



ČESKÁ REPUBLIKA
ROZSUDEK
JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedy Mgr. Martina Kříže a soudců Mgr. Věry Jachurové a Mgr. Bc. Jana Schneeweise v právní věci

žalobkyně: **Palírna U Zeleného stromu a.s.**, IČO: 27336760
se sídlem Drážďanská 14/84, Krásné Březno, Ústí nad Labem
zastoupená advokátkou Mgr. Karin Pomaizlovou
se sídlem Novotného lávka 200/5, Praha 1

proti

žalovanému: **Úřad průmyslového vlastnictví**
se sídlem Antonína Čermáka 1057/2a, Praha 6

za účasti: **Fiala & Šebek - Visual Communications a.s.**, IČO: 27818357
se sídlem Na Hradišti 392, Klecany
zastoupena patentovou zástupkyní Ing. Marcelou Filipenskou
se sídlem Polní 302/32, Žďár nad Sázavou

o žalobě proti rozhodnutí předsedy Úřadu průmyslového vlastnictví ze dne 22. 12. 2020,
č. j. O-556592/D20041549/2020/ÚPV

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

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

1. Žalobou podanou k Městskému soudu v Praze se žalobkyně domáhala zrušení rozhodnutí uvedeného v záhlaví tohoto rozsudku (dále jen „napadené rozhodnutí“), kterým byl zamítnut rozklad žalobkyně a současně potvrzeno rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví (dále jen „Úřad“) ze dne 26. 3. 2020, č. j. O-556592/D19108842/2019/ÚPV o zamítnutí přihlášky slovní ochranné známky ve znění „LEGIONÁŘ“, zn. sp. O-556592 na základě námitek podaných společnostmi Fiala & Šebek - Visual Communications a.s. (dále též „osoba zúčastněná na řízení“ či „namítající“) uplatněných podle § 7 odst. 1 písm. b) 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, (zákon o ochranných známkách), v platném znění (dále též jen „ZOZ“).

II. Dosavadní průběh řízení a napadené rozhodnutí

2. Žalobkyně podala dne 14. 6. 2019 přihlášku slovní ochranné známky č. 556592 ve znění „LEGIONÁŘ“ (dále jen „přihlašované označení“ či „přihláška ochranné známky“), a to pro následující seznam výrobků a služeb zařazených do těchto tříd podle mezinárodního třídění výrobků a služeb:

(33) *alkoholické nápoje (s výjimkou piva), alkoholové výtažky, alkoholové trestí, přípravky k výrobě alkoholických nápojů, vína, lihoviny, likéry, destilované nápoje, aperitivy, koktejly a energetické nápoje obsahující alkohol, rum;*

(35) *propagační činnost, reklama, pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní administrativa, kancelářské práce, zprostředkování obchodu s alkoholickými nápoji pro třetí strany, maloobchodní prodej alkoholických nápojů s výjimkou piva, velkoobchodní prodej alkoholických nápojů s výjimkou piva.*

3. Přihláška byla zveřejněna dne 24. 7. 2019. Namítající podal dne 2. 10. 2019 námitky proti zápisu přihlašovaného označení z důvodu starší namítané slovní ochranné známky č. 340577, ve znění „Legionář“ (dále jen „namítaná ochranná známka“), která byla do rejstříku zapsána dne 17. 9. 2014 s právem přednosti ze dne 13. 2. 2014 pro následující výrobky a služby zařazené do těchto tříd podle mezinárodního třídění výrobků a služeb:

(32) *piva všeho druhu, nealkoholická piva, piva s ovocnou příchutí, minerální vody, šumivé nápoje a jiné nealkoholické nápoje, sirupy a jiné přípravky na výrobu nealkoholických nápojů, ovocné a zeleninové šťávy jako nápoje nebo na výrobu nealkoholických nápojů;*

(35) *pomoc při řízení obchodní činnosti, obchodní administrativa, kancelářské práce, zprostředkovatelská činnost v oblasti obchodu s výrobky ve třídě 32, šíření a distribuce vzorků a reklamních předmětů, reklama, propagace a inzerce všemi druhy médií, výstavní akce reklamního a obchodního charakteru, maloobchodní a velkoobchodní prodej a zprostředkování v oblasti nákupu a prodeje zboží včetně prodeje prostřednictvím Internetu s výrobky ve třídě 32;*

(43) *hostinská činnost, bary (služby), bufety a cukrárny (služby), kavárny, restaurace, ubytovací služby (hotely, penziony), služby motelů v rámci této třídy, turistické noclehárny, zprostředkovatelská a obstaravatelská činnost v uvedených oblastech.*

4. Úřad rozhodnutím ze dne 26. 3. 2020, č. j. O-556592/D19108842/2019/ÚPV námitkám osoby zúčastněné na řízení vyhověl a přihlášku ochranné známky v celém rozsahu zamítl. Proti tomuto rozhodnutí žalobkyně podala rozklad, jímž brojila proti zamítnutí přihlášky ochranné známky pro přihlašované výrobky ve třídě (33).

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

5. V odůvodnění napadeného rozhodnutí předseda Úřadu konstatoval, že se přihlašovatel neztotožnil s posouzením rozlišovací způsobilosti namítané ochranné známky, podobnosti přihlašovaných výrobků ve třídě (33) s výrobky a službami chráněnými namítanou ochrannou známkou a z toho vyplývající pravděpodobnosti záměny přihlašovaného označení s namítanou ochrannou známkou. Rozkladové námitky se netýkaly posouzení námitek podaných podle § 7 odst. 1 písm. a) ZOZ. Zároveň nebyla rozporována shledaná shoda přihlašovaného označení s namítanou ochrannou známkou ani shoda či podobnost přihlašovaných služeb ve třídě (35) mezinárodního třídění výrobků a služeb v rámci posouzení námitek podaných podle § 7 odst. 1 písm. b) citovaného zákona.
6. Předseda Úřadu v odůvodnění napadeného rozhodnutí k porovnání přihlašovaného označení s namítanou ochrannou známkou podotkl, že přihlašované označení „LEGIONÁŘ“ je přihlášeno ve slovní podobě bez jakýchkoli grafických či obrazových prvků. Namítaná ochranná známka ve znění „Legionář“ je zapsána ve slovní podobě. Rozdíl ve velikosti písmen je nerozhodný, neboť slovní označení je možné užívat v jakékoli podobě, která se od podoby, ve které byla ochranná známka zapsána, liší prvky neměnicími její rozlišovací způsobilost. Konstatoval, že porovnávaná označení jsou tvořena shodným slovním prvkem, což ostatně nikdo nerozporoval.
7. Jelikož žalobkyně v rozkladu napadla pouze shledanou podobnost mezi přihlašovanými výrobky a namítanými výrobky a službami, zabýval se předseda Úřadu pouze přezkumem podobnosti výrobků přihlášených ve třídě (33) mezinárodního třídění výrobků a služeb s výrobky zapsanými pro namítanou ochrannou známkou ve třídě (32) mezinárodního třídění výrobků a služeb a službami zapsanými pro namítanou ochrannou známkou ve třídě (43).
8. K porovnání výrobků přihlašovaných ve třídě (33) s výrobky chráněnými namítanou ochrannou známkou ve třídě (32) předně uvedl, že není relevantní, pro jaké výrobky a služby jsou dotčená označení skutečně užívána, ale pro jaké výrobky a služby jsou vedeny v rejstříku. Srovnání výrobků a služeb nelze omezit na porovnání jediných položek seznamů, *piva* a *rumu*, jak učinila žalobkyně, ale je třeba brát na zřetel i ostatní položky seznamů. Konstatoval, že přihlašované i namítané výrobky lze zařadit do široké oblasti nápojů, které do společné skupiny výrobků řadí jejich podobné vlastnosti a především účel, za kterým jsou konzumovány. Ve vztahu k balení produktů naopak přisvědčil namítající, že forma jejich balení není pro posouzení podobnosti výrobků zásadní. Otázku typu uzávěrů a materiálu obalů shledal pro hodnocení podobnosti výrobků nerozhodnou. Žalobkyní předložený průzkum „vnímání a hodnocení vybraných typů nápojů“ zhodnotil jako účelový a s odkazem na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 22. 1. 2014, č. j. 2 As 127/2012-4 jej považoval za zcela irelevantní k prokázání tvrzení žalobkyně, resp. k hodnocení podobnosti výrobků z hlediska známkoprávního. K otázce místa prodeje pak na základě žalobkyní předložených schémat s fotografiemi deseti prodejen velkých prodejců zhodnotil, že nelze vyloučit, že se porovnávané výrobky označené shodným názvem „LEGIONÁŘ/Legionář“ mohou na prodejních místech vyskytnout ve své blízkosti. Současně vyzdvihl, že z předložených schémat je patrné, že v šesti případech byly uvedené výrobky prodávány vedle sebe, byť v oddělených regálech. Naopak nedostatečným shledal odkaz Úřadu v prvostupňovém rozhodnutí na prodej pálenek pocházejících z piva, neboť se jedná o raritní výrobu. Shodné prodejní místo lze nicméně předpokládat u přihlašovaných výrobků (*alkoholové výtazky, alkoholové tresti, přípravky k výrobě alkoholických nápojů*) a namítaných výrobků (*sirupy a jiné přípravky na výrobu nealkoholických nápojů, ovocné a*

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

zeleninové šťávy na výrobu nealkoholických nápojů), kdy obě tyto skupiny výrobků jsou určeny k přípravě nápojů.

9. Předseda Úřadu se rovněž neztotožnil s argumentací poukazující na zákaz společného prodeje výrobků na stáncích a v kioscích s odkazem na § 11 odst. 1 a 2 písm. e) a g) a § 14 zákona č. 65/2017 Sb., o ochraně zdraví před škodlivými účinky návykových látek (dále jen „zákon č. 65/2017 Sb.“). S odkazem na § 14 odst. 2 zákona č. 65/2017 Sb., uvedl, že v explicitně uvedených případech (farmářské trhy, slavnosti, kulturní akce apod.) je společný prodej povolen. Mezi přihlašované výrobky náleží nejen destiláty, ale i jiné alkoholické nápoje a vína, jejichž prodej je podroben stejným pravidlům jako prodej piva, což je jedna z položek namítaných výrobků. Uzavřel, že některé z přihlašovaných výrobků určené k přímé konzumaci [*alkoholické nápoje (s výjimkou piva), vína, lihoviny, likéry, destilované nápoje, aperitivy, koktejly, energetické nápoje obsahující alkohol, rum*] mohou být prodávány společně s některými z namítaných výrobků (*piva všeho druhu, nealkoholická piva, piva s ovocnou příchutí, minerální vody, šumivé nápoje a jiné nealkoholické nápoje, ovocné a zeleninové šťávy jako nápoje*).
10. Co se týče komplementarity, předseda Úřadu vycházel z definice „komplementárních produktů“ podané SDEU v rozsudku ve věci C-196/06 P ve věci „COMP USA“ ze dne 9. 3. 2007, podle něhož *jsou výrobky a služby komplementární, je-li mezi nimi úzká vazba v tom smyslu, že jeden výrobek či služba jsou nutné nebo důležité pro užívání druhého výrobku či služby*. Shodnou definici poskytl Tribunál i v rozsudku T-175/06 ve věci „MEZZOPANE“ ze dne 18. 6. 2008, v jehož rámci odmítl přiznat komplementaritu vínu a pivo. S ohledem na shora citovaný judikaturní právní rámec předseda Úřadu korigoval závěr obsažený v prvostupňovém rozhodnutí, kde Úřad vycházel chybně z toho, že komplementaritu výrobků je možné dovodit z jejich vzájemného možného či příležitostného mísení při přípravě nápojů (koktejlů).
11. Naopak předseda Úřadu nepřisvědčil odvolacím námitkám ve vztahu k absenci konkurence porovnávaných výrobků. V tomto směru přisvědčil prvostupňovému rozhodnutí, kdy mezi přihlašovanými výrobky *alkoholické nápoje (s výjimkou piva), vína, lihoviny, likéry, destilované nápoje, aperitivy, koktejly, energetické nápoje obsahující alkohol, rum* a namítanými výrobky *piva všeho druhu, nealkoholická piva, piva s ovocnou příchutí, minerální vody, šumivé nápoje a jiné nealkoholické nápoje, ovocné a zeleninové šťávy jako nápoje* existuje konkurenční vztah. Zmínil, že žalobkyně vycházela pouze z úvahy, že pivo je nápoj s nižším obsahem alkoholu, a tudíž vstupuje do konkurenčního vztahu pouze s víny, případně vinnými stříky. Opomněla však velkou skupinu piv, která se vyznačuje vyšším obsahem alkoholu (20 % obsahu), kdy tato mohou konkurovat koktejlům, neboť je spotřebitel konzumuje za stejným účelem či obdobným účelem, a to navodit pocit radosti a uvolnění. K argumentaci, že se *rum* pije jako pochutina, zatímco *pivo* se konzumuje primárně za účelem utišení žízně, předseda Úřadu vyzdvihl, že toto porovnání se vztahuje pouze ke dvěma položkám ze seznamu dotčených výrobků (*rum a pivo*). Dodal, že i některé z přihlašovaných výrobků slouží k utišení žízně, řadí se mezi ně *alkoholické nápoje (s výjimkou piv)*, mezi které patří např. cidery, ale i vinné stříky, jejichž nedílnou součástí je *víno, koktejly a energetické nápoje s obsahem alkoholu*. Proti tomu i *pivo* bývá konzumováno z důvodu společenského, obzvláště jedná-li se o *pivo* s vyšším obsahem alkoholu.
12. Předseda Úřadu rovněž přisvědčil odvolací námitce žalobkyně, že se Úřad v prvostupňovém rozhodnutí nevypořádal s argumentem, že spotřebitel je velmi dobře obeznámen s technologií výroby *rumu* a *piva*, a tudíž jejich původ nezamění. Současně však ozřejmil, že

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

původ porovnávaných výrobků nemá na vliv na posouzení eventuální podobnosti. Pro spotřebitele je stěžejní výsledek, nikoli postup výroby. Zároveň však nelze úvahu omezit pouze na výrobu *piva* a *rumu*. K aspektu ceny (rozdíly *rum* vs. *pivo*) přihlédl v celkovém posouzení podobnosti výrobků, přičemž dodal, že cenové rozpětí se pohybuje od několika desítek korun po tisícové částky, což spotřebitel bezpochyby zaznamená, nicméně seznam porovnávaných výrobků zahrnuje mnohem širší sortiment nápojů, než který zmiňuje žalobkyně (*rum* a *pivo*).

