna je nezbytná k funkci druhého/druhé, přičemž zároveň by se spotřebitel oprávněně domníval, že odpovědnost za tyto komponenty (hlavní a doplňující) nese též subjekt. V daném případě však souvislost mezi napadenými výrobky (sanitární zařízení, keramika, stavební prvky) a namítanými službami (ubytovací a lázeňské), daná údajně tím, že výrobky jsou nutné k provozu služeb, ve skutečnosti neexistuje, neboť z definic namítaných služeb nevyplývá, že by jejich poskytování bylo podmíněno vlastnictvím či držbou zařízení, v nichž jsou provozovány. Skutečnost, že žalobce taková zařízení vlastní, je v rámci projednávané skutkové podstaty námitek irelevantní, neboť posuzovány jsou položky podle jejich definic v seznamech výrobků a služeb. Z jejich formulace v namítaném seznamu výrobků a služeb je přitom patrné, že není vyloučeno jejich poskytování také zprostředkovatelsky nebo manažersky, v najatých objektech. Žalovaný uvedl, že napadené výrobky představují běžné zařizovací předměty nejen ubytovacích či lázeňských místností, nýbrž i jiných objektů (bytů, restaurací, škol, úřadů), veřejnost je tedy výlučně nespojuje pouze s namítanými službami. Kromě toho fungování zmíněných objektů nelze zcela jednoznačně podmínit konkrétním vybavením, protože ke všem existují alternativy.

33. S ohledem na uvedené skutečnosti žalovaný navrhl, aby soud podanou žalobu zamítl.

VI. Vyjádření osoby zúčastněné na řízení

34. Osoba zúčastněná ve vyjádření ze dne 9. 5. 2019 uvedla, že všechny výrobky jí přihlašované ve třídě (11) se nesporně vztahují zejména ke koupelnám. Rovněž výrobky ve třídě (19) budou užity zejména při jejich stavbě, žalovaný však v napadeném rozhodnutí neuvedl, že by mohly být využity výhradně v koupelnách, jak namítl žalobce. Žalovaný tedy nezúžil výklad rozsahu ochrany výrobků a služeb, pro které byla přihlášena ochranná známka osoby zúčastněné.
35. Osoba zúčastněná souhlasila se závěrem ÚPV, že „projektový development“ je odlišný proces od „návrhu interiérů“, neboť tyto pojmy pokrývají odlišnou škálu služeb. Služby „projekty interiérů“ se týkají interiérového designu, tedy uspořádání interiérů zejména z

praktického, estetického, ale i výtvarného hlediska, kdy tyto služby cílí zejména na řadové spotřebitele, kteří zařizují byty či menší provozovny. Pojem „projektový development“ je odlišným, neboť aktivity v této oblasti spočívají zejména v podpoře investorů a jejich nových projektů, kdy tyto služby cílí na movité investory či developery, kteří vkládají svá aktiva do velkých projektů, přičemž prvořadým cílem investorů je generování zisku. Všechny služby, při nichž dochází k tvorbě projektu či plánování určité činnosti nelze považovat za podobné, ÚPV proto správně zhodnotil, že slovo projekt v sousloví „project development“ nelze chápat ve smyslu slova návrh, nýbrž jako (podnikatelský) záměr. V případě služby chráněné pro ochrannou známku žalobce jde o složitý proces, zcela odlišný od návrhářské činnosti u ochranné známky osoby zúčastněné.

36. Osoba zúčastněná uvedla, že výklad komplementarity předmětných výrobků a služeb žalobce je značně extenzivní, na základě něhož by bylo možné vyvodit absurdní závěr, že veškeré hotelové vybavení, ať už ručníky, mýdla, ale třeba i bazény, sauny, nebo veškeré dekorativní doplňky atp., by bylo chráněno pod službami „poskytování dočasného ubytování“. Osoba zúčastněná odkázala na rozhodnutí o námitkách č. B 2 985 813 ze dne 8. 4. 2019, v němž Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví (dále jen „EUIPO“) uvedl, že namítané služby zahrnující mj. poskytování dočasného ubytování nevykazují žádnou podobnost s výrobky (20) *Nábytek; Postele; Skříně; Stoly; Šatníky [nábytek]; Sedadla; Matrace; Pohovky; Regály [nábytek]; Vitríny; Stoly; Skříně na boty; Konferenční stolky; Kartotéky ve formě nábytku*, neboť se liší v distribučních kanálech a poskytovatelích, nejsou tedy ve vztahu komplementarity ani nesoutěží na stejném trhu. Rovněž v rozhodnutí o námitkách č. B 2 274 119 ze dne 30. 4. 2015 EUIPO uvedl, že hotelové služby a služby dočasného ubytování jsou odlišné od výrobků (20) *nábytek, zrcadla, rámy*, neboť se jedná o výrobky a služby, které mají zcela odlišnou podstatu, účel i způsob užití, liší se jejich poskytovatelé, uživatelé i distribuční kanály. Osoba zúčastněná dále upozornila na rozhodnutí č. B 2 901 190 ze dne 26. 4. 2018, v němž se EUIPO zabýval námitkami podanými vlastníkem

ochranné známky **CRU** registrované pro „služby poskytování jídla a nápojů, služby dočasného ubytování“ proti přihlášce ochranné známky ve znění „CRU“ přihlašované mj. pro nábytek, podle něhož tyto výrobky a služby mají odlišnou povahu a způsob užití, nejsou tedy vzájemně komplementární. Z výkladu EUIPO analogicky vyplývá, že služby jako provozování dočasného ubytování, fitness a wellness center, včetně lázní, chráněné pro ochrannou známku žalobce, nelze považovat za podobné výrobkům, s nimiž se spotřebitelé těchto služeb mohou v ubytování či wellness centru setkat. Osoba zúčastněná dále uvedla, že podle evropské judikatury ani případné určení, že výrobky a služby jsou v určitém stupni komplementární, samo o sobě nevede ke shledání, že se jedná o podobné výrobky a služby. V rozsudku C-398/07 ve věci *Waterford Wedgwood plc* proti OHIM ze dne 7. 5. 2009 Soudní dvůr uvedl, že výrobky (33) *víno* a (21) *sklenice na víno* jsou komplementární ve smyslu, že sklenice jsou určeny k pití vína, tato skutečnost však není dostatečná pro zhodnocení, že výrobky jsou podobné. Osoba zúčastněná namítla, že nelze přistoupit na argumentaci žalobce, že přihlašované a chráněné výrobky a služby mají shodné spotřebitele, neboť by bylo nutné za podobné označit veškeré výrobky a služby určené široké veřejnosti. Navíc služby projektového developmentu nejsou určeny pro spotřebitele z řad laické veřejnosti, ale cílí zejména na movité investory či developery.

37. K tvrzení žalobce, že ÚPV nezohlednil tzv. kompenzační zásadu, osoba zúčastněná uvedla, že vzhledem ke skutečnosti, že výrobky a služby nevykazují ani nízký stupeň podobnosti,

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

otázka, zda jsou označení sama o sobě více či méně podobná, je irelevantní. Je běžné, že jsou do rejstříku ochranných známek zapsána označení, která jsou shodná či velmi podobná, avšak registrována pro odlišné výrobky a služby, neboť v takovém případě je průměrný spotřebitel nezamění a nedochází ke kolizi práv jejich vlastníků.

38. K námitce žalobce, že může dojít k neoprávněnému těžení z rozlišovací způsobilosti ochranných známek žalobce a zásahu do jejich dobrého jména osoba zúčastněná uvedla, že nesouhlasí s hodnocením ÚPV, dle něhož ochranné známky žalobce mají dobré jméno pro služby hotelnictví, pořádání konferencí, akcí, kurzů a poskytování lázeňské a léčebné péče, neboť důkazy předložené žalobcem ve správním řízení byly vytvořené jím samým a nedostačují pro prokázání dobrého jména pro žádnou z uvedených služeb. Osoba zúčastněná však souhlasila s argumenty ÚPV, podle nichž je vysoce nepravděpodobné, že by si spotřebitel při výběru napadených výrobků a služeb přihlašovaných pro označení osoby zúčastněné vybavil ochranné známky žalobce. Jelikož takové spojení neexistuje, není ze samé podstaty věci možný zásah do práv žalobce k ochranným známkám s dobrým jménem.
39. Závěrem osoba zúčastněná uvedla, že i přesto, že smyslem zákona o ochranných známkách je chránit majitele zapsaných označení, nelze jejich práva rozšiřovat tak, že bude docházet ke krácení práv ostatních soutěžitelů a navrhl, aby soud žalobu zamítl a přiznal jí náhradu nákladů řízení.

VII. Replika žalobce

40. Žalobce v replice ze dne 1. 2. 2021 setrval na tvrzení, že „project development“ sice nemusí být přímým synonymem pro „projekt interiérů“, ale standardně součástí „project developmentu“ (např. právě v oblasti hotelnictví, stavebnictví, architektury) budou také návrhy interiérů. Navíc dnes podnikatelé běžně nabízí služby „project developmentu“ a zároveň i projektování interiéru včetně vybavení interiéru konkrétními výrobky – nejdříve pro zákazníka vytvoří návrh vizuálního řešení stavby zahrnující i vizualizace a architektonický projekt interiéru, následně projektant interiéru podle projektu realizuje (ať už vlastními zaměstnanci anebo subdodavateli), dodá materiál i vlastní výrobky a veškeré vybavení. Jako příklad žalobce uvedl společnost SIKO KOUPELNY, a.s. nebo IKEA Česká republika, s.r.o. – stejně tak je dán totožný distribuční kanál pro služby žalobce a služby a výrobky žalovaného. V dnešní době je dále běžné, že výrobce konkrétního produktu začne podnikat v jiném (byť komplementárním) segmentu. Jako příklad žalobce uvedl výrobce telefonů Apple, který hodlá vyrábět automobily, případně oděvní značka Hugo Boss vyrábí kromě oblečení a doplňků i parfémy a jiné luxusní zboží, či design Porsche, od něhož lze zakoupit nejen automobily, ale i elektroniku, hodinky, módu či doplňky. Tímto aktuálním moderním trendem se chce ubírat též žalobce, proto spotřebitelé budou předpokládat, že za sanitárními výrobky se značkou Dorint stojí právě žalobce. Rozšířeným trendem je také služba, v rámci níž hotely či lázně nabízejí také interiérové kolekce skládající se z nábytku či domácích potřeb, odrážející design výrobků použitých v jejich v hotelu či lázních, jako příklad žalobce uvedl Soho House. S distribučním kanálem souvisí i stejný obvyklý původ zboží a služeb, jež je dán i v případě žalobce. Jestliže jsou výrobky či služby zpřístupňovány prostřednictvím stejných distribučních kanálů a mají stejný obvyklý původ, může spotřebitel s velkou pravděpodobností předpokládat, že výrobky a služby spadají do téhož sektoru trhu a že je vyrábí či poskytuje totožný subjekt.

