

Univerzita Karlova v Praze

Právnická fakulta

Eva Fišerová

**Známkové právo a problematika
paralelních dovozů v právu ČR**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: JUDr. Tomáš Dobřichovský, Ph.D.

Ústav práva autorského, práv průmyslových a práva soutěžního

Datum vypracování práce (uzavření rukopisu): 9. prosince 2015

Prohlašuji, že předloženou diplomovou práci jsem vypracovala samostatně a že všechny použité zdroje byly řádně uvedeny. Dále prohlašuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 9. prosince 2015

.....

Eva Fišerová

Poděkování

Ráda bych na tomto místě poděkovala JUDr. Tomáši Dobřichovskému, Ph.D., za odborné vedení a cenné rady a podněty při psaní této diplomové práce.

Děkuji dále svým rodičům, příteli a celé rodině za podporu nejen při psaní této diplomové práce, ale především po celou dobu studia.

OBSAH:

1	ÚVOD	1
2	TEORETICKÝ VHLED DO PROBLEMATIKY	3
2.1	Ochranná známka	3
2.1.1	Národní ochranná známka	4
2.1.2	Mezinárodní ochranná známka	4
2.1.3	Ochranná známka Společenství	5
2.1.4	Všeobecně známá známka	6
2.2	Doktrína vyčerpání práv	6
2.2.1	Národní vyčerpání práv	8
2.2.2	Regionální vyčerpání práv	8
2.2.3	Mezinárodní vyčerpání práv	9
2.3	Paralelní dovozy	10
3	ČESKÁ PRÁVNÍ ÚPRAVA	13
3.1	Zákon o ochranných známkách	13
3.2	Další předpisy	14
3.3	Vztah k evropskému právu	14
4	EVROPSKÁ PRÁVNÍ ÚPRAVA	16
4.1	Geneze	16
4.1.1	Jednotný trh, volný pohyb zboží	17
4.1.2	Harmonizace	18
4.1.3	Specifický předmět ochranné známky	19
4.2	Vyčerpání práv v evropském Společenství	20
4.2.1	Princip komunitárního vyčerpání práv	20
4.2.2	Vztah k mezinárodnímu vyčerpání práv	22
4.2.3	Úvahy de lege ferenda	25
4.3	Judikatura Soudního dvora Evropské unie ve vztahu k paralelním dovozům	27
4.3.1	Uvedení na trh a důkazní břemeno	28
4.3.2	Souhlas s uvedením na trh	31
4.3.3	Použití ochranné známky paralelním dovozcem pro reklamní účely	35
4.3.4	Ochrana pověsti ochranné známky	37
4.3.5	Změny původního obalu výrobku	39

4.3.6	Pojem dovoz	46
4.3.7	Prodej online	48
5	MEZINÁRODNĚPRÁVNÍ ÚPRAVA	51
6	POSTAVENÍ VLASTNÍKA OCHRANNÉ ZNÁMKY	53
6.1	Ochrana vlastníka ochranné známky	53
6.2	Zástupné spory	55
7	VYBRANÉ INSTITUTY VE SVĚTLE PARALELNÍCH DOVOZŮ ZNÁMKOVĚ CHRÁNĚNÝCH PRODUKTŮ	57
7.1	Spotřebitelské právo	57
7.1.1	Ekonomické aspekty paralelních dovozů	58
7.1.2	Ochrana spotřebitele ve vztahu k paralelním dovozům.....	58
7.2	Hospodářská soutěž.....	59
7.2.1	Ochrana hospodářské soutěže.....	60
7.2.2	Nekalá soutěž a paralelní dovozy	63
7.3	Veřejný zájem	63
8	ZÁVĚR	65
	Seznam použitých zkratk	69
	Seznam použité literatury	70
	Abstrakt.....	84
	Abstract in English.....	85
	Klíčová slova	86

1 ÚVOD

Problematice paralelních dovozů je již po dlouhou dobu na poli práv duševního vlastnictví věnována značná pozornost, a to včetně oblasti známkového práva. S rozvojem mezinárodního obchodu a s mnohaletými snahami o odstraňování obchodních bariér je v dnešním propojeném světě tato otázka stále aktuální, ovšem bez celosvětově jednoznačného řešení. O to zajímavější je zkoumat koncepcce přímo ovlivňující český právní řád a potažmo i veškeré ekonomické subjekty na našem území.