13. Porovnávané výrobky byly zkoumány z několika hledisek, a to z hlediska jejich podstaty, místa prodeje, komplementarity a konkurenčního charakteru, účelu, obsahu, původu a ceny.
14. V souhrnu byly porovnávané výrobky shledány podobnými jak z hlediska jejich společného zařazení mezi nápoje, tak jim byl přiznán konkurenční vztah s ohledem na shodný účel jejich konzumace odvíjející se od množství alkoholu, které tyto výrobky obsahují. Současně mohou být nabízeny na stejných prodejních místech, a nelze proto vyloučit, že se spotřebitel setká na jednom místě s rozličnými výrobky se shodným označením „LEGIONÁŘ/Legionář“.
15. Naopak mezi porovnávanými výrobky nebyl shledán vztah komplementarity. Jejich podobnost oslabuje i různá cena dotčených výrobků oscilující v poměrně širokém cenovém rozmezí. Původ výrobků, resp. způsob jejich výroby nebyl z hlediska spotřebitele hodnocen jako rozhodný. Předseda Úřadu kladl důraz na aspekt týkající se vlastního zařazení přihlašovaných výrobků [*alkoholické nápoje (s výjimkou piva), vína, lihoviny, likéry, destilované nápoje, aperitivy, koktejly, energetické nápoje obsahující alkohol, rum*] a namítaných *piv* mezi alkoholické nápoje. Množství alkoholu přitom není stěžejní, neboť rozptýl obsahu alkoholu je velmi široký. V porovnávaných seznámech výrobků se vyskytují podskupiny, které jsou s ohledem na obsah alkoholu konkurenční, a účel jejich konzumace se tak shoduje. Jednotlivé aspekty podobnosti výrobků tak převážily nad okolnostmi, které svědčily spíše o jejich odlišném charakteru.
16. Předseda Úřadu přihlédl k dosavadní rozhodovací praxi, zohlednil závěry, ke kterým dospěl při posuzování podobných kauz (rozhodnutí předsedy Úřadu zn. sp. O-539767 ve věci „HOLBA Praděk“ ze dne 24. 6. 2019), jakož i rozhodovací praxi Nejvyššího správního soudu (rozsudek č. j. 8 Ca 370/2008-41-46 ve věci „PRADĚK“ ze dne 25. 1. 2011) a Tribunálu (např. rozsudek T - 276/09 ve věci „Yakult“ ze dne 21. 6. 2012 a rozsudek T-536/12 ve věci „aroa“ ze dne 11. 9. 2014). Tribunál v rozsudku T-276/09 (bod 26) uvedl (...) „*alkoholické nápoje (s výjimkou piva)*“ *přihlašované pro napadené označení „Yakult“, které zahrnují cider, likéry a vína, a „piva“ zapsané pro namítanou ochrannou známku „Yakult“ jsou podobné vzhledem k tomu, že „alkoholické nápoje (s výjimkou piva)“ patří do širší skupiny alkoholických nápojů, které jsou určeny široké veřejnosti. Přihlašované výrobky shledal podobnými v nízkém stupni s výrobky chráněnými namítanou ochrannou známkou.*
17. K porovnání výrobků přihlašovaných ve třídě (33) se službami chráněnými namítanou ochrannou známkou ve třídě (43) konstatoval, že přihlašované výrobky jsou bezpochyby součástí sortimentu, který stravovací provozy [*hostinská činnost, bary (služby), bufety a cukrárny (služby), kavárny, restaurace*] poskytují. Lze důvodně předpokládat, že pokud by restauratér či provozovatel baru ve svém podniku s názvem „Legionář“ nabízel *rum* či jiný alkoholický nápoj s totožným názvem, mohlo by to u spotřebitelů vyvolat mylný dojem, že nabízený produkt pochází z vlastních zdrojů poskytovatele gastronomických služeb. Zmínil rozšířený trend značkových restaurací, v nichž výrobce nabízí v základu vlastní sortiment

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

(např. *piva*) doplněný o další produkty, jídlo, destiláty a podobně a často v takových podnicích pořádá degustační a jiné tematické akce.

18. K rozlišovací způsobilosti namítané ochranné známky a pravděpodobnosti záměny přihlašovaneho označení s namítanou ochrannou známkou předseda Úřadu dále konstatoval, že posouzení míry rozlišovací způsobilosti použitého prvku „legionář“ je zcela zásadní pro následné hodnocení pravděpodobnosti záměny porovnávaných označení. Slovní prvek „legionář“ posoudil jako prvek běžné slovní zásoby označující vojáka (původně římského, následně příslušníka francouzské cizinecké legie a také příslušníka jednotek zahraničního odboje Čechů a Slováků za 1. světové války). Předseda úřadu korigoval v napadeném rozhodnutí závěr Úřadu, že spotřebitelé mohou vlastnosti spjaté s prvkem „legionář“, jako je bojovnost, drsnost a odvaha, přisuzovat dotčeným výrobkům a službám, resp. že tyto mohou napovídat, jakému okruhu spotřebitelů jsou určeny („správným mužům“). Tyto úvahy nebyly Úřadem ničím podloženy a neodpovídají způsobu užívání výrazu „legionář“ v běžném jazyce. Dále připustil, že stoleté výročí vzniku Československa z marketingového hlediska představovalo vhodnou příležitost, kdy se termín „legionář“ dal výhodně využít, avšak to samo o sobě neubírá prvku na rozlišovací způsobilosti. Z hlediska známkoprávního se jednalo o jednorázovou akci, která jako taková neměla dlouhodobý efekt na vnímání pojmu „legionář“ ze strany spotřebitelů, potažmo neměla vliv na případnou ztrátu či oslabení jeho rozlišovací způsobilosti.
19. Předseda Úřadu se naopak neztotožnil s názorem o laudatorním charakteru užitého slovního prvku pro dotčené výrobky. Podotkl, že pojem „legionář“ je širokou veřejností vnímán ve významu „vojenském“, ve vztahu k československým legiím bojujícím v 1. světové válce. V přeneseném slova smyslu se termín „legionář“ bez dalších pochybností neužívá. Skutečnost, že pět výrobců piva dodává na trh pivo pod názvem „Legionář“ či jemu podobným, nepředstavuje dostatečný počet pro to, aby užitý název ztratil svou rozlišovací způsobilost, a spotřebitelé jej proto začali vnímat jako popisný či laudatorní pro dané výrobky. Předseda Úřadu uzavřel, že slovní prvek „legionář“ má dostatečnou míru rozlišovací způsobilosti pro přihlašované výrobky i výrobky a služby zapsané pro namítanou ochrannou známku.
20. K hodnocení pravděpodobnosti záměny, resp. pravděpodobnosti asociace mezi porovnávanými označeními shrnul, že byly naplněny oba základní předpoklady, tj. jejich shodnost a současně podobnost výrobků a služeb. Slovní prvek „legionář“ disponuje ve vztahu k dotčeným výrobkům a službám dostatečnou rozlišovací způsobilostí. Přihlašované označení je shodné s namítanou ochrannou známkou. Přihlašované výrobky ze třídy (33) byly z důvodů výše uvedených shledány v nízké míře podobné s výrobky a službami chráněnými namítanou ochrannou známkou. Předseda Úřadu podotkl, že průměrný spotřebitel konfliktních výrobků a služeb by si mohl dát napadené označení „LEGIONÁŘ“ do souvislosti s namítanou ochrannou známkou „Legionář“, čímž by u něj mohla být vyvolána nejistota o původu takto označených konfliktních výrobků a služeb. Nepřisvědčil tak ani odvolací námitce, že *„spotřebitelé nebudou očekávat pod shodným názvem „LEGIONÁŘ/Legionář“ výrobky od stejného výrobce, neboť není zvykem, že by producenti piva či vína zároveň dodávali na trh lihoviny, zejména rum“*, a to s ohledem na to, že takovouto možnost nelze vyloučit.
21. S ohledem na zjištěný nízký stupeň podobnosti napadených výrobků s namítanými výrobky a službami předseda Úřadu přistoupil k aplikaci kompenzační zásady vyjádřené mimo jiné v rozhodnutí SDEU C-39/97 ve věci *Canon Kabushiki Kaisha v. Metro-Goldwyn-Mayer* ze dne 29. 9. 1998, tj. že (...) *celkové posouzení pravděpodobnosti záměny zahrnuje vzájemnou závislost*

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

mezi relevantními faktory, především podobnost mezi označeními, resp. ochrannými známkami, a výrobky a službami. Menší podobnost mezi výrobky a službami může být kompenzována větším stupněm podobnosti mezi označeními, resp. ochrannými známkami a naopak. V tomto konkrétním případě menší podobnost mezi napadenými výrobky a namítanými výrobky a službami vyvažuje shodnost porovnávaných označení.

22. Závěrem předseda Úřadu konstatoval, že Úřad své závěry dostatečně a logicky odůvodnil, přičemž při hodnocení podobnosti, resp. shody označení a podobnosti kolizních výrobků a služeb vycházel ze standardně uplatňovaných kritérií, tj. hledisek vizuálního, fonetického, významového, jakož i z hlediska celkového dojmu; k tomu odkázal na stranu 6 a 7 prvostupňového rozhodnutí. Zdůraznil, že při posouzení oprávněnosti námitek uplatněných podle ustanovení § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ Úřad vychází zejména z rejstříkového stavu, tedy z údajů o přihlašovaném označení a namítané ochranné známce, které jsou uvedeny v oficiálních rejstřících. Předseda Úřadu hodnocení a závěry vyplývající z předložených důkazů doplnil, a to s ohledem na jejich stručnost v prvostupňovém rozhodnutí.

III. Žaloba

23. Žalobkyně konstatovala, že předseda Úřadu postupoval nesprávně, pokud při porovnávání zboží a služeb přehlédl specifikace zboží, jak jsou uvedeny v přihlášce pro třídu (33). Dále neprovedl srovnání zejména pro kategorii *rum* ve třídě (33) a řádně nerozhodl o jejím alternativním návrhu. V případě rumu měl rozhodnout o odlišnosti, současně pak u rozlišovací způsobilosti označení „legionář“ přehlédl racionální argumenty a důkazy předložené žalobkyní. Odůvodnění napadeného rozhodnutí žalobkyně považuje za nedostatečné, protože správní orgán se s předloženými důkazy vypořádal pouze selektivně, přičemž v rámci dílčích kategorií třídy (33) odůvodnění zcela absentuje. Napadené rozhodnutí je nepřezkoumatelné, neboť jeho odůvodnění je nedostatečné.
24. Žalobkyně v žalobě uplatnila čtyři žalobní námitky.
25. V prvním žalobním bodě namítla, že žalovaný nesprávně posoudil otázku rozlišovací způsobilosti označení „legionář“. Žalobkyně setrvala na svém závěru, že slovo „legionář“ má laudatorní charakter. Odkázala na rozsudek rozšířeného senátu Nejvyššího správního soudu ze dne 11. 10. 2016, č. j. 2 As 96/2015-59 s tím, že první notoricky známou asociací tohoto slova je voják, tj. příslušník vojenských legií. Ve vztahu k jednorázové akci výročí vzniku Československa poukázala na každoroční státní svátek 28. 10. Žalobkyně dále konstatovala, že obrat „legionář“ se v českém prostředí vyskytuje velmi často. Poukázala na běžné užívání slova „legionář“ pro označení piv. Pokud ze strany Úřadu byla shledána velmi nízká míra podobnosti co do porovnávaného zboží a služeb, nelze označení s nedostatečnou mírou rozlišovací způsobilosti brát za adekvátní pro kompenzační princip v rámci celkového posouzení.
26. V druhém žalobním bodě žalobkyně namítla, že žalovaný rozhodl v rozporu s § 7 odst. 1 písm. b) ve spojení s § 26 odst. 4 ZOZ a s ustálenou rozhodovací praxí (ve smyslu rozsudku SDEU z 29. 9. 1998, C-39/97, *Canon*, EU:C:1998:442, § 29), pokud nesprávně posoudil přihlášené zboží ve třídě (33) a namítané zboží ve třídě (32) a služby ve třídě (43) jako podobné.
27. Předseda Úřadu pochybil, jestliže nezohlednil skutečnost, že zatímco přihlášené zboží ve třídě (33) spojuje obsah alkoholu obecně, velká část zboží zapsaného ve prospěch namítané

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

ochranné známky ve třídě (32) je bez obsahu alkoholu. Nesprávně *en bloc* uzavřel, že nápoje s obsahem alkoholu jsou podobné nápojům bez obsahu alkoholu. Liší se povaha dotčených výrobků, jejich obsah a zejména účel a způsoby jejich užití na straně relevantní veřejnosti. Zatímco nealkoholické nápoje jsou konzumovány i ve velkém množství a zejména za účelem utišení žízně, nápoje s obsahem alkoholu lidé konzumují v omezenější míře, při společenských událostech a výjimečně také při jídle. Nealkoholické nápoje se neprodávají na stejných místech jako nápoje alkoholické.