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

41. Žalobce nesouhlasil s tvrzením žalovaného, že při posuzování relevantní veřejnosti je spotřebitelské chování třeba vytrhnout z celkového kontextu a posuzovat ho pouze ve vztahu k určitému a časově úzce ohraničenému momentu, kdy je spotřebitel aktuálně zaměřen na poptávku jediného výrobku nebo služby, které zrovna kupuje nebo konzumuje, neboť takový model neodpovídá realitě a obvyklému spotřebitelskému chování, ani nekopíruje situace běžného života, proto je nutné spotřebitelské chování posuzovat komplexně. Dále není pravdou, že by služby žalobce cílily na movité investory a developery, neboť jeho primární cílovou skupinou je nejširší veřejnost, jelikož každý běžný spotřebitel občas využívá ubytovacích služeb, navštěvuje lázně nebo fitcentra či využívá služeb projektového plánování. Žalobce dále upozornil, že případná nekvalita výrobků osoby zúčastněné, která se vzhledem k absentujícím zkušenostem nedá vyloučit, může odradit zákazníky žalobce od dalšího využívání jeho služeb – je to obdobné, jako by zúčastněná osoba začala prodávat vodovodní baterie *InterContinental* anebo kachličky *Alcron* a chtěla si tuto obchodní činnost chránit ochrannou známkou. V daném případě jsou výrobky či služby srovnávaných označení určené jak obecné tak specializované veřejnosti, proto se pravděpodobnost záměny posuzuje vůči té části veřejnosti, která vykazuje nižší stupeň pozornosti. Jelikož zákazníkem žalobce i zúčastněné osoby je běžný spotřebitel, který je méně pozorný, tak při pohledu na označení Dorint na sprchové hlavici či koupelnové kachličky nebude rozlišovat mezi poskytovatelem jeho oblíbených hotelových/wellness služeb a začínajícím anonymním výrobcem vybavení pro interiéry – jako kdyby při stavbě domu narazil na nabídku sanitárního zařízení či dlaždic s označením Hilton – spojil by si označení se špičkovým globálním hotelovým řetězcem, aniž by jej napadlo, že se jedná o nezávislého českého výrobce dlaždic. Tímto by zúčastněná osoba parazitovala na dobrém jméně ochranných známek žalobce. Argument zúčastněné osoby, že hotelový host nevěnuje zvýšenou pozornost značce či původu vybavení v hotelových pokojích, je nepodložená domněnka.
42. Žalobce uvedl, že komplementaritu je třeba odlišit od použití v kombinaci, kdy jsou výrobky či služby použity jen společně podle volby nebo vhodnosti. Dle evropské judikatury nejsou komplementární například optické sluneční brýle s klenoty či bižuterií nebo pivo s vínem, jde tedy o případy, kdy zboží a služby spolu nesouvisí, konkurují si, nebo se vůbec neprolínají. Opačně je tomu u služeb žalobce, jež se s výrobky zúčastněné osoby úzce prolínají, a existuje mezi nimi vztah komplementarity, neboť služby „project developmentu“ jsou širší pojem, který v sobě zahrnuje projektování interiéru. Žalobce poukázal na rozhodnutí T-577/15, podle něhož SDEU shledal komplementárními systémy pro zpracování informací a monitorovací a kontrolní systémy na jedné straně se softwarem a aplikacemi (tedy s produkty při daných službách používanými). Z rozhodnutí plyne možnost komplementarity výrobků a služeb, kterou zúčastněná osoba účelově popírá, a také obecný princip aplikovatelný na posuzovaný případ – nebylo by možné poskytovat služby „project developmentu“ bez projektů interiérů, jedná se tedy o prolínající se komplementární služby. Nelze si ani představit provoz hotelu, lázní či wellness zařízení bez vybavení umyvadly, sanitární keramikou, vodovodními bateriemi, dlaždicemi a obkladačkami, z čehož také plyne vztah komplementarity. SDEU dále v rozhodnutí T-249/11 shledal komplementaritu mezi dopravními službami a dopravovaným zbožím jako je maso, drůbež a zvěřina, neboť je teoreticky možné, že podniky působící v oblasti produkce kuřat zároveň poskytují i přepravní služby svých výrobků. SDEU uzavřel, že i přes rozdíly mezi kuřaty a dopravními službami mají tyto výrobky a služby určitý komplementární charakter, pokud jde o jejich konkurenční povahu, účel, užívání a

charakter. Pokud by takto postupoval žalovaný, dospěl by k závěru, že komplementarita výrobků a služeb zúčastněné osoby a služeb žalovaného je dána. Podle SDEU mohou být komplementární i ty výrobky a služby, jež nesouvisí svoji povahou, užíváním a ani distribučními kanály, i v takovém případě je totiž možné, že jedny (např. výrobky) jsou důležité či přímo nezbytné pro druhé (např. služby), proto je irelevantní odkaz osoby zúčastněné na rozhodnutí EUIPO o námitkách č. B 2 274 119 ze dne 30. 4. 2015.

43. Závěrem žalobce uvedl, že vzhledem ke komplementaritě výrobků a služeb zúčastněné osoby a služeb žalobce, kdy jsou naplněny i další faktory nezbytné pro zhodnocení podobnosti výrobků a služeb, tj. stejná relevantní veřejnost, stejné distribuční kanály i stejný původ zboží a služeb, nelze dospět k jinému závěru, než že posuzované výrobky a služby jsou navzájem podobné a zaměnitelné.

VIII. Posouzení věci Městským soudem v Praze

44. Městský soud přezkoumal napadené rozhodnutí, jakož i řízení, které předcházelo jeho vydání, a to podle § 65 a násl. zákona č. 150/2002 Sb., soudního řádu správního (dále jen „s. ř. s.“), v mezích žalobních bodů, přitom vycházel podle § 75 odst. 2 s. ř. s. ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době vydání napadeného rozhodnutí. Městský soud o věci samé rozhodl bez nařízení jednání, a to v souladu s § 51 s. ř. s., neboť žalobce s tímto postupem výslovně souhlasil ve sdělení ze dne 9. 12. 2020 a žalovaný se po řádném poučení, že může vyslovit nesouhlas s rozhodnutím věci bez jednání a že nevyjádření v určené lhůtě je považováno za souhlas, k nařízení jednání nevyjádřil.
45. Žalobce v žalobě namítá, že ÚPV nesprávně posoudil otázku podobnosti porovnávaných označení, nesprávně vyhodnotil otázku možné komplementarity porovnávaných výrobků a služeb, neodůvodnil, proč neaplikoval kompenzační princip a nesprávně vyhodnotil možný přesah ochrany označení žalobce do sféry, pro kterou osoba zúčastněná uplatňuje ochranu u napadeného označení. Žalobce tedy brojí zejména proti postupu ÚPV v prvostupňovém řízení, co se týče napadeného rozhodnutí žalovaného, označuje ho za nepřezkoumatelné z důvodů nesrozumitelnosti a nedostatku důvodů.
46. Městský soud se nejprve zabýval námitkou tvrzené nepřezkoumatelnosti napadeného rozhodnutí žalovaného, neboť by nebylo možné zabývat se hmotněprávní argumentací, pokud by přezkoumávané rozhodnutí žalovaného neobstálo po stránce formální.
47. Povahu nepřezkoumatelnosti rozhodnutí správních orgánů, resp. soudů, vymezila bohatá a ustálená judikatura Nejvyššího správního soudu (dále též jen „NSS“). Podle této judikatury jsou nepřezkoumatelná taková rozhodnutí, u nichž není z odůvodnění zřejmé, jakými úvahami se soud řídil při hodnocení skutkových i právních otázek a jakým způsobem se vyrovnal s argumenty účastníků řízení (srov. například rozsudky NSS ze dne 29. 7. 2004, č. j. 4 As 5/2003 - 52; ze dne 18. 10. 2005, č. j. 1 Afs 135/2004 - 73, publ. pod č. 787/2006 Sb. NSS; či ze dne 14. 7. 2005, č. j. 2 Afs 24/2005 - 44, publ. pod č. 689/2005 Sb. NSS). Městský soud neshledal, že by se žalovaný rozkladovými námitkami žalobce nezabýval vůbec nebo že by se s nimi vypořádal nedostatečným způsobem či nesrozumitelně. Jak je patrné z jednotlivých okruhů žalobních námitek, nepřezkoumatelnost napadeného rozhodnutí žalobce v podstatě spojuje s nezákonností rozhodnutí a to tak, že za nevypořádání jeho rozkladových námitek považuje nesprávné posouzení podobnosti výrobků a služeb zapsaných pro jednotlivé porovnávané ochranné známky, jakož i nesprávné vyhodnocení důkazních prostředků předložených žalobcem prokazujících intenzitu dobrého jména tak, aby asociace nastala ve vztahu k produktům