Tržní význam a hodnota ochranných známek na nadnárodních, globalizovaných trzích předurčují lýtý boj o získání sympatií spotřebitele. Toto všechno je spojené zároveň s užíváním inovativních postupů, velkými investicemi do propagace a s objevováním nových řešení i nových trhů. Spektrum těchto aspektů může v některých případech tvořit doslova výbušné spojení, dojde-li k narušení rovnováhy. Velká síla tohoto duševního vlastnictví jen podněcuje snahy jej využít i subjekty odlišnými od vlastníka ochranné známky.

Paralelní dovozy představují zajímavý tržní jev, při němž dochází ke konkurenčnímu boji, ovšem nikoliv různých zaměnitelných výrobků různých značek, nýbrž k takovému, při kterém se utkávají tytéž výrobky stejného producenta označené stejnou ochrannou známkou. Jedna část výrobků je na trh uvedena přímo výrobcem či v jeho režii, například autorizovaným prodejcem, ovšem druhá část výrobků se na trh dostává pokoutnou, přesto zcela legální cestou prostřednictvím paralelního dovozu neoficiálními importéry.

Český právní řád přejal v souvislosti se vstupem republiky do EU veškeré imperativy unijní legislativy i judikatury, včetně té týkající se oblasti vyčerpání práv z ochranné známky, a tedy i paralelních dovozů. Přesto, nebo možná i právě proto, že se do českého práva promítla již rozvinutá koncepcce, je důležité pochopit vývoj celého pojetí, jeho základní kameny a též postoje soudních instancí, abychom mohli přijmout úpravu v její celistvosti a pochopili samotného ducha této právní úpravy.

Tato práce si klade za cíl analyzovat právní úpravu, jejíž účinky se projevují v České republice, ve spojení s rozhodovací praxí soudních orgánů. Interpretace zásadních rozhodnutí Soudního dvora tvoří nedílnou součást pomyslné skládačky, pokud chceme celou problematiku zpracovat v její komplexnosti a hloubce. Jednotlivá podstatná soudní rozhodnutí budou přehledně představena a popsána.

Prostor bude věnován i úvahám o vhodnosti úpravy a možných cestách, jimiž může normotvůrce kráčet v budoucnu, a postavení samotného vlastníka ochranné známky, který je ovlivňován paralelními dovozy svých produktů, zejména jak se může chránit. Dále jsou v této práci zpracovány i některé dílčí problémy souvisejícím s paralelními dovozy produktů opatřených ochrannou známkou, neboť ty zasahují do celé řady dalších odvětví, ovlivňují hospodářskou soutěž na trhu i postavení spotřebitelů. Ač spotřebitelé nemají možnost účastnit se samotného střetu mezi oficiálním a paralelním dovozcem, svým tržním chováním tento souboj sami nemálo ovlivňují. Na druhou stranu jsou sami mnohdy pasivně vystavováni faktorům, s nimiž jednotlivě nic nezmůžou.

2 TEORETICKÝ VHLED DO PROBLEMATIKY

Před samotným detailním rozebráním problematiky, jíž se tato diplomová práce věnuje, považuji za vhodné vytýčit některé základní instituty a pojmy, s nimiž budu dále pracovat.

2.1 Ochranná známka

Ochrannou známkou rozumíme slovní, obrazové, prostorové nebo kombinované označení, díky němuž lze rozlišit výrobky nebo služby pocházející od různých výrobců nebo poskytovatelů služeb a je zapsáno do rejstříku ochranných známek u příslušného patentového či známkového úřadu.¹

Právě skutečnost, že je ochranná známka formálně zapsána v příslušném rejstříku, tedy registrována, ji odlišuje od širšího pojmu značky, s nímž se lze v praxi často setkat. Značkou se však rozumí nechráněné označení sloužící k označení a odlišení výsledků lidského snažení. Ochranná známka na rozdíl od značky prošla přezkoumáním zápisné způsobilosti a byla zapsána na základě přihlášky do rejstříku ochranných známek. Lze tak říci, že každá ochranná známka je značkou, nikoliv však naopak.²