28. Za notoriety pak žalobkyně označila, že bez ohledu na velikost příslušného obchodu či jeho stavební uspořádání platí určitá forma systematického členění regálů tak, aby došlo k odlišení alkoholických a nealkoholických a dalších poddruhů nápojů. Tyto kategorie se z pohledu zákazníka nevyskytují na stejném místě, nýbrž v odlišných regálech či odděleních obchodu. Jasně odlišení je patrné i v případě všech obchodů, jež žalobkyně předložila ke srovnání, avšak předseda Úřadu se s touto okolností nevypořádal. Poukázala dále na zákaz konzumace alkoholu v zaměstnání, při obsluze dopravních prostředků a osobami mladšími 18 let, dále upozornila na omezení co do místa prodeje alkoholických nápojů. Též namítla, že alkoholické nápoje si s nealkoholickými nekonkurují, a to především díky odlišnosti účelu (cíle) jejich konzumace. Úřad měl nejprve vyčlenit ze srovnání skupinu nealkoholických nápojů zapsaných v rámci namítaného zboží ve třídě (32) a tu prohlásit za zjevně nepodobnou přihlašovanému zboží ve třídě 33. Uvedené žalobkyně podpořila odkazem na rozsudek Tribunálu z 18. 6. 2008, T-175/06, *MEZZOPANE*, EU:T:2008:212).
29. Předseda Úřadu dle názoru žalobkyně též pochybil v závěru o porovnání zbytku namítaného zboží ve třídě (32) s obsahem alkoholu (*piva všeho druhu*) s přihlašovaným zbožím ve třídě (33). Žalobkyně setrvala na svém závěru, že *piva všeho druhu* nejsou podobná *alkoholickým nápojům (s výjimkou piva)*. Tyto nápoje sice spojuje obsah alkoholu obecně, avšak veškeré ostatní charakteristiky k posouzení jsou odlišné: charakteristika porovnávaného zboží, výrobní ingredience či způsob výroby jsou naprosto odlišné, zásadním způsobem se liší obsah alkoholu, způsob a účel užití, distribuční kanály. *Pivo a alkoholické nápoje (s výjimkou piva)* si ani vzájemně nekonkurují, ani se nenahrazují. Předseda Úřadu rovněž nevzal v potaz specifika teritoria (Česká republika jako silně „pivní“ oblast), pro něž je známka přihlašována a na něž se vztahuje namítaná ochranná známka a současně pouze převzal argumentaci namítající ohledně irelevance obalu, v němž je zboží uváděno na trh. Podotkla, že *alkoholové výtažky a alkoholové tresti* jsou specializované produkty s vysokou koncentrací, jež se prodávají v malých lahvičkách a v sekci obchodů pro pečení či ve specializovaných prodejnách. Stejně jako v případě srovnání nápojů s obsahem alkoholu, i v případě srovnání *piva* ve třídě (32) a celou obecnou kategorií *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* ve třídě (33) platí, že jsou prodávány ve zřetelně oddělených regálech obchodů a v případě nabídky v restauraci jsou nabízeny v oddělených sekcích menu. Závěrem pak poukázala na odlišnost porovnávaného zboží v případě prodeje v restauraci, kdy *pivo* se čepuje, naproti tomu veškeré alkoholické nápoje ve třídě (33) se nalévají do sklenic přímo z lahví.
30. K nesprávnému závěru o podobnosti zboží ve třídě (33) a služeb ve třídě (43) žalobkyně namítla, že přihlášené zboží ve třídě (33) je na první pohled zcela odlišné od části namítaných služeb ve třídě (43) (...) *ubytovací služby (hotely, penziony), služby motelů v rámci této třídy, turistické noclehárny, zprostředkovatelská a obstaravatelská činnost v uvedených oblastech*. Dotčené zboží ve třídě (33) a tato část služeb ve třídě (43) se zjevně liší ve všech ohledech posouzení ať už co do charakteru, očekávaného obchodního původu i distribučních kanálů;

dotčené zboží a dotčená část namítaných služeb vzájemně nejsou v konkurenci už svou užitnou hodnotou pro spotřebitele (zboží vs. služby), tržně se nestřetávají a ani nejsou vzájemně komplementární. I v případě porovnání zboží ve třídě (33) a zbývající části služeb ve třídě (43) – *hostinská činnost, bary (služby), bufety a cukrárny (služby), kavárny, restaurace, (...)*, je třeba dospět k závěru o odlišnosti takto porovnávaného zboží a služeb.

31. Žalovaný též nedostatečně reflektoval specifika dílčích druhů zboží přihlášeného ve třídě (33); zejména pak *rumu*. Své rozhodnutí nesprávně založil a zdůvodnil pouze na celé široké skupině *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* a vůbec neprovedl srovnání v případě specifikovaných druhů, hlavně pak *rumu*. Výsledkem je nesprávný závěr o podobnosti, který je však zdůvodněn jen ve vztahu k širší kategorii, k *rumu* vůbec.
32. Ve třetím žalobním bodě žalobkyně brojila proti postupu předsedy Úřadu, který v napadeném rozhodnutí v rozporu s § 26 odst. 4 věta druhá ZOZ zamítl přihlášku i ve třídě (33) pro *rum* a s alternativním návrhem žalobkyně se vůbec nevypořádal. Žalovaný se zabýval jen porovnáním zboží ve třídě (32) s obecnou kategorií *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)*, a nezohlednil tak úplné znění přihlášky. Proti nesprávnosti takového postupu žalobkyně dále brojila s ohledem na *rum*, byť se podle ní totožné uplatní i s ohledem na další kategorie alkoholických nápojů specificky přihlášených ve třídě (33). Vyčlenění zboží *rum* ze skupiny ostatních přihlášených *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* žalovaný opomněl a nezabýval se jím. V odůvodnění žalobkyni pouze vytkl, že se ve své argumentaci soustředí právě na odlišnosti *rumu* od *piva všeho druhu*, byť přihláška směřuje ve třídě (33) k širší skupině zboží. Postup žalovaného je dle žalobkyně v rozporu s rozhodovací praxí, konkrétně s rozhodnutími EUIPO č. 3078/2000, z 15. 12. 2000, *CARIBBEAN CLUB v. CARIBBEAN TWIST*, EUIPO č. 2298/2000 z 2. 10. 2000 *Aspera v. Apsara* a EUIPO č. 90/1999 z 4. 3. 1999 *Smirnoff v. Koff*. Pro tuto část rozhodnutí chybí odůvodnění, neboť důvody přijaté s ohledem na širší kategorii *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* nelze bez dalšího vztáhnout i na porovnání v užším páru *pivo - rum*. Při porovnání zboží je totiž zásadní rozdíl, pokud je porovnáváno *pivo všeho druhu* ve třídě (32) a skupina *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* ve třídě (33) jako celek anebo pokud je porovnáváno *pivo všeho druhu* ve třídě (32) a *rum* ve třídě (33).
33. Ve čtvrtém žalobním bodě namítla žalobkyně absenci vypořádání se s argumentací a důkazním materiálem, jež předložila ve správním řízení. Předseda Úřadu se s nimi vypořádal jen selektivně, zásadní části přehlédl. Napadené rozhodnutí v rozporu s § 68 odst. 1 a 3 správního řádu neobsahuje odpovídající odůvodnění, a to přinejmenším s ohledem na část rozhodnutí, jež zamítá přihlášku i co do části přihlašovaného zboží ve třídě (33) – *rum*.

IV. Vyjádření žalovaného

34. Žalovaný navrhl, aby soud žalobu jako nedůvodnou zamítl. Ve vyjádření k žalobě předně poznamenal, že přihlašované výrobky porovnal vůči všem namítaným výrobkům a službám. V napadeném rozhodnutí zanalyzoval porovnávané výrobky z hlediska jejich povahy, účelu, způsobu užití, místa prodeje, vzájemné komplementarity a konkurence.
35. Nepřisvědčil přitom žalobní argumentaci, v níž se žalobkyně snaží oddělit namítané nealkoholické výrobky ve třídě (32) od kategorie *piva všeho druhu*, přestože obě tyto skupiny výrobků jsou shodně chráněny namítanou ochrannou známkou. Dodal, že pouhá nízká podobnost přihlašovaných výrobků, byť i s jednou kategorií namítaných výrobků (v projednávaném případě zejména *piva všeho druhu*) spolu s nespornou shodností kolizních označení postačuje ke shledání existence nebezpečí záměny.

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

36. K argumentaci, kterou žalobkyně zpochybňuje závěr o tom, že se porovnávané výrobky prodávají na stejných místech, odkázal na stranu 25 až 26 napadeného rozhodnutí. Zdůraznil, že rozhodné je to, že všechny alkoholické nápoje jsou obvykle nabízeny společně v sekci alkoholických nápojů. Nelze tedy vyloučit, že na oddělení s pivem navazuje oddělení cidrů, vín a destilátů, tedy ostatních alkoholických nápojů.
37. Žalovaný dále konstatoval, že většina dotčených výrobků je obvykle prodávána v restauracích, kde jsou výrobky uvedeny na tabuli nebo v nápojovém lístku. V takovém případě se budou výrobky vyskytovat v těsné blízkosti a spotřebitel při studiu nápojového lístku či nabídkové tabule snadno podlehne přesvědčení, že pivo Legionář a víno/likér/rum/jiný alkoholický nápoj LEGIONÁŘ mají stejný obchodní původ právě proto, že se jedná o shodně označené alkoholické nápoje nabízené vedle sebe. Oddělení výrobků je činěno z důvodu přehlednosti a pohodlí spotřebitele a nikoli z důvodu absence jejich podobnosti. Dodal, že shodné místo prodeje lze rovněž předpokládat u přihlašovaných výrobků *alkoholové výtažky, alkoholové trestí, přípravky k výrobě alkoholických nápojů* a namítaných výrobků *sirupy a jiné přípravky na výrobu nealkoholických nápojů, ovocné a zeleninové šťávy na výrobu nealkoholických nápojů*, neboť tyto skupiny výrobků se obvykle prodávají ve specializovaných prodejnách, příp. odděleních velkých obchodů zaměřených na přípravu nápojů.
38. Žalovaný v zásadě souhlasil s tím, že nealkoholické nápoje plní jiný účel než nápoje alkoholické, přičemž tyto kategorie si nekonkurují, avšak z porovnání přihlašovaných a namítaných výrobků vyplývá, že mezi namítanými výrobky je i kategorie *piva všeho druhu*, tedy nápojů alkoholických.
39. Zopakoval argumentaci obsaženou v napadeném rozhodnutí, že konzumace či nákup *piva* má dva účely a podotkl, že „víceúčelovost“ *piva* nemůže vést k závěru, že *pivo* není podobné *rumu* z důvodu odlišného účelu, jelikož jeden z účelů konzumace *piva* se s účelem konzumace *rumu* shoduje (tedy navození pocitu radosti a uvolnění zejména na společenských událostech).
40. K poukazu žalobkyně na rozsudek Tribunálu z 18. 6. 2008 T-175/06, *MEZZOPANE*, EU:T:2008:212 v rámci argumentace, že nealkoholické nápoje nejsou podobné nápojům alkoholickým, odkázal na stranu 31 až 32 napadeného rozhodnutí, v němž byl kladen důraz na to, že přihlašované výrobky a namítaná kategorie *piva všeho druhu* patří mezi alkoholické nápoje. Závěr o podobnosti přihlašovaných a namítaných výrobků v nízké míře opřel o skutečnosti, že se jedná o alkoholické nápoje. Citovaný rozsudek věnující se nepodobnosti nealkoholických a alkoholických nápojů shledal nepřiléhavým, jelikož namítané nealkoholické nápoje nebyly pro shledání závažné podobnosti dotčených výrobků podstatné.
41. Dále zdůraznil, že vztah mezi EUIPO a národními známkovými úřady není vertikální a z žádného právního předpisu nevyplývá hierarchická nadřazenost EUIPO nad národními úřady. Působnost těchto institucí je odlišná, kdy EUIPO je úřadem příslušným pro rozhodování o ochranných známkách Evropské unie (nikoli o známkách národních). Rozhodnutí EUIPO ani jeho metodické pokyny nejsou pro žalovaného závazné. Rozhodnutí EUIPO č. 3078/2000 *CARIBBEAN CLUB / CARIBBEAN TWIST* označil za nepřiléhavé s poukazem na současné metodické pokyny EUIPO (str. 868 metodických pokynů EUIPO), ze kterých vyplývá, že výrobky ve třídě (33) *alkoholické nápoje (s výjimkou piva)* jsou podobné výrobkům ve třídě (32) *piva*.

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

42. K tvrzení, že žalovaný měl zvlášť posoudit podobnost přihlašovaného výrobku *rum* s namítanými *pivy všeho druhu*, uvedl, že většina argumentace vztahující se k zamítnutí přihlášky pro kategorii *alkoholické nápoje (s výjimkou piva)* se dá rovněž vztáhnout na užší kategorii *rum*, jelikož se jedná o alkoholický nápoj prodáváný na stejném místě a za shodným účelem jako jiné alkoholické nápoje. Zvláštní uvážení ve vztahu ke konkrétní kategorii výrobků (*rum*) učinil v případech nutnosti (např. strana 31 napadeného rozhodnutí).
43. Žalovaný je toho názoru, že neposuzoval přihlašované výrobky pouze s ohledem na přihlašovanou kategorii „*alkoholické nápoje s výjimkou piva*“, ale bral v potaz všechny jednotlivé přihlašované výrobky.
44. K argumentaci žalobkyně, že část namítaných služeb ve třídě (43) je zcela odlišná od přihlašovaných výrobků ve třídě (33), uvedl, že není relevantní, zda část namítaných služeb [konkrétně *ubytovací služby (hotely, penziony)*, *služby motelů v rámci této třídy*, *turistické noclehárny*, *zprostředkovatelská a obstaravatelská činnost v uvedených oblastech*] není podobná přihlašovaným výrobkům. Rozhodné je, zda je přihlašovaným výrobkům podobná (i pouze) jedna z namítaných služeb [v projednávaném případě jde konkrétně o služby *hostinská činnost, bary (služby)*, *bufety a cukrárny (služby)*, *kavárny*, *restaurace*].
45. Rovněž se neztotožnil s argumentací, že ani namítané služby *hostinská činnost, bary (služby)*, *bufety a cukrárny (služby)*, *kavárny*, *restaurace* nejsou přihlašovaným výrobkům podobné a odůvodnění je v této části napadeného rozhodnutí strohé a nedostatečné, a tedy nepřezkoumatelné. Podotkl, že pro shledání podobnosti byla stěžejní zejména skutečnost, že přihlašované výrobky mohou být předmětem přihlašovaných služeb, a tudíž mezi nimi panuje určitý doplňkový vztah. Setrval na svém závěru, že pokud by restaurátér či provozovatel baru ve svém podniku „Legionář“ nabízel rum či jiný alkoholický nápoj s totožným názvem, mohlo by to u spotřebitelů vyvolat mylný dojem, že nabízený produkt pochází z vlastních zdrojů poskytovatele gastronomických služeb. Rovněž odmítl, že by v napadeném rozhodnutí nereflektoval specifika dílčích druhů zboží přihlášeného ve třídě (33), zejména pak *rumu*, a odkázal na stranu 32 napadeného rozhodnutí. Žalovaný jasně uvedl, jakými úvahami se při hodnocení podobnosti přihlašovaných výrobků a namítaných služeb řídil, a napadené rozhodnutí tudíž není nepřezkoumatelné.
46. Závěrem žalovaný odmítl, že by výraz „legionář“ splňoval definici laudatorního výrazu s odkazem na rozhodnutí Úřadu zn. sp. O-429921 ve věci „*Dobrá chata*“, zn. sp. O-447360 ve věci „*WONDERFUL SHOE*“ a zn. sp. O-482078 ve věci „*Fair product*“, protože nepoukazuje na určitou vlastnost či stupeň kvality řešených výrobků, popř. není ani ve spojení s nimi běžně užíván.
47. K rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 11. 10. 2016, č. j. 2 As 96/2015-59 pak podotkl, že soud v něm dovodil laudatorní charakter prvku „babiččiny“ pouze ve vztahu k potravinám, což vyplývá z jeho ustáleného užívání v běžném jazyce v sousloví „jako od babičky“ ve významu „pocitivý, s láskou dělaný“ pro potraviny a hotová jídla. Pro ostatní výrobky či služby, které s nimi úzce nesouvisí, nelze tuto premisu užít. Byť slovo legionář může vyvolávat určité pozitivní konotace, nelze tvrdit, že by bylo užíváno pro popis vlastností nápojů, potravin ani jiného zboží.