a službám osoby zúčastněné, kdy sice namítá opominutí námitek, avšak současně s vypořádáním námitek žalovaným nesouhlasí nebo s nimi polemizuje. Nejde tedy o vlastní podstatu nepřezkoumatelnosti spočívající ve vážných vadách rozhodnutí (nemožnost zjistit v něm obsah nebo důvody, pro které bylo vydáno, včetně vypořádání námitek účastníka řízení), ale spíše o nesouhlas žalobce se způsobem, jak byly ve vztahu k posuzované věci vyhodnoceny – s jiným odlišným závěrem. Skutečnost, že žalovaný v této věci posoudil věc odlišně, jinak, než jak ji posuzuje žalobce, ještě neznamená, že se žalovaný námitkami žalobce nezabýval. Neztotožnění se se skutkovými a právními závěry žalovaného proto není důvodem způsobujícím nepřezkoumatelnost rozhodnutí (k podstatě nepřezkoumatelnosti srov. obdobně např. usnesení rozšířeného senátu NSS ze dne 19. 2. 2008, č. j. 7 Afs 212/2006 - 74, publ. pod č. 1566/2008 Sb. NSS, nebo rozsudek NSS ze dne 21. 5. 2019, č. j. 2 As 252/2018 - 21). Povinnost řádným a přezkoumatelným způsobem odůvodnit rozhodnutí neznamená reagovat podrobně na každý dílčí argument v případě, kdy napadená rozhodnutí správních orgánů obou stupňů ve svém celku logicky a rozumně odůvodnily své závěry. Za nepřezkoumatelnost pro nedostatek důvodů nelze považovat ani stav, kdy se žalovaný ve svých úvahách ztotožnil se závěry správního orgánu prvního stupně a současně uvedl shodné hodnocení.

48. Žalobce navíc námitku nepřezkoumatelnosti napadeného rozhodnutí žalovaného vznesl toliko v obecné rovině, k čemuž platí, že čím je žalobní bod obecnější, tím obecněji k němu správní soud přistoupí a posoudí ho. Není na místě, aby soud za žalobce spekulativně domýšlel další argumenty či vybíral z reality skutečnosti, které žalobu podporují. Takovým postupem by přestal být nestranným rozhodčím sporu, ale přebral by funkci žalobcova advokáta (srov. rozsudek rozšířeného senátu NSS ze dne 24. 8. 2010, č. j. 4 As 3/2008 - 78). Obsah a kvalita žaloby tak v podstatě předurčují obsah a kvalitu rozhodnutí soudu (srov. rozsudek NSS ze dne 23. 6. 2005, č. j. 7 Afs 104/2004 - 54).
49. Konkrétněji řečeno, městský soud neshledal nic, co by jej mělo vést k závěru, že žalovaný nedostál své přezkumné povinnosti a rezignoval na vlastní odůvodnění, nebo že by dokonce jeho odůvodnění bylo nesrozumitelné. Naopak, všechny rozkladové námitky žalobce srozumitelně a věcně vypořádal. Ostatně žalobce sám příliš nerozlišuje námitky nepřezkoumatelnosti napadeného rozhodnutí a jeho nezákonnosti spočívající v nesprávném posouzení právních otázek, o čemž svědčí žalobní námitky rekapitulované výše v části čtvrté odůvodnění tohoto rozsudku. Je zřejmé, že žalobce z napadeného rozhodnutí bez větších obtíží seznal, jak žalovaný odůvodnil svůj zamítavý výrok, když s jednotlivými argumenty v podané žalobě polemizuje. Napadené rozhodnutí tedy nebylo shledáno nepřezkoumatelným, ať už pro nesrozumitelnost či nedostatek důvodů.
50. Městský soud tedy může přistoupit k vypořádání věcných námitek.
51. V dané věci jsou mezi účastníky řízení sporné důvody zamítnutí námitek žalobce proti zápisu napadené ochranné známky do rejstříku ochranných známek:
 - uvedené v § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách a
 - uvedené v § 7 odst. 1 písm. e) zákona o ochranných známkách.
52. Městský soud vyšel z následující právní úpravy ve znění účinném k rozhodnému dni, tj. ke dni vydání napadeného rozhodnutí:
53. Podle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách *„přihlašované označení se nezapíše do rejstříku na základě námitek proti zápisu ochranné známky do rejstříku podaných u Úřadu*

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

(dále jen „námitky“) 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.“.

54. Podle § 7 odst. 1 písm. e) zákona o ochranných známkách „přihlašované označení se nezapiše do rejstříku na základě námitek proti zápisu ochranné známky do rejstříku podaných u Úřadu (dále jen „námitky“) vlastníkem starší ochranné známky Společenství, která je shodná s přihlašovaným označením nebo je mu podobná, pokud má být takové označení zapsáno pro výrobky nebo služby, které sice nejsou podobné těm, pro které je starší ochranná známka zapsána, avšak jde o starší ochrannou známkou, která má na území Evropských společenství dobré jméno, a užívání přihlašovaného označení bez řádného důvodu by nepoctivě těžilo z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména starší ochranné známky Společenství nebo jim bylo na újmu.“.
55. Podle § 26 odst. 4 zákona o ochranných známkách „zjistí-li Úřad, že přihlašovaná ochranná známka nezasahuje do zákonem chráněných starších práv třetích osob uvedených v § 7, námitky zamítne.“.
56. Soud nejprve uvažil o okruhu žalobních námitek vztahujících se k § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách.
57. Vlastník dřívější ochranné známky tedy může zabránit zápisu přihlašované ochranné známky do rejstříku ochranných známek podle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách, pokud:
 - starší ochranná známka je shodná anebo podobná s přihlašovanou ochrannou známkou;
 - starší ochranná známka je zapsána pro shodné nebo podobné výrobky s přihlašovanou ochrannou známkou;
 - existuje pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti, přičemž za pravděpodobnost záměny se považuje i pravděpodobnost asociace se starší ochrannou známkou.

Uvedené podmínky jsou stanoveny kumulativně a musí být proto splněny současně. V opačném případě nemůže být vlastníku starší ochranné známky ochrana přiznána.
58. Překážkou bránící zápisu přihlašovaného označení do rejstříku ochranných známek je existence pravděpodobnosti záměny na straně veřejnosti, která je dána při kumulativním splnění dvou zákonem stanovených podmínek, kterými jsou (1) shodnost či podobnost přihlašovaného označení se starší ochrannou známkou a (2) shodnost nebo podobnost výrobků či služeb, na něž se přihlašované označení a namítaná starší ochranná známka Posouzení zaměnitelnosti ochranné známky podle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách je pak věcí výkladu příslušného neurčitého právního pojmu a jeho aplikace na zjištěný skutkový stav.
59. V daném případě není sporu o shodě napadeného označení s první a druhou namítanou ochrannou známkou žalobce, jakož i že se jedná o vysoký stupeň podobnosti napadeného označení se třetí namítanou ochrannou známkou žalobce. Tato shoda či podobnost je zřejmá a nebyla rozporována v rámci předchozího správního řízení, ani v nyní projednávané žalobě. Z tohoto důvodu se problém redukuje na otázku podobnosti či shodnosti výrobků a služeb, pro které jsou porovnávána označení zapsána. Soud se proto

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

zaměřil na posouzení shodnosti či podobnosti srovnávaných výrobků a služeb, jež je obsahem prvních třech žalobních bodů.

60. Ke **kritériu shodnosti či podobnosti zboží či služeb** je třeba především zdůraznit, že při porovnání výrobků a služeb je nutno vycházet ze znění uvedeného v příslušných seznamech výrobků a služeb. Skutečné anebo zamýšlené užití výrobků či služeb není pro posouzení pravděpodobnosti záměny relevantní (rozhodnutí Tribunálu ze dne 16. 6. 2010 ve věci T-487/08, *Kremezin*, bod 71, obdobně srov. např. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 23. 8. 2012, čj. 7 As 89/2012 - 48).
61. Soudy přitom ve své rozhodovací praxi rovněž opakovaně dovodily, že samotné zařazení výrobků a služeb do jednotlivých tříd dle Niceské dohody o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek ze dne 15. června 1957 (č. 118/1979 Sb.) není rozhodující. Jde o třídění pouze administrativní, proto není určující, zda jsou či nejsou výrobky a služby zařazeny do stejné nebo odlišné třídy mezinárodního třídění výrobků a služeb, podobnost může být shledána i mezi službami a výrobky (srov. např. rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 11. 2. 2016, čj. 4 As 113/2015 - 34, či ze dne 12. 11. 2014, čj. 6 As 54/2013 - 128). Je na vůli přihlašovatele pro jaké konkrétní výrobky a služby nárokuje přiznat přihlašovanému označení ochranu zápisem do rejstříku, v přihlášce je povinen uvést jejich výčet a zatřídit je (vzestupně) podle mezinárodního třídění. Význam má proto srovnání výrobků a služeb, pro které byla ochrana v podané přihlášce nárokována a namítanou ochrannou známkou přiznána.
62. Za shodné resp. podobné se přitom v rozhodovací praxi SDEU považují ty výrobky anebo služby, které mají stejné nebo natolik blízké podstatné znaky, že v důsledku toho mohou vyvolat u průměrného spotřebitele představu o tom, že pocházejí od jednoho a téhož výrobce či poskytovatele.
63. Při hodnocení splnění podmínky shodnosti anebo podobnosti výrobků či služeb je třeba v souladu s ustálenou judikaturou reflektovat všechna relevantní kritéria charakterizující jejich vzájemný vztah, zejména jejich povahu, jejich zamýšlený účel, jejich obvyklý původ, a to zda jsou v soutěžním vztahu, zda se doplňují, nebo zda jsou zastupitelné, způsob jejich užití, jejich uživatele (relevantní veřejnost), jejich distribuční kanály či prodejní místa (srov. především rozhodnutí SDEU ze dne 29. 9. 1998 ve věci C-39/97, *Canon*, či rozhodnutí Tribunálu ze dne 10. 9. 2008 ve věci T-48/06, *Astex Therapeutics Ltd vs. OHIM*). Význam jednotlivých relevantních kritérií a jejich důležitost je třeba hodnotit v kontextu každého jednotlivého případu.
64. Dalším hlediskem, jež je třeba vzít v rámci posouzení pravděpodobnosti záměny v úvahu, je pak **hledisko rozlišovací způsobilosti namítané ochranné známky**.
65. V tomto směru soud připomíná, že při posuzování a hodnocení pravděpodobnosti záměny je podle konstantní judikatury nutno vždy zohlednit rozlišovací způsobilost starších (namítaných) ochranných známek. Vysoká rozlišovací způsobilost je obecně dána v případě fantazijních ochranných známek.
66. Dalším dílčím hlediskem v rámci posouzení nebezpečí záměny je kritérium **relevantního spotřebitele**. V tomto směru platí, že nebezpečí záměny musí být posuzováno s přihlédnutím k průměrnému spotřebiteli, tj. běžnému spotřebiteli, kterému jsou sporné výrobky či služby určeny. Základem pro vymezení pojetí relevantního spotřebitele se stal rozsudek SDEU ze dne 16. 7. 1998 ve věci C-210/96, *Gut Springenheide*, v němž bylo