Práva z ochranné známky lze označit za výlučná práva absolutní povahy, která spočívají v užívání ochranné známky a nakládání s ní. Práva vlastníka ochranné známky z této známky působí erga omnes, každý pak má zrcadlovou povinnost nezasahovat do těchto výlučných práv vlastníka ochranné známky.³

Základní funkcí ochranné známky je funkce rozlišovací, neboť prvotním účelem známky je rozlišení výrobků a služeb téhož druhu pocházejících od různých osob, čímž usnadňují spotřebitelům výběr. K dalším funkcím ochranné známky pak patří funkce ochranná, garanční, certifikační, ale i propagační, soutěžní a stimulační.⁴ Z tohoto úctyhodného výčtu je patrné, že ochranná známka představuje pro svého

¹ MALÝ, Jan. *Obchod nehmotnými statky : patenty, vynálezy, know-how, ochranné známky*. 1. vydání. Praha : Beck, 2002, s. 41.

² HORÁČEK, Roman; ČADA, Karel; HAJN, Petr. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 2., dopl. a přeprac. vydání. Praha : C. H. Beck, 2011, s. 359-60.

³ SLOVÁKOVÁ, Zuzana. *Průmyslové vlastnictví : vynálezy, užité vzory, ochranné známky, označení původu a zeměpisná označení*. 2., rozš. a dopl. vydání. Praha : LexisNexis, 2006, s. 147.

⁴ Tamtéž, s. 129.

vlastníka nemalou konkurenční výhodou, samozřejmě využívá-li svou známku umně a naplno.

Ochranná známka je však v zásadě chráněna pouze na území státu, kde je zapsána u příslušného úřadu. Hovoříme proto o teritoriální povaze právní ochrany ochranných známek.⁵ Vzhledem ke vzrůstajícímu propojení trhů a globalizaci se čím dál více projevuje nutnost ochrany známky ve více státech.

Ochranné známky se člení dle teritoria, v němž jejich ochrana působí, a to na ochrannou známku národní, ochrannou známku Společenství a mezinárodní ochrannou známku. Další skupinou známek je pak všeobecně známá známka.⁶

2.1.1 Národní ochranná známka

Národní ochrannou známku rozumíme známku, která se přihlašuje u zápisného úřadu přímo ve státě, kde je třeba zajistit její ochranu.⁷ Jak z názvu vyplývá, přihlašování probíhá vždy jen v jednom státě. Je-li třeba známku chránit ve více státech, přihlašovatel musí postupovat v každém státě zvlášť cestou samostatné přihlášky. Tento postup se zřejmě může vyplatit v případech, kdy vlastník známky míní tuto známku udržovat jen na malém území nebo není-li možné či efektivní využít ochranu dle dalších typů ochranných známek uvedených níže.

2.1.2 Mezinárodní ochranná známka

Mezinárodní ochrannou známku je možné získat prostřednictvím mezinárodního zápisu ochranných známek na základě Madridské dohody⁸ a Protokolu k této dohodě⁹. Příslušníci smluvní stran těchto dokumentů mají možnost dosáhnout ochrany svých známek ve všech smluvních státech Madridské dohody nebo Protokolu k této dohodě,

⁵ ČERNÝ, Miroslav. *Mezinárodní ochranná známka* [online]. 13. 3. 2002 [cit. 10. září 2015]. www.epravo.cz.

⁶ HORÁČEK, Roman; ČADA, Karel; HAJN, Petr, *Práva k průmyslovému vlastnictví*, 2., dopl. a přeprac. vydání. Praha : C. H. Beck, 2011, s. 407 – 431.

⁷ ČERNÝ, Miroslav. *Mezinárodní ochranná známka* [online]. 13. 3. 2002 [cit. 10. září 2015]. www.epravo.cz.

⁸ Madridská dohoda o mezinárodním zápisu továrních a obchodních známek ze dne 14. dubna 1891 ve znění pozdějších revizí, v ČR vyhl. č. 65/1975 Sb., ve znění vyhl. č. 78/1985 Sb.