V. Vyjádření osoby zúčastněné na řízení (namítající)

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

48. Osoba zúčastněná na řízení ve svém vyjádření navrhla žalobu zamítnout, přičemž zdůraznila, že žalobkyně netvrdí a ani neodůvodňuje zásah do svých veřejných subjektivních práv ve smyslu § 65 odst. 1 s. ř. s.
49. Odmítla námitku soustředěnou pod prvním žalobním bodem. Rozsudek rozšířeného senátu Nejvyššího správního soudu ze dne 11. 10. 2016, č. j. 2 As 96/2015-59 shledala neaplikovatelným na danou věc, neboť jeho předmětem bylo porovnávání dvou obrazových známek. Vyzdvihla, že oba slovní prvky „legionář“ a „babiččiny“ mají zcela odlišný charakter. Zatímco v případě prvku „babiččiny“ jde o přídavné jméno informující o určitých kvalitách a procesech výroby a lze je snadno spojit s dotčenými výrobky, pojem „legionář“ je podstatným jménem, které nemá bez dalšího jakoukoliv vazbu na alkoholické či nealkoholické nápoje. Označení „LEGIONÁŘ/Legionář“ byla vyhodnocena jako fantazijní, přičemž krátkodobě vyráběné produkty spojené s výročními akcemi k příležitosti stoletého výročí Československé republiky nelze vnímat jako skutečnost mající významný dopad na rozlišovací způsobilost namítaného označení, a to i s přihlédnutím k datu jeho zápisu (17. 9. 2014).
50. Ke druhému a třetímu žalobnímu bodu osoba zúčastněná na řízení podotkla, že vymezení okruhu průměrného spotřebitele nelze vztahovat jen na české konzumenty *piva* a takto vyloučit příležitostné konzumenty. K uvedenému pak odkázala na rozsudek ve spojených věcech T-350/04 až T-352/04 bod 69, dle něhož průměrný německý konzument není (pivním) znalcem, a tento závěr lze aplikovat též pro území České republiky.
51. K podobnosti nealkoholických nápojů (32) oproti nápojům alkoholickým (33) osoba zúčastněná na řízení odkázala na rozhodnutí *Rosalía de Castro*, EU:T:2011:565, ve kterém soud dospěl k závěru o podobnosti těchto výrobků v menší míře. Dodala, že i pokud by žalovaný dospěl k závěru, že alkoholické a nealkoholické nápoje si nejsou podobné, byla by tato skutečnost bez právní relevance, neboť namítané označení je zapsané rovněž pro pivo, jako nápoj alkoholický. Ve vztahu pak ke způsobu spotřeby nápojů, jakož i místa prodeje se ztotožnila se závěry žalovaného uvedenými ve vyjádření k žalobě.
52. Odkaz žalobkyně na rozsudek Tribunálu z 18. 6. 2008, T-175/06, *MEZZOPANE*, EU:T:2008:212 shledala osoba zúčastněná na řízení nepřipadným s tím, že v daném případě byla porovnávána onačení, která nebyla co do fonetického, vizuálního a sémantického aspektu shodná, ba naopak šlo o porovnání přihlašované obrazové ochranné známky Mezzopane a dřívějších slovních ochranných známek MEZZO a MEZZOMIX. Naopak poukázala na rozhodnutí EUIPO, sp. zn. B1642316 *CAIMAN v. CAYMAN JACK*, které pokládá za přílehavější pro nyní projednávaný případ, neboť se dotýká porovnávání podobnosti mezi pivem a rumem. V rozhodnutí bylo dovozeno, že s ohledem na účel, distribuční kanály, jakož i prolínání na straně výrobců lze tyto výrobky považovat za podobné, a to tím spíše, je-li podobnost mezi označeními vysoká. Údajnou nepodobnost *rumu* a *piva* tedy nelze s ohledem na stávající rozhodovací unijní ani vnitrostátní praxi žalovaného pokládat za důvodnou.
53. O alternativním návrhu žalobkyně žalovaný nemohl rozhodnout, neboť k takovému rozhodnutí není oprávněn. K takovému řešení by žalovaný mohl přistoupit pouze pokud by žalobkyně omezila seznam svých přihlašovaných výrobků a služeb na *rum*.
54. Ke čtvrtému žalobnímu bodu osoba zúčastněná na řízení předně podotkla, že žalobkynin předestřený judikturní rámec není na nyní projednávanou situaci aplikovatelný. Blíže pak popsala jednotlivá rozhodnutí a odůvodnila, proč je v nyní projednávaném případě nelze

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

aplikovat. Podotkla, že způsob výroby nápoje a jeho cena nemůže mít vliv na klíčový prvek pro posouzení podobnosti výrobků, a v této souvislosti připomněla popularitu tzv. „tuzemského rumu“. Dále pak odkázala na rozhodnutí T259/06 *Manso de Velasco*, EU:T:2008:575, dle něhož je povaha alkoholických nápojů podobná, neboť obsahují určitý stupeň alkoholu; jsou zpravidla určeny k totožnému způsobu užití a účelu. Existence prémiových rumů nemá na toto posouzení vliv, neboť je třeba na kategorii nápojů pohlížet prizmatem průměrného spotřebitele nakupujícího průměrné výrobky (viz rozhodnutí EUIPO *Ambar Radler v. Ambra rosa*, sp. zn. B 3093587). O podobnosti dotčených výrobků svědčí i jejich podřazení pod alkoholické nápoje, kdy tyto nápoje bývají v rámci supermarketů zpravidla shromažďovány v jednotné sekci.

55. Ve vztahu k podobnosti výrobků *piva* a *rumu* osoba zúčastněná na řízení odkázala na rozhodnutí *AUTÉNTICO NATIVO (FIG.) V. Nativa (fig.) et. al.* ze dne 26. 8. 2019 R 272/2019-4. Odlišná míra alkoholu nápoje není relevantní, neboť výchozí situaci dostatečným způsobem nemění. K uvedenému dále poukázala na rozhodnutí EUIPO, sp. zn. B 760951, *GLEN ORCHY v. GLEN CARRY*, dle něhož *pivo* a alkoholické nápoje jiné než *pivo* mají podobnou povahu a cílí na jednu a tutéž relevantní spotřebitelskou veřejnost. Závěrem podotkla, že alkoholické a nealkoholické nápoje jsou velmi často konzumovány průměrnými spotřebiteli společně a jsou do značné míry komplementární; k uvedenému pak odkázala na rozhodnutí T-378/17, *CERVISIA/CERVISIA AMBAR*, EU:T:2018:888.
56. Osoba zúčastněná na řízení shrnula, že porovnávání označení si jsou podobná, neboť jsou totožná z hlediska fonetického, sémantického i vizuálního. Aplikace kompenzačního principu žalovaným, kdy vyšší míra shody porovnávaných označení vyvažuje nižší míru podobnosti pro dotčené výrobky a služby, byla provedena v souladu s jeho ustálenou praxí.

VI. Další podání účastníků a osoby zúčastněné na řízení

57. Žalobkyně v reakci na vyjádření žalovaného a osoby zúčastněné na řízení zopakovala v replice svojí žalobní argumentaci a setrvala na závěrech uvedených v žalobě. Vyzdvihla, že žalovaný neučinil samostatné posouzení nebezpečí záměny s ohledem na vztah zboží a služeb zapsaných pro namítanou ochrannou známku a části zboží přihlašovaného ve třídě (33) *rum*, resp. neposoudil její alternativní návrh. Zásadně odmítla argumentaci osoby zúčastněné na řízení, kterou označila za svévolnou.
58. Osoba zúčastněná na řízení ve vyjádření k replice žalobkyně setrvala na svých závěrech uvedených ve vyjádření k žalobě. Své vyjádření doplnila o odkaz na rozhodnutí SDEU T-509/19 ve věci *Asolo v. EUIPO (Red Bull FLÜGEL)*.

VII. Dosavadní průběh řízení

59. Rozsudkem ze dne 31. 8. 2023, č. j. 15 A 16/2021-90 (dále jen „rozsudek č. j. 15 A 16/2021-90“) soud napadené rozhodnutí pro nezákonnost zrušil a věc vrátil žalovanému k dalšímu řízení. Nejvyšší správní soud rozsudkem ze dne 12. 6. 2025, č. j. 9 As 227/2023-65 (dále též „zrušující rozsudek NSS“ nebo jen „zrušující rozsudek“) ke kasačním stížnostem žalovaného a osoby zúčastněné na řízení výše označený rozsudek Městského soudu v Praze zrušil a věc vrátil tomuto soudu k dalšímu řízení. V odůvodnění zrušujícího rozsudku uvedl, že kasační námitky stěžovatelů ve vztahu k posouzení otázky podobnosti přihlašovaných *alkoholických nápojů* (s výjimkou *piva*) a namítaných *nealkoholických nápojů* nejsou důvodné; naopak

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

částečně důvodnými shledal námitky vztahující se k posouzení otázky podobnosti přihlašovaných *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* a namítaného *piva*.

60. Nejvyšší správní soud uvedl, že městský soud v rozsudku č. j. 15 A 16/2021-90 při posuzování relevantních faktorů nezohlednil specifika některých druhů *alkoholických nápojů* ze třídy (33) a druhů *piv* ze třídy (32), kterými se naopak předseda ÚPV v napadeném rozhodnutí zabýval. Nezohlednění takových specifíků může mít zásadní vliv na samotné posouzení pravděpodobnosti záměny dle § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ. Nejvyšší správní soud rovněž přisvědčil žalovanému, že městský soud nevzal v potaz, že na trhu existují druhy *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* s nižším množstvím obsaženého alkoholu jako cidery, vinné stříky apod., které mohou být konzumovány mimo jiné za účelem uhašení žízně, a mohou tak konkurovat *pivu*; k uvedenému pak poukázal na argumentaci žalovaného obsaženou v napadeném rozhodnutí na straně 29 a 30 a ve vyjádření k žalobě. Nejvyšší správní soud souhlasil se stěžovateli též v otázce distribučních kanálů, přičemž poukázal na to, že srovnávané výrobky bývají v obchodech prodávány na jednom místě, byť v samostatných regálech. Stejně tak přisvědčil argumentaci stěžovatelů ohledně odlišitelnosti srovnávaných výrobků jejich balením. Městský soud nezohlednil další druhy *alkoholických nápojů*, jako jsou např. *koktejly* a cidery, které jsou stejně jako *piva všeho druhu* prodávány ve skleněných lahvích rozličných tvarů a barev. Ztotožnil se také s názorem, že existují druhy *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)*, které se prodávají v plechovkách stejně jako *pivo*. V tomto směru pak vytkl městskému soudu, že závěr učiněný v bodě 99 rozsudku č. j. 15 A 16/2021-90, že se spotřebitel při výběru produktu zaměří především na obsah produktu, tedy že bude schopen snadno rozlišit *pivo* od *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* i *rumu*, je zkratkovitý a nepřipadný. Akcentoval, že pro posouzení nyní projednávané věci je důležité, zda může spotřebitel mylně nabýt dojmu, že srovnávané výrobky označené shodně znějící ochrannou známkou mohou mít v očích spotřebitele totožný obchodní původ. Nejvyšší správní soud uzavřel, že městský soud při posuzování faktorů relevantních pro konstatování pravděpodobnosti záměny ochranných známek nevzal v potaz všechny druhy *alkoholických nápojů* a *piva všeho druhu*. Otázku podobnosti srovnávaných výrobků posoudil nedostatečně, a proto Nejvyšší správní soud nemohl učinit obecný závěr, zda *alkoholické nápoje (s výjimkou piva)* a *piva všeho druhu* jsou podobné a zda jsou naplněny předpoklady pravděpodobnosti záměry dle § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ.

VIII. Posouzení věci soudem

61. Soud přezkoumal napadené rozhodnutí i řízení, které mu předcházelo, a to v rozsahu žalobních bodů, kterými je vázán, přičemž vycházel ze skutkového a právního stavu v době vydání rozhodnutí (§ 75 odst. 1 s. ř. s.). Ve světle závěrů zrušujícího rozsudku Nejvyššího správního soudu přistoupil k novému posouzení žalobní argumentace. Vázán právním názorem vysloveným Nejvyšším správním soudem ve smyslu § 110 odst. 4 s. ř. s. dospěl k závěru, že žaloba není důvodná. Na tomto místě soud poznamenává, že vázanost právním názorem může být prolomena (pouze) v případě změny skutkových zjištění či právních poměrů, nebo dojde-li k podstatné změně judikatury (srov. usnesení rozšířeného senátu Nejvyššího správního soudu ze dne 8. 7. 2008 č.j. 9 Afs 59/2007-56). K takovým změnám nicméně v nyní řešené žalobě nedošlo, resp. žalobkyně je ani netvrdila, a soud se proto nemůže odchýlit od závazného právního názoru Nejvyššího správního soudu. Vzhledem k tomu, že soud nezměnil svůj právní názor na námitky vznesené pod prvním, čtvrtým a částečně druhým žalobním bodem, níže pouze opakuje svou argumentaci, kterou již vyslovil ve svém předchozím rozsudku č. j. 15 A 16/2021-90.