konstatováno, že průměrným spotřebitelem je spotřebitel řádně informovaný, přiměřeně vnímavý a opatrný. Obdobné závěry vyplývají i z rozhodnutí ze dne 22. 6. 1999 ve věci C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, kde SDEU dospěl k závěru, že průměrný spotřebitel je spotřebitel přiměřeně dobře informovaný, všímavý a obezřetný. Úroveň pozornosti spotřebitele se přitom může měnit v závislosti na kategorii dotčených výrobků nebo služeb [rozhodnutí ze dne 22. 6. 1999 ve věci C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik Meyer*; či rozsudek Tribunálu ze dne 6. 5. 2008 ve věci T-246/06, *Redcats v OHIM – Revert & Cía (REVERIE)*].

67. V rámci **celkového posouzení pravděpodobností záměny** je pak třeba v souladu s dříve uvedeným nutno zkoumat přítomnost rizika, zda spotřebitelská veřejnost přímo zamění ochranné známky anebo si spojí sporné ochranné známky a bude předpokládat, že sporné výrobky či služby pocházejí od stejného nebo ekonomicky propojeného subjektu. Nebezpečí záměny musí být posuzováno globálně podle toho, jak relevantní veřejnost vnímá dotčená označení a výrobky nebo služby, přičemž musí být zohledněny všechny relevantní faktory konkrétního případu. Posouzení nebezpečí záměny závisí na celé řadě prvků, zejména na míře rozpoznání ochranné známky na trhu, na asociaci s dřívější ochrannou známkou, na stupni podobnosti mezi spornými ochrannými známkami a mezi výrobky či službami (srov. rozsudky SDEU ze dne 15. 3. 2007 ve věci C-171/06, *T.I.M.E. ART Uluslararası Saat Ticareti ve diş Ticaret AŞ v. OHIM*, ze dne 11. 11. 1997 ve věci C-251/95, *SABEL*, ze dne 2. 9. 2010 ve věci C-254/09, *Calvin Klein Trademark Trust v. OHIM*, ze dne 20. 3. 2007 ve věci C-325/06, *Galileo International Technology*, či rozhodnutí Tribunálu ze dne 13. 2. 2008 ve věci T-146/06, *Sanofi-Aventis vs. OHIM*).
68. Soud v návaznosti na výše uvedené uvádí, že v situaci, kdy jsou zboží/služby a označení vyhodnocena jako podobná, soudy v minulosti zpravidla konstatovaly existenci nebezpečí záměny. Jinak řečeno, jsou-li v konkrétním případě naplněny podmínky, že starší ochranná známka je podobná s přihlašovanou ochrannou známkou, přičemž starší ochranná známka je zapsána pro shodné či podobné výrobky nebo služby s přihlašovanou ochrannou známkou, bude v takové situaci zpravidla, až na výjimečné případy, dáno nebezpečí záměny a tedy bude dán i důvod relativní zápisné nezpůsobilosti. Případný odlišný závěr, založený na v dané věci relevantních faktorech, vylučujících nebezpečí záměny, pak musí být v konkrétním případě přezkoumatelným způsobem odůvodněn.
69. Soudy přitom v minulosti opakovaně dovodily, že celkové posuzování nebezpečí záměny implikuje jistou vzájemnou závislost relevantních kritérií, zejména míru podobnosti sporných ochranných známek a míru podobnosti příslušných výrobků či služeb. Vyšší míra podobnosti ochranných známek může kompenzovat nižší míru podobnosti výrobku či služeb a naopak (**tzv. kompenzační princip**), protože s vyšší rozlišovací způsobilostí dřívější ochranné známky roste i nebezpečí záměny (srov. rozhodnutí SDEU ze dne 29. 9. 1998 ve věci C-39/97, *Canon*, rozhodnutí Tribunálu ze dne 14. 12. 2006 ve spojených věcech T-81/03, T-82/03, T-103/03, *Mast-Jägermeister*; či rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 13. 2. 2014, čj. 6 As 32/2013 - 46, ze dne 28. 5. 2008, čj. 9 As 59/2007 - 141, či ze dne 26. 10. 2006, čj. 1 As 28/2006 - 97).
70. Před vlastním posouzením jednotlivých kritérií městský soud považuje za vhodné zdůraznit, že při soudním přezkumu správních rozhodnutí správní soud samozřejmě provádí samostatnou úvahu o správnosti a úplnosti skutkových zjištění správního orgánu a z nich vyvozených právních závěrů, na straně druhé nelze ztrácet ze zřetele, že účelem soudního přezkumu je, jak už slovo přezkum napovídá, hodnocení toho, co již bylo správním orgánem k věci vysloveno, ve světle oponentury obsažené v žalobních bodech.

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

Jakkoli však nelze nalézt jedinou objektivní a shodnou pravdu, závěry napadeného rozhodnutí se v dané věci jeví přezkoumávajícímu správnímu soudu natolik přiléhavé, že by jen jinými slovy nalézal vyjádření prakticky pro totéž, a to i při samostatném zvažování námitek sporu. Jinak řečeno, smyslem soudního přezkumu není nalezení alternativního a za každou cenu originálního způsobu vyjádření těchto závěrů, k nimž již správně dospěl správní orgán (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 12. 11. 2014, č. j. 6 As 54/2013 - 128, publ. pod č. 2878/2014 Sb. NSS). V uvedeném smyslu se městský soud následně uvedeným způsobem ztotožnil se skutkovým a právním hodnocením žalovaného v jednotlivých posuzovaných kritériích.

71. V nyní posuzované věci dle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách žalovaný sice vyšel ze zjištění shodnosti/podobnosti označení, avšak svůj závěr postavil na rozdílnosti výrobků a služeb, pro něž jsou ochranné známky zapsány, i když se protínají ve třídě 42 mezinárodního třídění výrobků a služeb. ÚPV správně vyhodnotil odlišně předmět služeb „projekty interiérů“, pro něž byla přihlášena napadená ochranná známka ve třídě 42, tj. je vytváření návrhů interiérů, přičemž s ohledem na přihlášený seznam výrobků a služeb dovodil, že se bude jednat zejména o návrhy koupelen, kdy tuto činnost bude provádět buď architekt, nebo návrhář (designér) za pomoci počítače. Službu „project development“ zapsanou pro první namítanou ochrannou známku vyhodnotil ÚPV jako proces plánování, tvorby, koordinování a kontrolování realizace projektů (cílově definovaných úloh a úkolů), případně vlastní činnost ve věci „vývoje či rozvoje projektu“, a to plánování, provedení a ukončení každého projektu, typicky týkající se stavebnictví, strojírenství, architektury, výpočetní techniky, telekomunikací, konstruktérských prací a těžkého průmyslu, kdy se většinou jedná o týmovou práci a složitý proces, kdy odborníky jsou zde projektoví manažeři, tedy odborníci v oblasti projektového řízení. Ve vztahu ke druhé a třetí namítané ochranné známce ÚPV dovodil, že se jedná o služby odlišné v porovnání s produkty napadené ochranné známky. Při celkovém posuzování pravděpodobnosti záměny přihlédl ÚPV k tomu, že shodná/podobná označení jsou zapsána pro výrobky a služby co do účelu, užití i způsobu prodeje/poskytování zcela nepodobné. Jako průměrného spotřebitele daných produktů a služeb také zcela rozumně a prakticky označil odlišné okruhy laické a odborné veřejnosti, a to spotřebitele poptávajícího sanitární výrobky a výrobky stavební a další pro zařizování koupelen, včetně služeb návrhů na jedné straně, oproti spotřebiteli poptávajícímu širokou škálu výrobků a služeb v oblasti hotelnictví, a to od reklamních tiskovin přes vybavení (textile), dále potraviny a nápoje až po obchodní a finanční služby, včetně managementu, zajištění stravování, ubytování, pořádání seminářů a kulturních a sportovních činností, kurzů až po lázeňskou péči, a to i včetně služeb telekomunikačních a v oblasti informační techniky na straně druhé. Žalovaný, pokud napadeným rozhodnutím závěr ÚPV o nepravděpodobnosti záměny dle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách aproboval, nedopustil se žádné nezákonnosti v posuzování věci, vycházející z logických zjištění o odlišných oblastech zboží/služeb žalobce a osoby zúčastněné na řízení.
72. Soud především konstatuje, že první namítaná ochranná známka žalobce „Dorint“ je slovní a je zapsána pro výrobky a služby třídy (16) *tiskoviny, včetně reklamních materiálů, potištěný papír, prospekty, zákaznické karty, štítky, pohlednice, jídelní lístky, dopisní papíry, obálky, papírové ručníky, papírové kapesníky*; (24) *ložní prádlo a ubrusy, textilní ručníky*; (25) *oděvy, obuv, pokrývky hlavy*; (31) *zemědělské, zahradnické a lesnické výrobky, jakož i obilí (pokud jsou obsaženy ve třídě 31), čerstvé ovoce a zelenina, semena, živé rostliny a květiny*; (32) *piva, minerální vody, šumivé nápoje a jiné nealkoholické nápoje, nápoje, džusy a ovocné šťávy*;