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

62. Při rozhodování soud vycházel zejména z následující právní úpravy:
63. Podle § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ se přihlašované označení nezapíše do rejstříku na základě námitek proti zápisu ochranné známky do rejstříku podaných u Úřadu (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.
64. Podle § 26 odst. 4 ZOZ zjistí-li Úřad, že přihlašované označení zasahuje do zákonem chráněných starších práv namítajícího uvedených v § 7, přihlášku zamítne. Existuje-li důvod zamítnutí přihlášky pouze ve vztahu k některým z výrobků nebo služeb, Úřad přihlášku zamítne pouze pro tyto výrobky nebo služby.
65. Po provedeném řízení dospěl soud k závěru, že žaloba není důvodná.
66. Soud považoval za vhodné vypořádat nejprve žalobní námitku uplatněnou pod čtvrtým žalobním bodem, jelikož tato námitka se dotýká otázky přezkoumatelnosti napadeného rozhodnutí, a tedy otázky, kterou je třeba se zabývat před vlastním přezkumem napadeného rozhodnutí. Žalobkyně namítala procesní pochybení spočívající v absenci vypořádání se s rozkladovou argumentací a předloženým důkazním materiálem. Této námitce však soud nepřisvědčuje. I když lze do jisté míry připustit, že vypořádání se s důkazním materiálem předloženým žalobkyní je v rámci odůvodnění prvostupňového Úřadu velmi strohé, nelze zároveň přehlédnout, že předseda Úřadu v napadeném rozhodnutí důkazní materiál předložený žalobkyní znovu hodnotil, přičemž v některých případech doplnil a korigoval závěry Úřadu obsažené v prvostupňovém rozhodnutí. Soud má proto za to, že předseda Úřadu se vypořádal se všemi podstatnými rozkladovými námitkami. Důvodnou nelze shledat ani námitku údajného selektivního vypořádání důkazních návrhů. Z napadeného rozhodnutí explicitně plyne, že se předseda úřadu důkazními návrhy žalobkyně opětovně zabýval, přičemž se s nimi v příslušných pasážích argumentačně vypořádal.
67. Pokud jde o stěžejní žalobní argumentaci týkající se porovnání předmětných označení z hlediska jejich zaměnitelnosti u spotřebitelské veřejnosti, soud předně podotýká, že v této věci je třeba vykládat pojmy vnitrostátního práva eurokonformně. Jde totiž o oblast práva upravenou též předpisy Evropské unie, zejména směrnici Evropského parlamentu a Rady (EU) 2015/2436 ze dne 16. 12. 2015, kterou se sblížují právní předpisy členských států o ochranných známkách (přepracované znění), a nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1001 ze dne 14. 6. 2017 o ochranné známce Evropské unie. Velkou roli při výkladu hraje též judikatura Soudního dvora Evropské unie a Tribunálu, případně též rozhodovací praxe EUIPO (viz rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 10. 3. 2023, č. j. 10 As 101/2021-56).
68. Ze shora citovaného § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ plyne, že vlastník starší ochranné známky může zabránit zápisu přihlašované ochranné známky do rejstříku ochranných známek, pokud
- (i.) starší ochranná známka je shodná anebo podobná s přihlašovaným označením;
 - (ii.) starší ochranná známka je zapsána pro shodné nebo podobné výrobky či služby s přihlašovaným označením;

(iii.) existuje pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti, přičemž za pravděpodobnost záměny se považuje i pravděpodobnost asociace se starší ochrannou známkou.

69. Jak vyplývá z dikce zmíněného ustanovení, uvedené podmínky jsou stanoveny kumulativně, a musí být proto splněny současně. V opačném případě nemůže být vlastníku starší ochranné známky ve smyslu tohoto ustanovení ochrana přiznána.
70. Relevantní normy práva EU ani ZOZ přitom pravděpodobnost záměny jako takovou nedefinují, nestanoví, jaký stupeň podobnosti mezi dřívější ochrannou známkou a přihlašovaným označením vyvolává nebezpečí záměny, nestanoví míru podobnosti, ani neuvádí výčet konkrétních kritérií, podle kterých je třeba při posuzování a hodnocení pravděpodobnosti záměny postupovat. Z ustálené rozhodovací praxe SDEU nicméně plyne, že posouzení pravděpodobnosti záměny závisí na mnoha faktorech, přičemž rozhodnutí musí přísně respektovat individuální specifika konkrétního případu.
71. Posuzování otázky pravděpodobnosti záměny je podle ustálené rozhodovací praxe SDEU a správních soudů otázkou právní, nikoli skutkovou. Výklad pojmů podobnost, shodnost či zaměnitelnost [viz § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ] a podřazení zjištěného skutkového stavu těmto pojmům je podle konstantní judikatury věcí výkladu neurčitěho právního pojmu a jeho aplikace na zjištěný skutkový stav. Správní uvážení se zde neuplatní. (srov. usnesení rozšířeného senátu Nejvyššího správního soudu ze dne 22. 4. 2014, č. j. 8 As 37/2011 - 154 či rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 24. 9. 2014, č. j. 2 As 102/2014 - 22). Závěry správního orgánu o těchto otázkách přezkoumává soud v rámci námitek uplatněných v žalobě v plném rozsahu.
72. Pro posuzování podobnosti mezi výrobky podle § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ je ve smyslu rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 28. 2. 2013, č. j. 8 As 41/2012-46, nutné zohlednit všechny relevantní faktory, které charakterizují vztah mezi dotčenými výrobky. „Tyto faktory zahrnují zejména povahu výrobků, jejich účel, způsob použití, jakož i jejich konkurenční nebo komplementární charakter. Dalšími faktory, na které je možno brát ohled, jsou též distribuční kanály, relevantní veřejnost a obvyklý původ zboží“ (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 28. 5. 2008, č. j. 9 As 59/2007-141).
73. Z § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ a judikatury SDEU a správních soudů vyplývá, že zaměnitelnost ochranných známek se obecně hodnotí podle těchto kritérií:
- stupeň podobnosti známek, včetně posouzení distinktivních a dominantních prvků,
 - rozlišovací způsobilost dřívější ochranné známky,
 - podobnost výrobků či služeb,
 - relevantní spotřebitel,
 - celkové posouzení uvedených kritérií dohromady včetně dalších relevantních okolností
- (viz např. rozsudek Soudního dvora ze dne 11. 11. 1997, věc C-251/95, *SABEL BV proti Puma AG, Rudolf Dassler Sport* či rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 2. 2. 2017, č. j. 10 As 187/2015-58, č. 3556/2017 Sb. NSS, *Herbamedicus* a ze dne 10. 3. 2023, č. j. 10 As 101/2021-56).
74. V nyní řešeném případě žalobkyně v žalobních námitkách zpochybnila závěry Úřadu a potažmo též předsedy Úřadu ve vztahu ke všem z výše uvedených podmínek. K první podmínce zpochybnila toliko závěr o dobré rozlišovací způsobilosti užitého slovního prvku „legionář“ ve vztahu k dotčeným výrobkům a službám. Dále zpochybnila závěr, že namítaná ochranná známka je zapsána pro shodné nebo podobné výrobky a služby s přihlašovanou

ochrannou známkou. Ve vztahu ke třetí podmínce odmítla závěr, že existuje pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti. Zbývá dodat, že přitom nikterak nebrojila proti výsledkům posouzení otázky o shodnosti (vizuální, fonetické, sémantické) namítané ochranné známky „Legionář“ s přihlašovaným označením „LEGIONÁŘ“.

75. V projednávané věci je nesporné, že srovnávaná označení jsou shodná. Nicméně aby došlo ke kumulativnímu splnění podmínek dle § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ, musí být shledán alespoň nějaký stupeň podobnosti mezi porovnávanými výrobky.
76. Před samotným vypořádáním žalobních námitek soud považuje za vhodné zdůraznit, že v rámci celého správního řízení žalobkyně většinou brojila proti závěrům správních orgánů týkajícím se posouzení dvojice výrobků *pivo - rum*. V návaznosti na to je i podstatná část napadeného rozhodnutí logicky koncipována s přihlédnutím k vypořádání této argumentace, na níž žalobkyně vystavěla své závěry.
77. Soud se na půdorysu vznesených žalobních námitek nejprve zabýval otázkou rozlišovací způsobilosti slovního prvku „legionář“ ve vztahu k dotčeným výrobkům a službám.
78. Z judikatury SDEU i Nejvyššího správního soudu vyplývá, že při posuzování míry podobnosti mezi označeními je nutné určit stupeň jejich vzhledové, sluchové a pojmové podobnosti, a pokud možno u toho přihlédnout ke kategorii dotčených výrobků nebo služeb a podmínkám, za kterých jsou tyto výrobky nebo služby uváděny na trh (rozsudek ze dne 22. 6. 1999, věc C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, bod 27). Při celkovém porovnávání nelze opomenout žádné prvky označení jen proto, že jsou menší než ostatní, anebo proto, že nemají distinktivitu; výjimku z tohoto pravidla tvoří jen zanedbatelné prvky [rozsudek Soudního dvora ze dne 12. 7. 2007, věc C-334/05 P, *OHIM proti Shaker (Limoncello)*, body 41 a 42]. Posouzení podobnosti známek musí být založeno na celkovém dojmu, kterým tyto ochranné známky působí na průměrného spotřebitele výrobků nebo služeb, s přihlédnutím k jejich rozlišovacím (distinktivním) a dominantním prvkům (*Herbamedicus*, body 38 a 39).
79. Pojem rozlišovací způsobilost (distinktivita) lze vyložit jako určitý stupeň obsahové anebo vzhledové originality zajišťující označení osobité znaky spolehlivě je odlišující od jiných označení. Řečeno jinak, je to schopnost známky označit výrobky nebo služby, pro které byla zapsána, jako pocházející z určitého podniku, a tím je odlišit od výrobků a služeb jiných podniků (*Lloyd Schuhfabrik Meyer*, bod 22). Při posuzování pravděpodobnosti záměny mezi ochrannými známkami se tento termín používá ve dvou situacích (krocích). Jednak se hodnotí podobnost označení; tehdy se srovnávají jednotlivé prvky obou označení a zejména se při tom sleduje, které z prvků jsou distinktivní a které dominantní (*SABEL proti Puma*, bod 23). Jednak se posuzuje rozlišovací způsobilost namítané známky jako celku, která určuje rozsah ochrany náležející této známce (čím nižší rozlišovací způsobilost starší ochranné známky, tím menší ochrana jí náleží). Rozlišovací způsobilost ve druhém zmíněném kontextu může být buďto inherentní (vnitřní), anebo získaná dobrou pověstí (*SABEL proti Puma*, body 24 a 25).
80. Správní orgány v tomto směru dospěly k závěru, že přihlašované označení i namítaná ochranná známka jsou tvořeny jediným slovním spojením bez konkrétní úpravy písma či přidáných obrazových prvků. V projednávané věci jsou obě označení „LEGIONÁŘ/Legionář“ slovní a liší se pouze v užití malých a velkých písmen, přičemž v praxi mohou být užívána v libovolném typu a velikosti písma, v libovolném barevném a grafickém označení. Rozdílná velikost písma ve slovních prvcích posuzovaných označení

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

tedy nehraje žádnou roli. Obě označení byla z vizuálního, fonetického i sémantického hlediska logicky shledána jako totožná, přičemž jejich (jediný) slovní prvek byl vyhodnocen jako fantazijní ve vztahu k dotčeným výrobkům a službám.

81. Dle mínění žalobkyně se jednak jedná o laudatorní popisné označení, jednak je toto označení užíváno v oblasti výroby pív poměrně hojně; z těchto důvodů pak nemá namítaná ochranná známka dobrou rozlišovací způsobilost.
82. Žalobkyně v této souvislosti nijak nerozporovala skutečnost, že slovní prvek „legionář“ je výraz běžné slovní zásoby, jenž je označením vojáka (ať už římského, československého či příslušníka francouzské cizinecké legie).
83. Vzhledem k tomu, že v případě slovního prvku „legionář“ se ve vztahu k výrobkům a službám u namítaného označení jedná o fantazijní prvek, má tento slovní prvek v zásadě vyšší rozlišovací způsobilost než prvek popisný. Co se týče sporného laudatorního charakteru, soud souhlasí se žalovaným, že slovní prvek „legionář“ nenaplnuje definici laudatorního výrazu dle rozsudku rozšířeného senátu Nejvyššího správního soudu ze dne 11. 10. 2016, č. j. 2 As 96/2015-59 (bod 42): *„mezi výrazy popisné či druhové se řadí i slova svým významem laudatorní - pochvalná, která poukazují na určitou vlastnost či stupeň kvality výrobků, popř. ve spojení s nimi jsou běžně užívány. Například „Dobrá chata“ (ÚPV, zn. O-429921), „WONDERFUL SHOE“ (ÚPV, zn. O-447360), „Fair product“ (ÚPV, zn. O-482078), „Svatební víno“ (ÚPV, zn. O-442183).“* Slovo „legionář“ v nyní projednávaném případě neukazuje na určitou vlastnost či stupeň kvality přihlašovaných výrobků a služeb. Současně není ani ve spojení s nimi užíváno pro vyjádření určité kvality. Jedná se o výraz běžné slovní zásoby, byť není v hovorové mluvě v současnosti nadužíván. Soud tedy nesdílí názor žalobkyně o laudatorním charakteru slovního prvku „legionář“ ve vztahu k přihlašovaným výrobkům. Těžko si lze představit vlastnosti jako bojovnost, drsnost, odvaha, poctivost či zásadovost ve vztahu k přihlašovaným výrobkům a službám.
84. Soud uvedené dovozuje mimo jiné z bodu 49 výše zmíněného rozsudku Nejvyššího správního soudu, v němž soud konstatoval, že *sám o sobě slovní prvek „babiččiny“ je výrazem popisným, resp. pochvalným, a to právě ve vztahu k výrobkům, pro které je označení zapsáno či přihlášeno ve třídě 29 a 30. Jednoznačně (i když může jít o marketingový tah) má za cíl vyjádřit kvalitu výrobku, totiž vlastnost, jakou měl (a má) „tradičně, pečlivě a s láskou“ připravovaný, „poctivý“, „domácí“ produkt našich babiček. Ve vztahu k výrobkům, jakými jsou konkrétní druhy potravin či polotovary jídel, dnes vyráběných průmyslově na rozdíl od jejich dřívější výroby či přípravy jen v jednotlivých domácnostech, užití výrazu „babiččiny“ („babiččin“ apod.) vyjadřuje, že výrobek co do jakosti má vlastnosti stejné jako produkt našich babiček. Je-li proto užít v označení přihlášeném pro výrobky, jejichž kvalita či jiná jejich vlastnost je i v běžném jazyce srovnávána s vlastnostmi, které měl stejný produkt od babičky, nelze přiznat takovému výrazu samotnému dostatečnou „přirozenou“ rozlišovací způsobilost ve vztahu k výrobkům tohoto druhu, neboť „jeden z jeho možných významů udává vlastnost výrobků a služeb, o které se jedná“ (rozsudek Doublemint). Naopak stejnou konotaci by uvedený výraz neměl ve vztahu k výrobkům, které nebyly babičkou vyráběny a kde by „sugestibilní potenciál“ tohoto výrazu nemohl působit pochvalně (např. „Babiččiny boty“), současně i proto, že není ani obvykle v běžném jazyce spojován s touto oblastí výroby. Judikurní závěr, podle kterého se pochvalný prvek ve slovním spojení váže pouze a jen k takovým výrobkům, se kterými se v běžné hovorové mluvě spojuje, lze bezpochyby vztáhnout i na nyní projednávanou věc. Je nabíledni, že výraz legionář není běžně (natož výhradně) užíván ve spojení s popisem vlastností přihlašovaných výrobků či služeb. Předseda Úřadu tudíž postupoval správně, jestliže závěr Úřadu korigoval v tom*