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

(33) *alkoholické nápoje (s výjimkou pív); (35) nákup a prodej zboží všeho druhu ve prospěch ostatních, včetně zboží pro oblast hotelnictví a cateringu, plánování, organizování a vedení obchodních transakcí ve prospěch ostatních, design a marketing reklamních materiálů ve prospěch ostatních, marketing, průzkum trhu a analýza trhu, reklama ve prospěch ostatních a mediální plánování, obchodní poradenství, obchodní a organizační poradenství, personální poradenství, organizování výstav a veletrhů, účetnictví ve prospěch ostatních, fakturace služeb ve prospěch ostatních, podpora a řízení pro oblast osobních vozidel a služby vozových parků, jmenovitě nákup a prodej vozidel a dozor nad vozovými parky; (36) pojištění, finanční záležitosti, peněžní záležitosti, realitní záležitosti, správa vybavení v oblasti informačních technologií, a sice poskytování prostoru pro výpočetní střediska, počítačové sítě a telekomunikační zařízení, splátkové financování motorových vozidel, podpora a vedení vozového parku osobních a užitkových vozidel, zejména finanční a pojišťovací služby v souvislosti s vozovými parky; (37) správa vybavení v oblasti informačních technologií, zejména montáž technických zařízení a kabeláž pro počítačová střediska, počítačové sítě a telekomunikační zařízení, podpora a řízení vozového parku osobních a užitkových vozidel, jmenovitě údržba a opravy vozidel; (38) telekomunikace, zřízení a provoz horkých linek a kontaktních míst, řízení a provozování internetových serverů pro poskytování internetových řešení; (39) pořádání cest, půjčovna aut, podpora a řízení vozového parku osobních a užitkových vozidel, zejména v oblasti pronájmu vozidel; (41) organizování a vedení seminářů a kongresů, organizování a provozování sportovních akcí a sportovních kurzů, vedení lázeňských, zdravotních a kosmetických procedur a kosmetických kurzů, provozování stravování a ubytování, vedení školy, provozování golfových hřišť a sportovních zařízení; (42) poskytování jídla a pití a dočasného ubytování pořádání oslav a catering, lékařská péče, léčebné procedury, vedení fitness a wellness klubů, včetně lázní, projektový development, udělování licencí, počítačové programování, pronájem a půjčování zařízení pro zpracování dat, služby v oblasti databází, jmenovitě sběr, zpracování, archivace, třídění, ukládání, vyhledávání a výstupy dat, ochrana a obnova dat a služby s nimi související, které poskytují počítačová centra a zařízení, technické poradenství, plánování, poskytování systémů pro zpracování sdílených dat a telekomunikačních zařízení podle. Druhá namítaná ochranná známka žalobce „Dorint“ je slovní a je zapsána pro výrobky a služby třídy (39) pořádání cest; (41) organizování a vedení seminářů a kongresů, organizování a vedení sportovních akcí a sportovních hřišť, vedení kurzů lázeňských procedur, kurzů v oblasti zdraví a krásy, kosmetických kurzů; (42) poskytování jídla a pití a dočasného ubytování, služby pořádání oslav a catering, zdravotní péče, léčebné kúry,*



vydávání licencí. Třetí namítaná ochranná známka žalobce je obrazová a je zapsána pro výrobky a služby třídy (39) organizování cest; (41) vzdělávání, školení, zábava, sportovní a kulturní činnosti, organizování a pořádání seminářů a kongresů, organizování a pořádání sportovních akcí a sportovních kurzů, pořádání lázeňských kurzů, biokurzů a kurzů krásy, jakož i kosmetických kurzů; (43) ubytování a stravování hostů, servis pro večírky a catering; (44) lékařská péče, pořádání léčebných kúr; (45) udělování licencí. Osobě zúčastněné byla přiznána právní ochrana na území České republiky slovní ochranné známky „DORINT“ pro výrobky a služby třídy (11) umyvadla, sanitární keramika, průtokové ohříváče, vodovodní baterie; (19) keramické dlaždice pro stavby, obkládačky; (42)

projekty interiérů. Toto mezinárodní třídění slouží primárně pro správní a poplatkové účely při zápisu ochranných známek (srov. § 19 odst. 4 zákona o ochranných známkách). Posouzení shody či podobnosti výrobků a služeb se začleněním do formálních škatulek podle jednotlivých tříd nevyčerpává; při posouzení podobnosti výrobků a služeb je třeba přihlídnout ke všem relevantním faktorům, které charakterizují vztah mezi těmito výrobky, přičemž tyto faktory zahrnují zejména jejich povahu, účel, způsob užití, jakož i jejich konkurenční nebo komplementární charakter. Mohou být zohledněny rovněž jiné faktory, jako jsou například distribuční cesty výrobků. Výrobky proto nemohou být považovány za odlišné jen proto, že patří do jiných tříd [srov. rozsudek Tribunálu *PiraÑAM*, body 37 a 38, odkazující na ustálené judikatorní závěry z rozsudků *Canon* nebo *T-164/03* ze dne 21. 4. 2005, *Ampafrance v. OHIM – Johnson & Johnson (monBeBé)*]. Na straně druhé to však neznamena, že zápis ochranných známek ve vztahu k výrobkům a službám dle jednotlivých tříd je při posouzení podobnosti výrobků a služeb zcela irrelevantní a že je možné ho pominout. Zatřídění má i pro posouzení podobnosti výrobků a služeb význam praktický, umožňující zorientovat se v nepřehledné a proměnlivé množině výrobků a služeb, označovaných tu více, jinde méně obecnými pojmy. Pověstnou „zlatou střední cestou“ je takový výklad, jenž u výrobků a služeb zapsaných do různých tříd primárně předpokládá jejich nepodobnost, tento předpoklad je ovšem jednoduše vyvrátitelný, pokud by byly shledány důvody pro závěr o podobnosti výrobků napříč jednotlivými třídami. Nutno v této souvislosti vzít v úvahu i skutečnost, že mezinárodní zatřídění podle Niceské dohody je statické, resp. odpovídající stavu poznání a výsledku odborného konsensu v době jejího vzniku, resp. aktuální verze mezinárodního zatřídění, zatímco výše vymezené kategorie, o něž se úvahy o podobnost výrobků či služeb opírají, mohou být v čase a na různých trzích podle obchodních a spotřebitelských strategií a modelů proměnlivé, což platí zjevně např. o kategoriích užívání, konkurence či komplementarita a distribuční cesty.

73. Soud předně souhlasí s názorem žalovaného, že porovnání výrobků a služeb bylo provedeno v rozsahu, jaký vymezil žalobce v námitkovém řízení, tedy pouze vzhledem k první namítané ochranné známce, kdy ji navíc omezil na porovnání dvou služeb ve třídě 42 mezinárodního třídění výrobků a služeb, a to „projekty interiérů“ napadené ochranné známky osoby zúčastněné a „projektový development“ první namítané ochranné známky žalobce. Úřadu průmyslového vlastnictví nepřisluší, aby se na základě neúplných tvrzení, jež jsou mu namítajícím předkládány [§ 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách], sám domýšlel, jaké námitky proti zápisu přihlašovaného označení namítající vlastně uplatňuje, popř. aby neúplná tvrzení namítajícího sám doplňoval a dotvářel, neboť takový postup by byl v rozporu s rovností stran námitkového řízení. Rozhodnutí ÚPV, který může posuzovat důvodnost uplatněných námitek pouze na základě tvrzení uplatněných namítajícím (žalobcem) v zákonem stanovené lhůtě, nemůže soud označit za nezákonné na základě „nových“ tvrzení namítajícího (žalobce), která v rozporu s koncentrační zásadou zakotvenou v § 25 odst. 1 a 2 zákona o ochranných známkách do námitek vůbec nevtrhl, a neumožnil tak ÚPV, aby se jimi ve správním řízení zabýval. Opačný postup by byl nepřípustným zasahováním do činnosti ÚPV, jemuž dle zákona náleží meritorní posouzení důvodnosti (včas uplatněných) námitek, a rovněž jeho obcházením, neboť by ve výsledku přenášel rozhodovací pravomoc ve věci samé ze správního orgánu na správní soud (srov. rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 27. 10. 2015, č. j. 9 A 54/2012 - 53, rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 12. 11. 2014, č. j. 6 As 54/2013 - 128, či rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 31. 10. 2014, č. j. 6 As 161/2013 - 25).