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

směru, že slovo „legionář“ u spotřebitelů nevyvolá představu bojovnosti, drsnosti, hrdinství, odvahy či chlapáctví v souvislosti s nápoji. Soud se tedy se žalobní námitkou poukazující na laudatorní charakter slova „legionář“ neztotožnil.

85. Soud rovněž nesdílí názor žalobkyně, že slovo „legionář“ nemá dostatečnou rozlišovací způsobilost, neboť v roce 2018 dodaly na trh piva s podobným názvem i další pivovary. V první řadě je nutné konstatovat, že předseda Úřadu se v napadeném rozhodnutí s touto námitkou žalobkyně náležitě vypořádal a rovněž přihlédl k předloženým listinám prokazujícím shora uvedené skutečnosti. Též se vyjádřil i k odkazu žalobkyně na projekt „Legiovlak“. Není tedy pravdou, že by se správní orgány předloženými důkazy nezabývaly a řádně je nevyhodnotily. Skutečnost, že žalobkyně nesouhlasí se závěrem předsedy Úřadu, sama o sobě nezakládá nezákonnost či nepřezkoumatelnost napadeného rozhodnutí.
86. Ve druhém žalobním bodě žalobkyně vyjádřila nesouhlas se závěrem předsedy Úřadu o podobnosti přihlášených výrobků ve třídě (33) s namítanými výrobky ve třídě (32) a službami ve třídě (43). Pro přehlednost soud připomíná, že předseda Úřadu se ve správním řízení zabýval porovnáním níže uvedených označení pouze pro následující třídy:

Namítaná slovní ochranná známka č. 340577 ve znění „Legionář“	Přihlašované označení zn. sp. O-556592 ve znění „LEGIONÁŘ“
Zapsaná pro <i>(32) piva všeho druhu, nealkoholická piva, piva s ovocnou příchutí, minerální vody, šumivé nápoje a jiné nealkoholické nápoje, sirupy a jiné přípravky na výrobu nealkoholických nápojů, ovocné a zeleninové šťávy jako nápoje nebo na výrobu nealkoholických nápojů;</i> <i>(43) hostinská činnost, bary (služby), bufety a cukrárny (služby), kavárny, restaurace, ubytovací služby (hotely, penziony), služby motelů v rámci této třídy, turistické noclehárny, zprostředkovatelská a obstaravatelská činnost v uvedených oblastech.</i>	Přihlašované pro <i>(33) alkoholické nápoje (s výjimkou piva), alkoholové výtažky, alkoholové trestí, přípravky k výrobě alkoholických nápojů, vína, lihoviny, likéry, destilované nápoje, aperitivy, koktejly a energetické nápoje obsahující alkohol, rum;</i>

87. Úkolem soudu bylo zabývat se shodností či podobností výše uvedených výrobků ve třídě (33), na které se vztahovala přihláška ochranné známky, s výrobky uvedenými ve třídě (32), pro které byla již dříve zapsána namítaná ochranná známka. V podstatě vzato, důležité je posoudit podobnost celé skupiny výrobků a služeb na straně jedné s celou skupinou výrobků a služeb na straně druhé, a případně pak přihlížet k jejich specifickým, distribučním kanálům apod. (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 11. 4. 2024, č. j. 1 As 197/2023-27, odstavec 32). Řečeno jinak, pro naplnění druhé podmínky uvedené v § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ je nutné shledat shodu nebo podobnost přihlašovaných výrobků (33) s výrobky (32) a službami (43) zapsanými pro namítanou ochrannou známku.

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

88. Pro posouzení podobnosti mezi dotčenými výrobky je namístě zohlednit všechny relevantní faktory, které charakterizují vztah mezi těmito výrobky. Tyto faktory zahrnují zejména povahu výrobků, jejich účel, způsob použití, jakož i jejich konkurenční nebo komplementární charakter. Dalšími faktory, na které je možno brát ohled, jsou též distribuční kanály, relevantní veřejnost (v české odborné literatuře se objevuje i termín referenční veřejnost) a obvyklý původ zboží [(srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 28. 5. 2008, č. j. 9 As 59/2007-141; rozsudek *Canon*, bod 23; rozsudek Tribunálu ze dne 7. 9. 2006, *Meric v. OHMI-Arbora & Ausonia (PAM-PIM'S BABY-PROP)*, T-133/05, body 28-30; či rozsudek Tribunálu ze dne 27. 10. 2005, *Editions Albert René v. OHMI-Orange (MOBILIX)*, T-336/03, body 59-71]. Při posuzování shodnosti či podobnosti výrobků tedy není samo o sobě rozhodující, zda jsou výrobky v rámci mezinárodního třídění výrobků a služeb vytvořeného pro administrativní účely zařizování výrobků a služeb řazeny do shodných či odlišných tříd. Podstatné je, zda lze z hlediska průměrného spotřebitele takové výrobky a služby zařadit do jedné skupiny oblasti spotřeby (srov. rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 7. 4. 2006, č. j. 11 Ca 258/2005-71).
89. Každý jednotlivý důvod sám o sobě neobstojí a je nutné na ně nahlížet souhrnně, neboť až poté je možné vytvořit ucelený obraz chování spotřebitelů na trhu a vyhodnotit, zda je možné posuzované výrobky hodnotit jako shodné či podobné. Jinými slovy, o podobnosti či nepodobnosti výrobků je nutné učinit závěr na základě zhodnocení všech relevantních kritérií, přičemž pokud jeden z výrobků nevykazuje shodu s porovnávanými zapsanými výrobky pro třídu (32), lze v této části námitkám namítající nevyhovět.
90. Žalobkyně v rozkladu i žalobě převážně argumentuje porovnáváním pouze dvou druhů výrobků, a to *piva* a *rumu*, nicméně Úřad byl povinen porovnat všechny výrobky přihlašované ve třídě (33) se všemi zapsanými výrobky ve třídě (32) pro namítanou ochrannou známku. Obecně takovéto zjednodušení nelze akceptovat a je třeba porovnat i ostatní položky seznamů. Skutečnost, že například Úřad ve svém vyhodnocení dojde k závěru, že dva výrobky ze dvou porovnávaných seznamů si nejsou podobné či nejsou shodné, ještě neznamená, že výrobek se nebude shodovat či podobat jinému výrobku z porovnávaného seznamu. Platí, že pokud se přihlašované výrobky shodují či podobají byť jen jednomu výrobku zapsanému pro namítanou ochrannou známku a současně jsou splněny i další podmínky uvedené v § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ, nelze tyto přihlašované výrobky zapsat a naopak.
91. Stěžejní žalobní argumentaci žalobkyně postavila na tom, že *alkoholické nápoje* nejsou podobné *nealkoholickým nápojům*, *piva* všeho druhu nejsou podobná *alkoholickým nápojům* (s výjimkou *piva*) a *rum* není podobný *pivu*.
92. Soud se nejprve zabýval tvrzenou nepodobností nealkoholických nápojů a alkoholických nápojů. Vyšel přitom z výše uvedených relevantních faktorů, které je třeba v takových případech hodnotit. Ačkoli soud používá v odůvodnění rozsudku pojem „nealkoholické nápoje“ a výslovně neuvádí i další položky, které jsou součástí třídy (32) (*minerální vody*, *ovocné nápoje* atd.), lze závěry o specifikách nealkoholických nápojů vztáhnout na všechny výrobky třídy (32) s výjimkou *piva*.
93. Z pohledu cílové skupiny se v případě nealkoholických nápojů jedná o širokou veřejnost všech věkových kategorií včetně dětí (nezletilých), jak ostatně namítala žalobkyně, oproti tomu alkoholické nápoje jsou s ohledem na obsažený alkohol určeny ke konzumaci pouze dospělým (zletilým) osobám. Účel a způsob použití nealkoholických nápojů je především

obecně v uhašení žízně, kdežto u alkoholických nápojů o takovém účelu hovořit nelze, protože účelem jejich konzumace je především vychutnání jejich chuti a navození pocitu radosti a uvolnění, a to obvykle při posezení s přáteli. Další způsob jejich využití si lze rovněž představit v cukrářské výrobě nebo při výrobě míchaných alkoholických nápojů.

94. Komplementaritou je třeba rozumět existenci úzkého vztahu mezi posuzovanými výrobky spočívající v tom, že jeden z nich je nezbytný (nepostradatelný) nebo důležitý pro použití druhého a současně není pouze pomocný či podružný (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 28. 5. 2008, č. j. 9 As 59/2007-141). U alkoholických a nealkoholických nápojů nelze rovněž hovořit o komplementárním charakteru srovnávaných výrobků. Nelze totiž dospět k závěru o úzkém vztahu mezi těmito výrobky v tom smyslu, že jeden výrobek je nezbytný nebo důležitý pro užití výrobku druhého. Z pohledu konkurenčního charakteru dotčených výrobků, tj. takzvané substituovatelnosti, má soud za to, že odlišná chuť a rozdíl spočívající v přítomnosti či naopak v absenci alkoholu mají za následek, že průměrný český spotřebitel, který si chce opatřit alkoholický výrobek, jej nebude srovnávat s nealkoholickými nápoji, ale opatří si skutečně alkoholický, nikoli nealkoholický nápoj. Lze tedy dospět k jednoznačnému závěru, že alkoholický nápoj nepředstavuje nápoj, kterým lze obecně nahradit nealkoholické nápoje, a naopak. Jedná se o zcela odlišnou povahu těchto výrobků a z uvedených důvodů nejsou a nemohou být podobné pouze z toho důvodu, že se jedná o nápoje.
95. Dalšími faktory, na které je nutné brát ohled, jsou též distribuční kanály. Nákup alkoholických i nealkoholických nápojů je možný v obchodech či restauracích. Nicméně je nutno zdůraznit, že průměrný spotřebitel je zvyklý na striktní oddělení (viděno z jiného úhlu pohledu nesměšování) alkoholických a nealkoholických nápojů a věnuje mu náležitou pozornost. K tomuto oddělení dochází jak v obchodech, tak i na nápojových lístcích v restauračních zařízeních. Průměrný spotřebitel k tomuto oddělení přihlíží, je si jej vědom a dokáže spolehlivě a bez obtíží rozlišit, zda si vybírá z nabídky alkoholických či nealkoholických nápojů (ať již v obchodě či restauraci).
96. Na základě výše uvedeného soud shledal závěr uvedený v napadeném rozhodnutí za nesprávný, respektive neshledal tvrzenou podobnost nealkoholických nápojů zapsaných ve třídě 32 namítané ochranné známky s výrobky přihlašovanými ve třídě (33). K obdobnému závěru ostatně dospěl i Nejvyšší správní soud v rozsudku ze dne 17. 12. 2014, č. j. 9 As 197/2014-21, v němž neshledal podobnost nealkoholických nápojů a likérů. Z uvedeného důvodu shledává soud případným i odkaz žalobkyně na rozsudek Tribunálu z 18. 6. 2008, T-175/06 *MEZZOPANE*, EU:T:2008:212.. Soud však zároveň dodává, že toto pochybení nezpůsobuje nezákonnost napadeného rozhodnutí, neboť rozhodnutí správního orgánu o zamítnutí přihlášky ochranné známky ob stojí z jiných důvodů, jak bude uvedeno níže.
97. Soud se neztotožnil s argumentací žalobkyně, že *piva všeho druhu* nejsou podobná *alkoholickým nápojům (s výjimkou piva)* a *pivo* není podobné *rumu*. Pro úplnost soud dodává, že přihlašované označení bylo žalobkyní užíváno pro *rum* s názvem Legionář, namítaná ochranná známka je užívána pro *pivo* s názvem Legionář.
98. Z obsahu prvostupňového rozhodnutí vyplývá, že Úřad přihlašované výrobky porovnal vůči všem namítaným výrobkům, přičemž předseda Úřadu se v reakci na rozkladové námítky žalobkyně převážně věnoval porovnávání *piva* a *rumu*. S ohledem na to, že z napadeného rozhodnutí vyplývá, že porovnával (též) namítané výrobky s obsahem

alkoholu s přihlašovanými výrobky ve třídě (33), lze tyto závěry přezkoumat i přes shora vytýkané pochybení týkající se posouzení podobnosti přihlašovaných výrobků s nealkoholickými nápoji.