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

74. Žalobce v námitkovém řízení tvrdil, že služby „projekty interiérů“ a „projektový development“ jsou téměř totožné služby a plní stejnou – projekční – funkci. Městský soud souhlasí s názorem žalovaného, že se nejedná o služby totožné, neboť se jedná toliko o shodu ve slově „projekt“/„project“. Při posouzení uvedených činností skutečně nelze vycházet pouze ze shody ve slově „projekt“/„project“, nýbrž je třeba přihlídnout k dalším prvkům, jakož i k celkovému kontextu s dalšími zapsanými výrobky a službami.
75. Soud se ztotožňuje s výkladem žalovaného, že předmětem služeb „projekty interiérů“ bude zejména vytváření návrhů interiérů. Pojmem projekty interiérů (tzv. interiérovým designem) se rozumí řešení vnitřního uspořádání domu či bytu z praktického ale i estetického hlediska, jinými slovy řečeno, jedná se o návrh a realizaci uspořádání vnitřního vybavení budov s ohledem na využití prostor. Soud nemá důvod nepřisvědčit tvrzení žalovaného a ÚPV, že v případě osoby zúčastněné *„lze usuzovat, že se bude jednat zejména o návrhy koupelen“*, neboť po nahlédnutí na webovou stránku <http://www.dorint.cz/reference>, na niž odkazuje sám žalobce, bylo zjištěno, že osoba zúčastněná se zabývá zejména návrhy a realizací koupelen pro privátní zákazníky, návrhy a realizací veřejných prostor pro firmy a návrhy a realizací SPA lázní a bazénů. Z fotodokumentace zveřejněné na webových stránkách k těmto jednotlivým kategoriím je zřejmé, že ve většině případů se jedná o koupelny pro privátní zákazníky – sprchové kouty, vany, umyvadla, sanitární zařízení, příležitostně obklady stěn, chodeb a kuchyní, dále koupelen hotelů, veřejných prostor či umývárny škol a školek, a konečně hotelových i privátních prostorů místností s bazény, vířivkami či saunami. Tomu odpovídá též slogan osoby zúčastněné uvedený v sekci reference ve znění *„Jakmile se ocitnete v koupelně realizované společností DORINT, pohlíí vás genius loci, který je u každé koupelny zcela jedinečný. Nechte se zahálit do luxusních materiálů a designové vyváženosti. I ve vaší nové koupelně můžete mít pocit přepychu, stejně jako v těch nejluxusnějších lázních.“*
76. Soud se dále ztotožňuje s výkladem žalovaného, že jako synonymum k pojmu „projektový development“ se dá uvést „projektový management“, jak vyložil žalovaný s odkazem na prvostupňové rozhodnutí ÚPV, česky je tento výraz možné nazvat též jako „řízení projektů“ či „projektové řízení“. Soud přisvědčuje výkladu žalovaného, že se v případě „projektového developmentu“ jedná o *„proces plánování, tvorby, koordinování a kontrolování realizace projektů (cílově definovaných úloh a úkolů), případně pak vlastní činnost ve věci „vývoje či rozvoje projektu“, a to plánování, provedení a ukončení každého projektu, typicky týkající se stavebnictví, strojírenství, architektury, výpočetní techniky a telekomunikací, ale i v jiných oblastech strojírenské výroby, konstruktérské práce a těžkého průmyslu. Většinou se jedná o týmovou práci a složitý proces, kdy odborníky jsou zde projektoví manažeři, tedy odborníci v oblasti projektového řízení.“*. Soud je téhož názoru, že „projektový development“/„projektové řízení“ se zabývá řízením realizace projektů, přičemž jde o proces, který koordinuje jednotlivé složky činností při této realizaci, kdy jeho smyslem je co nejefektivněji dosáhnout požadovaného cíle či změny, která je stanovena v rámci daného projektu. Projektový management je komplexní a složitý proces, jež zahrnuje zejména tvorbu a přípravu projektových záměrů, obchodní a finanční řízení projektu, procesní řízení projektu, řízení kapacity zdrojů, řízení logistiky projektu, správu projektové dokumentace, jakož i jeho průběžného monitorování a následné vyhodnocení projektu. Jednotlivé úlohy projektu jsou mezi sebou provázané a jejich splnění je předpokladem úspěšného dosažení cíle projektu, tedy dosažení požadované kvality v požadovaném termínu a za požadovanou cenu. Projektové řízení řídí tzv. projektový manažer, odborník v daném oboru, avšak podílí se na něm více složek, lidí i zdrojů.

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

Z hlediska spotřebitelské veřejnosti půjde tedy o specifický okruh osob využívajících široké služby projektových záměrů bez toho, aniž by tyto služby spojovaly či zaměňovaly s určitými výrobky/ službami osoby zúčastněné na řízení.

77. Soud souhlasí též s postupem správních orgánů, které porovnaly napadené výrobky a služby se seznamy druhé a třetí namítané ochranné známky a na základě porovnání shledaly, že namítané seznamy se dotýkají především „organizování cest, pořádání seminářů a kulturních a sportovních akcí, včetně kurzů v oblasti kosmetických a lázeňských služeb, dále zajištění ubytování a stravování, lékařské a léčebné péče a udělování licencí“, a byly proto shledány odlišnými od napadených výrobků a služeb. K tomuto výkladu nemá soud co dodat či vytknout.
78. Soud tak nepřisvědčuje námitce žalobce, že ÚPV zužujícím způsobem vyložil shora uvedené položky výrobků a služeb v porovnávaných seznamech.
79. Soud dále v této souvislosti souhlasí s posouzením žalovaného a ÚPV při vymezení průměrného spotřebitele v dané věci, kterým je v případě napadených výrobků a služeb „osoba poptávající sanitární a stavební a další výrobky pro zařizování koupelen, včetně navrhovatelských služeb“, oproti tomu spotřebitelem namítaných výrobků a služeb je osoba „poptávající širokou škálu výrobků a služeb souvisejících se službami v oblasti hotelnictví, a to od reklamních tiskovin přes vybavení (textilie), dále potraviny a nápoje až po obchodní a finanční služby, včetně managementu, zajištění stravování, ubytování, pořádání seminářů a kulturních a sportovních činností, kurzů až po lázeňskou péči, a to i včetně služeb telekomunikačních a v oblasti informační techniky“. S ohledem na vymezení porovnávaných výrobků a služeb, jak bylo vyloženo shora, stejně jako s ohledem na vymezení průměrného spotřebitele v dané věci pak soudu nezbyvá než souhlasit s hodnocením, jež učinily správní orgány, když konstatovaly, že v nich budou zastoupeny odlišné okruhy laické i odborné veřejnosti. Je zřejmé, že porovnávané seznamy obsahují produkty, které mohou být poptávány nejširší veřejností bez zvláštní specifikace či odbornosti (co do věku, pohlaví, vzdělání aj.), soud však souhlasí s názorem správních orgánů, že rozdíl spočívá v momentálním zaměření pozornosti a potřeb jednotlivých spotřebitelů. Při posuzování kategorie „nejširší veřejnost“ je skutečně nutné tuto širokou skupinu podrobněji strukturovat a časově zařadit ve vztahu k porovnávaným výrobkům a službám, aby tento model co nejvíce odpovídal reálným možnostem a obvyklému způsobu spotřebitelského chování, tedy co nejvěrněji kopíroval situace běžného života. Soud se proto ztotožňuje s tvrzením žalovaného, že poptávka namítaných výrobků nebo služeb, tedy seminářů, kongresů, ubytovacích a lázeňských služeb, jídla a pití, tiskovin apod., s poptávkou napadených sanitárních výrobků a stavebních prvků či projektováním interiérů oborově nijak zvlášť nesouvisí a v běžném životě slouží k uspokojování rozdílných lidských potřeb. Zároveň soud přisvědčuje žalovanému, že poptávka těchto výrobků a služeb se uskutečňuje na jiných odbytištích. Správní orgány tak s ohledem na uvedené skutečnosti zcela logicky vyhodnotily, že aktuální zaměření myslí spotřebitelů anebo místa, kde se právě nacházejí při nákupu, jsou v případě namítaných a napadených výrobků a služeb odlišná, mají tudíž různé spotřebitele a realizují se na rozdílných částech trhů. Lze též přisvědčit argumentaci žalovaného a osoby zúčastněné na řízení, že služby projekty interiérů cílí zejména na řadové spotřebitele z řad laické veřejnosti, kteří zařizují byty či menší provozovny pro svoji potřebu, zatímco aktivity v oblasti projektového řízení se týkají zejména větších investorů a jejich projektů, kdy tyto služby cílí zejména na movitější investory či developery, kteří vkládají aktiva do velkých projektů, přičemž jejich prvořadým cílem je

generování zisku. Soud tak nepřisvědčuje námitce žalobce, že ÚPV nesprávně vymezil okruh relevantních spotřebitelů, či že by jeho členění na odlišné okruhy spotřebitelů bylo účelové.

80. Doplnující námitka žalobce v replice, že v dnešní době podnikatelé běžně nabízí služby projektového developmentu a zároveň též projektování interiéru včetně jeho vybavení konkrétními výrobky, je irelevantní, neboť skutečnost, že jeden subjekt nabízí současně tyto dvě služby, ještě neznamená, že se jedná o shodnou nebo podobnou množinu služeb pro účely posouzení zaměnitelnosti ochranných známek. Neobstojí ani argument žalobce ohledně budoucího rozšíření použití namítaných ochranných známek na další výrobky či služby, neboť soudní ochrany plynoucí z práva k ochranné známce se její vlastník může dovolávat pouze pro třídu mezinárodního třídění výrobků a služeb, pro niž má ochrannou známku zaregistrovanou. Ochrany jiných tvrzených práv se u správního soudu již nemůže účinně domáhat, a to i přesto, že by svou ochrannou známku fakticky používal i pro jinou třídu mezinárodního třídění výrobků a služeb, než pro kterou mu byla zaregistrována. Nemůže se tedy dovolávat práva, resp. jeho ochrany, pokud není jeho vlastníkem (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 6. 12. 2007, č. j. 7 As 42/2007 - 94).
81. Námitce žalobce, že argumentace správních orgánů k otázce komplementarity je nepřezkoumatelná pro nesrozumitelnost a nedostatek důvodů, soud též nepřisvědčuje. Žalovaný v napadeném rozhodnutí výslovně uvedl, že napadené výrobky představují běžné zařizovací předměty nejen ubytovacích či lázeňských místností (center), nýbrž i jiných objektů (bytů, restaurací, škol, úřadů atd.), veřejnost je tedy výlučně nespojuje jen s namítanými službami, kromě toho soud souhlasí se žalovaným, že fungování zmíněných objektů nelze zcela jednoznačně podmínit konkrétním vybavením, protože ke všem existují alternativy. Žalovaný na základě toho vyhodnotil, že mezi napadenými výrobky a namítanými ubytovacími a lázeňskými službami neexistuje jednoznačný vztah či souvislost popisovaná žalobcem, proto mezi nimi není vztah funkční komplementarity, neboť jde o výrobky a služby, které mají jiný účel užití, jinou funkci, spotřebitele i odbytiště. Podle teorie i praxe jsou za komplementární považovány výrobky a služby, mezi nimiž existuje úzká vazba, kdy jeden nemůže existovat bez druhých, kdy jeden/jedna je nezbytná k funkci druhých, a nejde jen o výrobky či služby doplňkové, přičemž zároveň by se spotřebitel oprávněně domníval, že odpovědnost za tyto komponenty (hlavní a doplňující) nese týž subjekt. S uvedeným výkladem žalovaného se soud ztotožňuje, neboť průměrný spotřebitel si je zcela jistě vědom skutečnosti, že v ubytovacích zařízeních se nachází nábytek i další vybavení, které je vyrobeno subjekty odlišnými od poskytovatele ubytování, nejen z tohoto pohledu tedy mají napadené výrobky a namítané služby odlišné spotřebitele i distribuční kanály. V daném případě soud souhlasí, že neexistuje souvislost mezi napadenými výrobky (sanitární zařízení, keramika, stavební prvky) a namítanými službami (ubytovací a lázeňské), neboť z definic namítaných služeb nevyplývá, že by jejich poskytování bylo podmíněno vlastnictvím či držbou zařízení, v nichž jsou provozovány, posuzovány jsou totiž položky podle jejich definic v seznamech výrobků a služeb, nikoli skutečnost, zda žalobce taková zařízení vlastní.
82. Soud tak nepřisvědčuje námitce žalobce ohledně nesprávného vymezení průměrného spotřebitele, ani nesprávného posouzení vztahu komplementarity mezi porovnávanými výrobky a službami.
83. První ani druhý žalobní bod proto nejsou důvodné.

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

84. Se shora uvedeným posouzením prvních dvou žalobních bodů souvisí též třetí bod žaloby ohledně namítané absence aplikace kompenzačního principu ze strany ÚPV. K tomu soud uvádí, že žalovaný zcela příhodně odkázal na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 13. 2. 2014, č. j. 6 As 32/2013 - 46, ve věci „HEMAGEL“, v němž soud v bodě 24 konstatoval, že *„ani co do posuzovaných výrobků není jejich zaměnitelnost pravděpodobná, tudíž se nemůže uplatnit kompenzační zásada ve smyslu rozsudku CANON tak, jak se domnívá stěžovatel (kompenzační zásada ve smyslu rozsudku CANON by se dostala do hry pouze v případě, že je shledán alespoň určitý stupeň podobnosti jak mezi kolidujícími označeními, tak mezi výrobky)“*. Jelikož v daném případě nebyly výrobky a služby zapsané pro napadenou ochrannou známku shledány shodnými ani podobnými s výrobky chráněnými namítanou ochrannou známkou, nebylo tedy možné ve smyslu citovaného rozsudku Nejvyššího správního soudu při hodnocení pravděpodobnosti záměny dotčených označení kompenzační princip aplikovat, jak správně konstatoval žalovaný. Třetí žalobní bod proto není důvodný.
85. Z právě uvedených důvodů tedy obtojí meritorní závěr žalovaného, podle něhož ÚPV správě zamítl námitky žalobce podle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách. Námitky zpochybňující zákonnost napadeného rozhodnutí z důvodu nesprávné interpretace a aplikace naposledy uvedeného ustanovení proto soud neshledat důvodnými.
86. Soud následně uvážil o okruhu žalobních námitek vztahujících se k § 7 odst. 1 písm. e) zákona o ochranných známkách.
87. Podle tohoto ustanovení lze podat námitky za následujících podmínek:
- 1) starší národní, mezinárodní nebo unijní známka požívá dobrého jména na území České republiky nebo Evropské unie;
 - 2) pozdější označení, resp. ochranná známka je shodná či podobná se starší ochrannou známkou s dobrým jménem;
 - 3) výrobky či služby pro konfliktní označení nemusí být podobné těm, pro něž je starší známka s dobrým jménem zapsána;
 - 4) užívání tohoto označení ve vztahu ke starší ochranné známce s dobrým jménem způsobuje alespoň jeden z následujících tří zásahů:
 - újma na rozlišovací způsobilosti;
 - újma na dobrém jménu;
 - **nepoctivé těžení z rozlišovací způsobilosti nebo z dobrého jména** (*tento typ zásahu tvrdil žalobce již v námitkovém řízení, v podaném rozkladu, jakož i následně v podané žalobě - pozn. soudu*);
 - 5) takové užívání je neodůvodněné, resp. bez řádného důvodu.
88. Pojem „dobré jméno“ předpokládá určitý stupeň znalosti u relevantní veřejnosti. Relevantní veřejností je veřejnost dotčená ochrannou známkou Společenství, to znamená v závislosti na výrobku nebo službě uváděné na trh, tedy buď široká veřejnost, nebo specializovanější veřejnost, například dané odborné kruhy (srov. rozsudek C-375/97 *General Motors*, bod 24). Požadovaný stupeň znalosti musí být považován za dosažený, pokud ochrannou známkou Společenství zná podstatná část veřejnosti dotčené výrobky nebo službami, na které se tato ochranná známka vztahuje (srov. rozsudek C-375/97

General Motors, bod 26). Pokud jde o územní hledisko, podmínka týkající se dobrého jména musí být považována za splněnou, pokud má ochranná známka Společenství dobré jméno v podstatné části území Společenství (srov. rozsudek C-375/97 *General Motors*, bod 28).

89. Žalobce předložil k prokázání dobrého jména svých ochranných známek řadu dokladů (srov. str. 17 prvostupňového rozhodnutí), které Úřad jednotlivě zhodnotil. Z hodnocení podle něj vyplynulo, že *„důkazní materiály sice samy o sobě představují toliko prostředky sebepropagace užívané namítajícím, které se svou povahou a prokázanou intenzitou výrazně nevymykají běžné obchodní praxi. To platí zejména pro internetové stránky namítajícího, jejichž oblíbenost je možné doložit počtem přístupů jejich návštěvníků nebo počtem stažení nabízených produktů. Tyto údaje však namítající nepředložil. Dostupné podklady nevypovídají nic o počtu spotřebitelů, kteří se s namítanou ochrannou známkou měli možnost setkat, o způsobu a intenzitě prodeje namítaných výrobků a poskytování služeb vzhledem k podmínkám relevantního trhu, ani o tom, jak jsou tyto služby koncovými spotřebiteli vnímány z hlediska kvality a spolehlivosti. Nicméně i přes tyto skutečnosti lze usuzovat na dobré jméno namítaných ochranných známek. Je totiž nesporné, že namítající vlastní síť hotelů, a to hotelů řadících se mezi hotely vyšší třídy. ... doklady prokazují užívání ochranné známky (existenci předmětných hotelů) na území Německa, dále pak na území Rakouska, Švýcarska a České republiky, což jsou čtyři státy Evropské unie, tedy teritoriální účinek je zde dostatečně prokázán.“*. Pokud jde o produkty, pro které je možno uznat dobré jméno namítaných ochranných známek, ÚPV vyhodnotil, že jde *„zejména o služby v oblasti hotelnictví, a to především poskytování ubytování a zajištění stravy. Z předložených dokladů je pak zřejmé, že se v případě hotelů namítajícího jedná jak o hotely obchodní, tak o hotely lázeňské, tím je možno dobré jméno uznat i pro pořádání konferencí a nejrůznějších akcí a kurzů, včetně lázeňské a léčebné péče.“* ÚPV dále zhodnotil, že oblast hotelnictví, v níž bylo doloženo dobré jméno namítaných ochranných známek, je značně vzdálená segmentu trhu, do něhož náleží produkty napadeného označení, navíc vyhodnotil, že *„... předložené doklady nebyly takového charakteru, aby prokázaly, že intenzita dobrého jména je abnormálně vysoká, aby asociace nastala ve vztahu k produktům a službám přihlašovatele, které nevykazují znaky příbuznosti vzhledem k výrobkům a službám namítaných ochranných známek v rozsahu, v němž tyto požívají dobrého jména.“* K otázce protiprávního těžení z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména namítaných ochranných známek, jež žalobce namítal, ÚPV zhodnotil, že žalobce *„neprokázal takovou intenzitu dobrého jména, aby bylo možno vytvořit spojení mezi jeho službami, resp. výrobky a výrobky a službami přihlašovatele, a to i přesto, že nebyly shledány podobnými ani nebyl mezi nimi shledán příbuzenský vztah. Jak již bylo uvedeno, namítající je vlastníkem sítě luxusních hotelů, kde poskytuje služby, které spotřebitel od hotelů tohoto typu očekává, tedy určitou kvalitu ubytování, stravování či dalších služeb, které jsou nad rámec nabízeny, a to např. pořádání konferencí či lázeňská péče. Spotřebitel si ale rozhodně nebude spojovat jednotlivé části vybavení hotelu, a to ať se jedná o sanitární vybavení či nábytek či koberce nebo osvětlení atd., s nabízenými výrobky či službami přihlašovatele.“* Žalovaný uvedené závěry ÚPV, aniž by podrobně přezkoumával jednotlivé důkazy, podpořil a vyšel ze zjištění, že dobré jméno namítaných ochranných známek na území Evropské unie bylo prokázáno pouze pro služby hotelové, jako je poskytování ubytování a stravování, dále pro pořádání a poskytování seminářů, kongresů, lázeňských služeb a jiných akcí. Soud konstatuje, že tomuto postupu nemá co vytknout, neboť obsah správního spisu dostatečně vypovídá o geografickém rozšíření namítaných ochranných známek, o dlouholeté tradici namítaného označení, o jeho mírném podílu na trhu – jsou

tak splněny i požadavky, které ve vztahu k prokázání dobrého jména starší ochranné známky vyslovil Soudní dvůr ve věci *General Motors*, a to právě v rozsahu, jaký vyhodnotily správní orgány, tedy pro služby hotelové jako je poskytování ubytování a stravování, pro služby v oblasti pořádání a poskytování seminářů, kongresů, lázeňských služeb a jiných podobných akcí.