99. Soud však s ohledem na žalovaným shledanou podobnost skupiny výrobků uvedených ve třídě (33) s výrobky ve třídě (32) nemohl svou argumentaci zúžit jen a pouze na produkty, které mají být pod přihlašovaným označením a namítanou ochrannou známkou fakticky vyráběny (*rum* a *pivo*). Při posouzení relevantních faktorů musel soud zohlednit i specifika některých druhů *alkoholických nápojů* ze třídy (33) a druhů *piv* ze třídy (32). Podrobněji se pak zabýval existencí podobnosti výrobků *piva všeho druhu* a *alkoholických nápojů* (*s výjimkou piva*), *piva* a *rumu*.
100. Z pohledu cílové skupiny se v případě *piv všeho druhu*, *alkoholických nápojů* (*s výjimkou piva*) i *rumu* s ohledem na obsažený alkohol jedná pouze o (zletilé) dospělé osoby. Co se týče místního prodeje výrobků, soud přisvědčuje argumentaci žalobkyně do té míry, že lze pokládat za notoriету zákaz konzumace alkoholu na pracovišti a při a před obsluhou dopravních prostředků, zákaz prodeje a konzumace alkoholu osobám mladším 18 let. Tyto argumenty se však vztahují pouze k nealkoholickým výrobkům (nápojům). Účelem konzumace *piv všeho druhu*, *alkoholických nápojů* (*s výjimkou piva*) i *rumu* je především vychutnání jejich chuti u posezení s přáteli. Shledaná víceúčelovost *piva* však nevede k závěru, že *pivo* není podobné *rumu* z důvodu odlišného účelu, ba naopak. Jestliže jedním ze dvou účelů konzumace *piva* je navození pocitu radosti a uvolnění, zvláště pak v případě *piv* s vyšším obsahem alkoholu, která logicky vzato nebudou a ani nemohou sloužit k utišení žízně, pak se tento účel shoduje s účelem konzumace *rumu*. Obecně vzato *piva* s vyšším obsahem alkoholu se zpravidla též konzumují na společenských událostech či při významných příležitostech. Jinými slovy, pokud jedním z účelů konzumace *piva* je vychutnání si jeho chuti, navození pocitu radosti a uvolnění, je tento účel shodný s účelem konzumace *alkoholických nápojů* (*s výjimkou piva*) i *rumu*. Řečeno jinak, na trhu vyskytuje velké množství *piv* s vyšším množstvím alkoholu, která mohou být konzumována výhradně z důvodu navození chuťového požitku a která by mohla konkurovat *vínům*, *koktejlům* či *likérům*. Existují též druhy *alkoholických nápojů* (*s výjimkou piva*) naopak s nižším množstvím obsaženého alkoholu jako cidery, vinné stříky apod., které mohou být konzumovány mimo jiné za účelem uhašení žízně, a mohou tak konkurovat *pivu* (srov. bod 49 zrušujícího rozsudku NSS). Lze tak shrnout, že i některé z přihlašovaných výrobků slouží k utišení žízně, řadí se mezi ně *alkoholické nápoje* (*s výjimkou piv*), mezi které patří např. cidery, ale i vinné stříky, jejichž nedílnou součástí je *víno*, *koktejly* a *energetické nápoje s obsahem alkoholu* (viz strana 29 a 30 napadeného rozhodnutí).
101. U shora uvedených výroků však nelze hovořit o komplementárním charakteru, neboť nelze dospět k závěru o úzkém vztahu mezi výrobky v tom smyslu, že jeden výrobek je nezbytný nebo důležitý pro užití výrobku druhého. S uvedeným závěrem se ztotožnil i Nejvyšší správní soud ve zrušujícím rozsudku (viz bod 53 zrušujícího rozsudku NSS). Lze jen dodat, že pokud někteří spotřebitelé *pivo* a *alkoholické nápoje* vzájemně míchají a konzumují zároveň, vztah komplementarity to nezakládá. Soud v tomto směru doplňuje svou argumentaci o závěr uvedený v bodě 53 zrušujícího rozsudku NSS, kde kasační soud vyslovil, že *alkoholické nápoje* a *piva všeho druhu* nejsou navzájem nepostradatelné či důležité pro použití jednoho či druhého nápoje.
102. Z pohledu konkurenčního charakteru dotčených výrobků, tj. tzv. substituovatelnosti, má soud za to, že byť se chuť porovnávaných výrobků může lišit, shoda spočívající v

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

přítomnosti alkoholu má za následek to, že průměrný český spotřebitel, který si chce opatřit alkoholický výrobek, si opatří jeden ze shora uvedených alkoholických výrobků. Lze tedy dospět k závěru, že *piva všeho druhu* představují výrobky, kterými lze obecně nahradit *alkoholické nápoje (s výjimkou piva)*, popřípadě i *rum*, a naopak. Jedná se o podobnou povahu těchto výrobků, byť v malé míře. Poukázat lze v tomto směru zejména na *piva* s vyšším obsahem alkoholu, která se právě vyšším obsahem alkoholu podobají přihlašovaným výrobkům ve třídě (33). V tomto ohledu nelze přistoupit na argumentaci spočívající v rozdílné ceně, neboť i kvalitnější *piva* se prodávají ve stejné cenové relaci jako *vína*, *likéry* či levnější *rumy*.

103. Dalšími faktory, na které je nutné brát ohled, jsou též distribuční kanály. Nákup *piv všeho druhu*, *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* a *rumu* je možný v obchodech či restauracích. Jak již bylo shora uvedeno, průměrný spotřebitel je zvyklý na oddělení alkoholických a nealkoholických nápojů a věnuje mu náležitou pozornost. K tomuto oddělení dochází jak v obchodech, tak i na nápojových lístcích v restauračních zařízeních. Nyní porovnávané výrobky jsou tedy řazeny mezi alkoholické nápoje a vyskytují se ve své blízkosti. Totéž platí i pro další přihlašované výrobky ve třídě (33). Žalobkyně v tomto směru kladla důraz na to, že bez ohledu na velikost příslušného obchodu či jeho stavební uspořádání, platí určitá forma systematického členění regálů tak, aby došlo k odlišení těchto výrobků. Tato námitka však sama o sobě nevylučuje závěr předsedy Úřadu o tom, že v nyní posuzovaném případě bylo stěžejní to, že dotčené výrobky se mohou nacházet a prodávat ve své těsné blízkosti. Určujícím pro nyní posuzovanou věc tedy není dostatečné oddělení regálů, nýbrž to, že tyto výrobky mohou být prodávány v těsné blízkosti či přímo vedle sebe (z důvodu úspory místa). Srovnávané výrobky bývají v obchodech prodávány na jednom místě, byť v samostatných regálech. Nezřídka dochází k tomu, že na oddělení s *pivy* navazuje oddělení se *cidery*, *vín* a dalšími *alkoholickými nápoji*. Skutečnost, že distribuční kanály srovnávaných výrobků lze považovat za stejné, podporuje závěr obsažený v rozsudku Tribunálu ze dne 28. 4. 2021, *KRÁL SOHO*, T-31/20, odst. [68], ve kterém Tribunál konstatoval, že *piva všeho druhu* a *likéry* jsou prodávány na stejných místech a mají tedy stejné distribuční kanály (srov. bod 50 zrušujícího rozsudku NSS). Pokud se jedná o *alkoholové trestí* a *alkoholové výtažky*, tyto mohou, jak tvrdí žalobkyně, být prodávány v jiných odděleních, avšak tuto svou argumentaci opírá pouze o řetězce disponující velkou podlahovou plochou. Naopak v případě malých obchodů, specializovaných prodejen či e-shopů zabývajících se prodejem alkoholu, budou tyto výrobky prodávány ve své těsné blízkosti i s ohledem na to, že mohou být doplňkem při míchání alkoholických drinků.
104. Pokud jde o obaly, v nichž jsou předmětné výrobky prodávány, lze do jisté míry shledat žalobní argumentaci správnou. Žalobkyně nicméně opomíjí fakt, že například dražší *piva* (převážně ta s vyšším obsahem alkoholu) jsou prodávána ve skleněných lahvích připomínající dražší alkoholické nápoje. Průměrný spotřebitel pak při výběru svého produktu zaměří svou pozornost především na obsah produktu než na jeho obal. Není však pravdou, že mezi porovnávanými výrobky jsou zásadní rozdíly v podobě obalů, či při podávání těchto výrobků v restauračních zařízeních. Pokud jde o zmiňovaná *piva*, tato mohou být čepována nebo prodávána ve skleněných i plastových lahvích nebo plechovkách. Soud rovněž nepřisvědčil argumentaci žalobkyně stran podávání nápojů. Ač zpravidla pivo bývá čepováno, není neobvyklé, zvláště u piv zahraničních, exotických, že se pivo spotřebiteli servíruje v restauračních zařízeních či barech v originálním balení, ze kterého se poté nalije konzumentovi do sklenice. Obdobné platí i v případě *vín*, kdy tato bývají buď stáčena ze sudu, rozlévána či prodávána po lahvích či kartonech. Argumentace žalobkyně,

že veškeré alkoholické nápoje ve třídě (33) se nalévají do sklenic přímo z lahví, tedy není správná. Stejně tak např. *koktejly* či *cidery* jsou stejně jako *piva všeho druhu* podávány ve skleněných lahvích rozličných tvarů a barev, přičemž existují i druhy *alkoholických nápojů* (*s výjimkou piva*), které se prodávají v plechovkách stejně jako *pivo* (viz bod 51 zrušujícího rozsudku NSS).

105. Z výše uvedeného plyne, že *piva všeho druhu* jsou podobná *alkoholickým nápojům* (*s výjimkou piva*) a *pivo* je podobné *rumu*, a to v nízkém stupni. Výrobky byly shledány podobnými jak z hlediska jejich společného zařazení mezi nápoje, tak jim byl přiznán konkurenční vztah s ohledem na shodný účel jejich konzumace odvíjející se od množství alkoholu, které tyto výrobky obsahují, naopak mezi nimi nebyl shledán vztah komplementarity. Rovněž mohou být nabízeny na stejných prodejních místech. Soud tedy souhlasí se závěrem předsedy Úřadu, že nelze vyloučit, že se spotřebitel setká na jednom místě s rozličnými výrobky se shodným označením „LEGIONÁŘ/Legionář“. Podobnost oslabuje různá cena s ohledem na široké cenové rozmezí. Původ výrobků, resp. způsob jejich výroby nebyl z hlediska spotřebitele hodnocen jako rozhodný. Množství alkoholu není stěžejní; v porovnáváných seznamech výrobků se vyskytují podskupiny, které jsou s ohledem na obsah alkoholu konkurenční, a účel jejich konzumace se tak shoduje (srov. strana 31 a 32 napadeného rozhodnutí). Soud se z těchto důvodů ztotožnil se závěrem předsedy Úřadu ohledně podobnosti v nízkém stupni (shora citovaných výrobků).
106. Žalobkyně též rozporovala vymezení relevantního okruhu spotřebitelské veřejnosti pro kolizní třídy (32), (33) a (43) mezinárodního třídění, jak jej učinil Úřad, jestliže nevzal v potaz aspekt českého trhu.
107. Pro konstatování pravděpodobnosti zaměnitelnosti je nutno přihlédnout i k tomu, že spotřebitel nemá povědomí o ochranné známce z rejstříku ochranných známek, ale spíše z toho, že se s označením setkal na nějakém výrobku, popřípadě v souvislosti s ním či s nějakou službou. Pokud je namítaná ochranná známka zapsána pro *piva všeho druhu*, *nealkoholická piva*, *piva s ovocnou příchutí*, *minerální vody*, *šumivé nápoje* a *jiné nealkoholické nápoje*, *sirupy* a *jiné přípravky na výrobu nealkoholických nápojů*, *ovocné a zeleninové šťávy jako nápoje* nebo na *výrobu nealkoholických nápojů* a přihlašované označení by mělo být zapsáno pro *alkoholické nápoje* (*s výjimkou piva*), *alkoholové výtažky*, *alkoholové tresti*, *přípravky k výrobě alkoholických nápojů*, *vína*, *lihoviny*, *likéry*, *destilované nápoje*, *aperitivy*, *koktejly* a *energetické nápoje obsahující alkohol*, *rum*, je nanejvýše pravděpodobné, že v případě alkoholických nápojů dojde k překryvu výrobků.
108. Soud v tomto směru vyzdvihuje, že vymezení průměrného spotřebitele nelze vztahovat jen na osoby, které (pravidelně) konzumují *pivo*. Žalobkyně opomíjí fakt, že mezi průměrného spotřebitele se řadí i ti, kteří konzumují alkoholické nápoje, ať už *pivo* či *rum*, pouze příležitostně. Touto optikou je pak nutno nahlížet na průměrnou spotřebitelskou veřejnost, kterou tvoří jednak pravidelní konzumenti alkoholických nápojů a jednak příležitostní konzumenti. Nelze proto přisvědčit závěru, že spotřebitelé neočekávají shodný původ *piva* a jiných alkoholických nápojů. Ať se může Česká republika jevit jako tradiční pивní oblast, je třeba si uvědomit, že průměrný český konzument není odborníkem, natož znalcem alkoholických nápojů.
109. S ohledem na rozhodnutí EUIPO sp. zn. B1642316, *CAIMAN v. CAYMAN JACK*, které se zabývalo podobností mezi *pivem* a *rumem*, lze dovodit správný závěr žalovaného o podobnosti *piva* a *rumu* i v nyní projednávané věci. Ve zmíněném rozhodnutí EUIPO

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

konstatoval, že sporné ochucené vařené alkoholické nápoje na bázi sladu ve formě piva jsou ochucené alkoholické nápoje vyrobené z obilí. Ve vztahu k dřívější zapsané ochranné známce pak výrobek rum shledal jako silný alkoholický nápoj vyrobený ze šťávy rostliny cukrové třtiny. Uzavřel, že tato zboží mají stejnou povahu, koncové uživatele a mohou se shodovat u výrobců a distribučních kanálů, v důsledku čehož vyhodnotil porovnávané zboží jako podobné. V návaznosti na toto rozhodnutí soud dodává, že pro konečného spotřebitele nehraje roli při výběru dotčeného výrobku způsob jeho přípravy či výroby. Spotřebitel se soustředí již na hotový produkt. Předseda Úřadu tak správně vyhodnotil irelevantnost hodnocení postupu výroby pro porovnávané výrobky. Závěrem soud podotýká, že odkazům žalobkyně na rozhodnutí EUIPO (č. 3078/2000, z 15. 12. 2000, *CARIBBEAN CLUB v. CARIBBEAN TWIST*, EUIPO č. 2298/2000 z 2. 10. 2000 *spera v. Apsara* a EUIPO č. 90/1999 z 4. 3. 1999 *Smirnoff v. Koff*.) s ohledem na právní a judikaturní vývoj nepřisvědčil.