90. K uvedenému soud upozorňuje, že důkazní břemeno k prokázání dobrého jména namítané ochranné známky nese namítající, což byl v daném případě žalobce. Ke konstatování existence dobrého jména tedy bylo nutné prokázat, že relevantní okruh spotřebitelů bude bez dalšího očekávat dobrou kvalitu výrobků či služeb, pokud budou označeny namítanými ochrannými známkami. Způsoby prokázání takové skutečnosti mohou být různé (např. vysoký podíl výrobků či služeb označených namítanou ochrannou známkou na relevantním trhu; hodnocení výrobků a služeb ve spotřebitelských průzkumech, v odborném tisku, apod.), nicméně musí být dostatečně spolehlivé (srov. rozsudek NSS ze dne 12. 11. 2014, č. j. 6 As 54/2013 - 128, rozsudek NSS ze dne 25. 7. 2013, č. j. 9 As 123/2012 - 136, a v nich citovanou judikaturu). V řízení o námitkách podle § 7 odst. 1 zákona o ochranných známkách je zcela na žalobci, aby tvrdil a prokázal důvody pro nezapsání napadené ochranné známky do rejstříku; naopak správní orgány nejsou povinny za žalobce tyto důvody domýšlet či *ex offio* vyhledávat skutečnosti, které by snad mohly svědčit o důvodnosti žalobcem podaných námitek.
91. Městský soud v Praze pak ve svém rozsudku ze dne 27. 10. 2015, č. j. 9 A 54/2012 - 53, judikoval, že *„rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví, který může posuzovat důvodnost uplatněných námitek pouze na základě tvrzení uplatněných namítajícím v zákonem stanovené tříměsíční lhůtě, nemůže soud označit za nezákonné na základě „nových“ tvrzení namítajícího (žalobce), která namítající v rozporu s koncentrační zásadou zakotvenou v § 25 odst. 1 a 2 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, do námitek vůbec nevčetněl, a neumožnil tak Úřadu průmyslového vlastnictví, aby se jimi ve správním řízení zabýval. Opačný postup by byl nepřipustným zasahováním do činnosti Úřadu průmyslového vlastnictví, jemuž dle zákona náleží meritorní posouzení důvodnosti (včas uplatněných) námitek, a rovněž jeho obcházením, neboť by ve výsledku přenášel rozhodovací pravomoc ve věci samé ze správního orgánu na správní soud.“*, a dále v rozsudku ze dne 20. 11. 2019, č. j. 9 A 115/2016 - 191, že *„jde-li o případ, kdy si naopak výrobky podobné jsou a vlastník starší ochranné známky prokazuje nabytí dobrého jména ochranné známky a jeho dotčení přihláškou podobného označení, je při hodnocení důkazů ke všem podmínkám zápisné (ne)způsobilosti přihlašovaného označení tím spíše zapotřebí vzít v úvahu silnější ochranu vlastníka starší ochranné známky a těžiště dokazování spatřovat v jím předložených důkazech.“*. Konkrétně v daném případě tedy bylo na vlastníku starší ochranné známky, aby prokázal, že zápis označení bude mít za následek vznik některého ze tří zásahů či dotčení - na rozlišovací způsobilosti, na dobrém jménu, nebo v určité újmě.
92. Soud souhlasí s hodnocením ÚPV a žalovaného, že v dané věci žalobcem předložené doklady nereflektují vztah mezi žalobcem a veřejností (např. návštěvnost webových stránek, ohlasy návštěvníků hotelů, účastníků kurzů či lázeňských hostů, doložené údaje o výši výdajů za propagaci, apod.), vznik asociace napadeného označení s namítanými ochrannými známkami je proto u těchto spotřebitelů nepravděpodobná. Soud souhlasí s hodnocením ÚPV a žalovaného, že předložené doklady o nestandardním zařízení žalobce nevypovídají, není proto vznik asociace s namítanými ochrannými známkami pravděpodobný ani u bývalých spotřebitelů namítaných služeb v době, kdy poptávají

napadené výrobky či služby. Soud z tohoto důvodu přisvědčil žalovanému, že voda není společným jmenovatelem všech napadených výrobků a služeb, ani nepůsobí prvotní asociaci, kterou je sice u napadených umyvadel umývání rukou či drobné přepírání, u průtokových ohřívačů ohřev vody, u vodovodních baterií pouštění vody, nýbrž chybí u keramických dlaždic pro stavby a u obkládaček, dále pak též relax ve vodní lázni nepředstavuje standardní způsob poskytování napadené služby „projekty interiérů“. Dále soud souhlasí s hodnocením žalovaného, že namítané služby hotelové, ubytovací, stravovací, lázeňské, pořádání seminářů, kurzů a jiných akcí slouží též k uspokojování jiných potřeb než v případě napadeného označení, a to k noclehu, zábavě, stravování, vzdělávání hostů a účastníků, přičemž lázeňské služby nejsou prováděny výlučně pomocí vody, nýbrž sestávají z mnoha dalších procedur na vodě nezávislých (masáže, zábaly, rehabilitace, cvičení na přístrojích atd.). Možnost, že by jednotlivé napadené výrobky a služby mohly nepoctivě těžit z rozlišovací způsobilosti namítaných ochranných známek nebo jejich dobrého jména, které bylo prokázáno pro odlehlou oblast spotřebitelského zájmu, je tudíž nepravděpodobná.

93. V této souvislosti je zcela přínosná rozhodovací praxe EUIPO, na kterou odkázala osoba zúčastněná na řízení, neboť tato praxe vylučuje úvahy o podobnosti a zaměnitelnosti zboží/služeb či propojení vjemů a paměťovou stopu spotřebitelů v situacích, kdy jde o jiný okruh a jinou tržní oblast poskytovatelů, uživatelů i distribučních kanálů.
94. Jelikož žalobcem předložené doklady mají pouze sebepropagační charakter a vypovídají o známosti namítaných ochranných známek pro oblast hotelnictví, pořádání a poskytování seminářů, kongresů, lázeňských a podobných služeb, nelze je použít jako důkazy pro prokázání tvrzeného participování osoby napadeného označení na dobrém jméně namítaných ochranných známek. Žalobce totiž nepředložil spolehlivý důkaz, že namítané ochranné známky jsou u spotřebitelů spojeny s výrobky a službami napadené ochranné známky. Jsou-li přitom námitky dle § 7 odst. 1 zákona o ochranných známkách podány z důvodu shodnosti či podobnosti se známkou, která má dobré jméno, dokládá namítající (zde žalobce), že jeho známka získala v příslušných kruzích před vznikem práva přednosti napadené přihlášky ochranné známky dobré jméno. Namítající tedy musí dokázat, že starší ochranná známka získala dobré jméno před datem podání napadené přihlášky ochranné známky a je nezbytné, aby doklady toto prokazující byly i jiného než pouze sebepropagačního charakteru, byly datovány a svědčily o délce a míře užívání ochranné známky ve vztahu k napadenému označení. Spekulace žalobce o možné asociaci uváděné ve čtvrtém žalobním bodě pak též nejsou sto prokázat jím tvrzené skutečnosti o nepoctivém těžení osoby zúčastněné z rozlišovací způsobilosti namítaných ochranných známek nebo jejich dobrého jména. Prokázání dobrého jména ochranné známky přitom nelze považovat za otázku právní, ale za otázku skutkovou. Dovolává-li se žalobce proslulosti či vžitosti namítané ochranné známky, tím spíše – při zhodnocených rozdílech mezi výrobky a službami napadené ochranné známky – nemůže předpokládat, že průměrný spotřebitel zamění výrobky a služby přihlašovatele s výrobky a službami žalobce. Ani čtvrtý žalobní bod proto není důvodný.

IX. Závěr a náklady řízení

95. Z výše uvedených důvodů dospěl Městský soud v Praze k závěru, že napadené rozhodnutí bylo vydáno v souladu se zákonem, a proto žalobu podle § 78 odst. 7 s. ř. s. jako nedůvodnou zamítl.

Shodu s prvopisem potvrzuje V. B.

96. O náhradě nákladů řízení účastníků řízení rozhodl soud dle § 60 odst. 1 věty první s. ř. s., podle něhož nestanoví-li tento zákon jinak, má účastník, který měl ve věci plný úspěch, právo na náhradu nákladů řízení před soudem, které důvodně vynaložil proti účastníkovi, který ve věci úspěch neměl. Žalobce neměl ve věci úspěch, nemá proto právo na náhradu nákladů řízení. Žalovanému správnímu orgánu, který měl ve věci úspěch, pak náklady řízení nad rámec jeho běžné administrativní činnosti nevznikly.
97. O náhradě nákladů řízení osoby zúčastněné na řízení rozhodl soud dle § 60 odst. 5 věty první s. ř. s., podle něhož osoba zúčastněná na řízení má právo na náhradu jen těch nákladů, které jí vznikly v souvislosti s plněním povinnosti, kterou jí soud uložil. Osobě zúčastněné na řízení soud náhradu nákladů řízení nepřiznal, neboť podmínky pro jejich přiznání nebyly splněny, když jí nebyla soudem uložena žádná povinnost.

Poučení:

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

Praha 31. března 2021

JUDr. Ivanka Havlíková v. r.
předsedkyně senátu