110. Z napadeného rozhodnutí rovněž plyne, že předseda Úřadu bral v potaz všechny přihlašované výrobky. Není tedy pravdou, že by posuzoval přihlašované výrobky pouze s ohledem na přihlašovanou kategorii *alkoholické nápoje (s výjimkou piva)*. Z obsahu napadeného rozhodnutí je rovněž patrné, že závěry, které správní orgán učinil ve vztahu k *alkoholickým nápojům (s výjimkou piva)*, lze vztáhnout na jednotlivé výrobky přihlašované třídě (33), tedy i pro výrobek *rum*. Předseda Úřadu v dílčích pasážích vyzdvihl vždy ty výrobky, pro které obecné posouzení nepostačovalo. Především se pak věnoval těm výrobkům, pro něž bylo nutné učinit posouzení zvlášť (viz strana 30 až 32 napadeného rozhodnutí), a to i se závěrem ve prospěch žalobkyně. V daném ohledu nelze souhlasit se žalobkyní v tom, že by napadené rozhodnutí nereflektovalo rozkladovou argumentaci a předseda Úřadu se zvláště nevypořádával s přihlašovaným výrobkem – *rum*.
111. Na základě výše uvedeného soud shledal závěr uvedený v napadeném rozhodnutí za správný, respektive shledal tvrzenou podobnost výrobků *piva všeho druhu* zapsaných ve třídě (32) namítané ochranné známky a *alkoholických nápojů (s výjimkou piva)* a *rumu* s výrobky přihlašovanými ve třídě (33), přičemž tyto závěry lze vztáhnout na všechny výrobky přihlašovanými ve třídě (33).
112. Soud nepřisvědčil ani žalobní argumentaci týkající se služeb ve třídě (43). Pro napadené rozhodnutí je podstatné pouze to, zda je přihlašovaným výrobkům podobná být jen jedna z namítaných služeb ve třídě (43). Jinými slovy řečeno, pro posouzení existence pravděpodobnosti záměny je relevantní toliko to, zda všechny přihlašované výrobky jsou podobné být i jen jedné z namítaných služeb. Předseda Úřadu přihlašované výrobky porovnal vůči všem namítaným službám, přičemž ve svém odůvodnění se zaměřil (jen) na ty namítané služby, u nichž shledal podobnost s přihlašovanými výrobky. Obecně řečeno mezi nimi panuje doplňkový vztah. Poukaz Úřadu na situaci, kdy restaurátér či provozovatel baru v tomto podniku shodného názvu s přihlašovaným označením bude nabízet nápoj s totožným názvem, což dozajista může u spotřebitelů vyvolat mylný dojem, že nabízený produkt pochází z vlastních zdrojů poskytovatele gastronomických služeb, nelze považovat za absurdní. Tato shora ilustrovaná situace postačuje pro Úřadem učiněný závěr o podobnosti přihlašovaných výrobků s částí služeb zapsaných pro namítanou ochrannou známku. K uvedenému lze poukázat na rostoucí trend „domácích“ produktů. Přestože je odůvodnění napadeného rozhodnutí v této části relativně stručné, neshledal jej soud nepřezkoumatelným. Žalovaný v napadeném rozhodnutí odpovídajícím způsobem přestřel své úvahy a vysvětlil, proč dospěl k vyřčeným závěrům a vypořádal se též se všemi podstatnými rozkladovými námitkami. Závěry předsedy Úřadu jsou dle přesvědčení soudu

jednoznačné a nevzbuzují jakékoli pochybnosti nad tím, jakými úvahami byl správní orgán ve svém rozhodování veden.

113. Co se týče namítané absence vypořádání se v této části s výrobkem *rum*, soud podotýká, že předseda Úřadu explicitně tento výrobek zmínil v rámci své úvahy a odůvodnění podobnosti přihlašovaných výrobků se službami zapsanými pro namítanou ochrannou známku.
114. Soud nepřisvědčil ani námitce formulované ve třetím žalobním bodě. Žalobkyně zde brojila proti postupu předsedy Úřadu, který v napadeném rozhodnutí dle jejího mínění nezákonně zamítl přihlášku i ve třídě (33) pro *rum* a s alternativním návrhem žalobkyně se vůbec nevypořádal.
115. Ke známkoprávní úpravě soud obecně podotýká, že přihláška ochranné známky může být zamítnuta zcela pro všechny přihlašované výrobky či služby nebo částečně, a to pro výrobky či služby, ve vztahu k nimž nesplňuje podmínky zápisu. Z obsahu spisového materiálu vyplývá, že osoba zúčastněná na řízení vznesla námitky proti všem přihlašovaným výrobkům a službám. Úřad byl povinen zkoumat podmínky zápisu přihlašované ochranné známky ve vztahu ke všem přihlašovaným výrobkům a službám. Z dikce § 26 odst. 4 věty druhé ZOZ pak plyne, že Úřad může námitkám vyhovět v plném nebo částečném rozsahu. Uzná-li Úřad při věcném posouzení námitky pouze část požadovaného zamítnutí přihlášky ochranné známky, vyhoví námitkám částečně pro určitý rozsah výrobků a služeb přihlašované ochranné známky, který zasahuje do zákonem chráněných práv třetích osob (srov. též Článek 7 směrnice 2015/2436/EU). Jinými slovy, shledá-li Úřad důvody pro zamítnutí celé přihlášky, tedy přihlašované označení pro přihlašované výrobky a služby zasahuje do zákonem chráněných starších práv namítajícího, námitkám vyhoví a přihlášku zamítne v celém rozsahu. V tomto postupu je implicitně zahrnuto posouzení toho, zda námitky jsou odůvodněné vůči všem přihlašovaným výrobkům a službám.
116. Pokud jde tedy o alternativní návrh žalobkyně, je soud nucen konstatovat, že o tomto návrhu ve vztahu k *rumu* bylo správními orgány rozhodnuto implicitně. Úřad ve svém rozhodnutí dospěl k závěru, že všechny výrobky a služby přihlašované ochranné známky zasahují do zákonem chráněných práv namítající. Ke shodnému závěru dospěl i předseda Úřadu, který prvostupňové rozhodnutí potvrdil. Správním orgánům lze sice do jisté míry vytknout, že v odůvodnění svých rozhodnutí nevěnovaly dostatečnou pozornost i tomuto návrhu žalobkyně, nicméně z jejich postupu je zřejmé, že se zaměřily na porovnání všech výrobků a služeb, a to včetně *rumu*. Skutečnost, že Úřad i předseda Úřadu shledali zásah přihlašované ochranné známky do zákonem chráněných práv namítající i pro výrobek *rum*, svědčí o tom, že podmínky pro kladné rozhodnutí ve prospěch žalobkyně o jejím alternativním návrhu nebyly splněny. Ačkoli tedy správní orgány ve svých rozhodnutích explicitně nepopsaly důvody, pro které nebylo možné vyhovět alternativnímu návrhu žalobkyně, je z odůvodnění napadeného i prvostupňového rozhodnutí implicitně seznatelné, proč bylo námitkám osoby zúčastněné vyhověno i ve vztahu k *rumu*. Řečeno jinak, jestliže správní orgány shledaly, že ani v případě *rumu* nebyly splněny podmínky zápisné způsobilosti přihlašovaného označení, nemohlo být logicky alternativnímu návrhu žalobkyně vyhověno. Uvedený postup nečiní napadené rozhodnutí nepřezkoumatelným.
117. Pokud jde o otázku kompenzačního principu, rozsudek SDEU ze dne 29. 9. 1998 ve věci C 39/97 - *Canon Kabushiki Kaisha proti Metro-Goldwyn-Mayer Inc., původně Pathe Communications Corporation* obsahuje závěr o možnosti kompenzovat menší podobnost

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

mezi výrobky a službami větší podobností mezi ochrannými známkami. Z této zásady vyplývá, že je-li stupeň podobnosti samotných označení vysoký, postačuje pro konstatování pravděpodobnosti záměny i případný nižší stupeň podobnosti výrobků a služeb a naopak. Kompenzační zásada se tedy uplatní jen v případech, kdy jde o podobnost (v různé míře) na straně porovnávaných označení i na straně výrobků a služeb, které jimi mají být chráněny. Totéž ostatně vyplývá i z dikce ustanovení § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ, podle něhož je překážkou bránící zápisu přihlašovaného označení do rejstříku ochranných známek existence pravděpodobnosti záměny na straně veřejnosti, která je dána pouze při kumulativním splnění (viz spojka „a“) dvou zákonem stanovených podmínek: 1. shodnost či podobnost přihlašovaného označení se starší ochrannou známkou (namítaná ochranná známka), a 2. shodnost nebo podobnost výrobků či služeb, na něž se přihlašované označení a namítaná starší ochranná známka vztahují.

118. Z napadeného rozhodnutí vyplývá, že předseda Úřadu s ohledem na nízký stupeň podobnosti napadených výrobků s namítanými výrobky a službami přistoupil k aplikaci kompenzační zásady (viz strana 41 napadeného rozhodnutí), vyjádřené mimo jiné v rozhodnutí SDEU C-39/97 ve věci „Canon Kabushiki Kaisha v. Metro-Goldwyn-Mayer“ ze dne 29. 9. 1998. Předseda Úřadu dospěl k závěru, že v tomto případě shledanou menší podobnost mezi napadenými výrobky a namítanými výrobky a službami vyvažuje shodnost porovnávaných označení.
119. Lze shrnout, že předseda Úřadu v projednávané věci rozhodl v souladu s rozsudkem ve věci C-39/97 *Canon*, podle něhož celkové posouzení pravděpodobnosti záměny zahrnuje posouzení vzájemné závislosti podobnosti ochranných známek a výrobků nebo služeb. Menší stupeň podobnosti mezi výrobky nebo službami může být vyvážen větší podobností známek a naopak. Pravděpodobnost záměny závisí rovněž na stupni rozlišovací způsobilosti označení na trhu. Pokud se v posuzovaném případě jedná o označení shodné s ochrannou známkou („LEGIONÁŘ/Legionář“), přičemž obě tato označení nárokuje ochranu mimo jiné pro alkoholické nápoje (byť je obsah alkoholu zastoupen v různé míře), jedná se o výrobky natolik podobné, že zde existuje pravděpodobnost záměny. Různý obsah alkoholu jejich podobnost oslabuje, nikoli však na takovou míru, aby nebyly shledány jako podobné (v nižší míře). V daném případě by tak mohla nastat situace, kdy spotřebitel, jenž zná výrobky (piva, piva všeho druhu, nealkoholické nápoje, sirupy atd.) označené namítanou ochrannou známkou „Legionář“, se poté, co se na trhu setká s nápoji, byť s nižším či vyšším obsahem alkoholu, avšak označenými stejným označením „LEGIONÁŘ“, bude mylně domnívat, že mají shodný obchodní původ jako jemu známé pivo.
120. Předseda Úřadu tedy dospěl ke správnému závěru, jestliže námitkám osoby zúčastněné na řízení vyhověl a přihlášku žalobkyně zamítl. Skutečnost, že výrobky přihlašované ve třídě (33) jsou podobné pouze části výrobků zapsaných ve třídě (32), na posuzovaném závěru nic nemění, neboť pokud byla shledána podobnost všech přihlašovaných výrobků alespoň s jedním výrobkem, pro který byla do rejstříku zapsána namítaná ochranná známka, nelze přihlášce ochranné známky podané žalobkyní vyhovět.
121. Soud tedy souhlasí se závěrem napadeného rozhodnutí, že porovnávaná označení jsou shodná a jsou zapsaná (namítaná ochranná známka), resp. přihlašovaná (přihlašované označení) pro výrobky podobné, byť v nízké míře. Byly tak splněny všechny podmínky pro nezapsání přihlašovaného označení do rejstříku ochranných známek dle § 7 odst. 1 písm. b) ZOZ. Ve vztahu k namítaným službám ve třídě (43) soud opakuje, že je rozhodné, zda přihlašovaným výrobkům je podobná i pouze jedna z namítaných služeb. Pro shledání

Shodu s prvopisem potvrzuje P. V.

podobnosti byla stěžejní skutečnost, že přihlašované výrobky mohou být předmětem přihlašovaných služeb, a tudíž mezi nimi panuje doplňkový vztah.

IX. Závěr a náklady řízení

122. Soud tedy neshledal žalobu důvodnou, a proto ji podle § 78 odst. 7 s. ř. s. zamítl. Za splnění podmínek zakotvených v § 51 odst. 1 s. ř. s. tak učinil bez nařízení jednání.
123. Výrok o nákladech řízení má oporu v ustanovení § 60 odst. 1 s. ř. s., neboť žalobkyně nebyla ve věci úspěšná a žalovanému žádné důvodně vynaložené náklady v řízení nevznikly.
124. Soud neuložil osobě zúčastněné na řízení žádnou povinnost a neshledal ani důvody hodné zvláštního zřetele, pro které by jí mohl přiznat právo na náhradu dalších nákladů řízení. Proto ve třetím výroku tohoto rozsudku v souladu s § 60 odst. 5 s. ř. s. rozhodl, že osoba zúčastněná na řízení nemá právo na náhradu nákladů řízení.

Poučení:

Proti tomuto rozhodnutí 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 27. srpna 2025

Mgr. Martin Kříž v. r.
předseda senátu