⁹ Protokol k Madridské dohodě o mezinárodním zápisu továrních a obchodních známek sjednaný v Madridu dne 27. června 1989, v ČR sděl. min. zahr. č. 248/1996 Sb.

a to na podkladě jediné přihlášky podané u Mezinárodního úřadu Světové organizace duševního vlastnictví v Ženevě. Tento úřad pak vede rejstřík mezinárodně přihlášených ochranných známek. Tímto postupem dochází k administrativnímu zjednodušení procesu registrace ochranných známek v zahraničí a jsou překonávány odlišnosti jednotlivých národních úprav. Díky tomuto institutu je tak nejenom zlepšena ochrana průmyslového vlastnictví na mezinárodním poli, ale jsou tím dány i předpoklady pro rozkvět mezinárodního obchodu.^{10 11}

2.1.3 Ochranná známka Společenství

Této ochranné známce vdechla život EU. Těžištěm úpravy ochranné známky Společenství je nařízení Rady ES č. 207/2009, o ochranné známce Společenství. Ochranná známka společenství má jednotnou povahu a stejné účinky v celém Společenství, tedy může být zapsána, převedena, zrušena či například její užívání může být zakázáno pouze pro území celého Společenství, nestanoví-li výše uvedené nařízení jinak.¹²

Známka Společenství má jisté přednosti oproti zápisu národních známek i mezinárodnímu zápisu známky. Náklady na zápis jsou u známky Společenství nižší než v případě mezinárodního zápisu či například pro udržení platnosti známky Společenství postačí její užívání v jediném členském státě.¹³

¹⁰ HORÁČEK, Roman; ČADA, Karel; HAJN, Petr. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 2., dopl. a přeprac. vydání. Praha : C. H. Beck, 2011, s. 428 – 430.

¹¹ ČERNÝ, Miroslav. *Mezinárodní ochranná známka* [online]. 13. 3. 2002 [cit. 10. září 2015]. www.epravo.cz.

¹² Nařízení rady ES č. 207/2009 ze dne 26. února 2009, o ochranné známce společenství, čl. 1 odst. 2.

¹³ DOBŘICHOVSKÝ, Tomáš. *Moderní trendy práv k duševnímu vlastnictví v kontextu evropského práva, dohody TRIPS a aktivit WIPO*. Praha : Linde, 2004, s. 93.

2.1.4 Všeobecně známá známka

Tento institut je mezi ochrannými známkami do jisté míry vyčnívající, neboť se jedná o výjimku z nutnosti ochrannou známku registrovat či přihlašovat na daném území, kde jí má být ochrana poskytnuta. Namísto registrace jako formálního předpokladu ochrany se zde objevuje kritérium všeobecné známosti.¹⁴

Ochrana všeobecně známých známek před jejich zneužíváním tam, kde nejsou formálně registrovány, je zakotvena v čl. 6bis Pařížské úmluvy.¹⁵ Jejich ochranu dále rozšiřuje čl. 16 odst. 3 dohody TRIPs,¹⁶ který stanoví, že se čl. 6bis Pařížské úmluvy užije i na zboží a služby, které nejsou podobné těm, pro které byla ochranná známka zapsána, a to za předpokladu, že by užívání takové ochranné známky mohlo evokovat vztah mezi tímto zbožím a službami a vlastníkem ochranné známky, a zároveň zájmy tohoto vlastníka by pravděpodobně byly takovým užíváním poškozeny. Ač je v dohodě TRIPs akcentována nutnost zapsání známky alespoň pro některý typ zboží či služeb, ve vyspělých zemích se toto již prakticky nevyžaduje a ochranu všeobecně známé známky je možné získat i k výrobkům a službám nepodobným bez ohledu na případný zápis.¹⁷ Někdy pak můžeme hovořit o známce s dobrým jménem, jestliže je tato známka schopna vyvolat u spotřebitelů důvěru v produkty označené touto známkou.¹⁸

2.2 Doktrína vyčerpání práv

Vzhledem k těsnosti propojení mezi principem vyčerpání práv a institutem paralelních dovozů je vhodné nejprve osvětlit pojem vyčerpání práv.

Samotný pojem vyčerpání práv se objevuje již v roce 1902 v Německu, a to ve vztahu k patentům. Patentem chráněný produkt nemůže být vyroben a následně

¹⁴ HORÁČEK, Roman; ČADA, Karel; HAJN, Petr. *Práva k průmyslovému vlastnictví. 2., dopl. a přeprac. vydání.* Praha : C. H. Beck, 2011, s. 407.

¹⁵ Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 20. března 1883 ve znění pozdějších revizí, v ČR vyhl. č. 64/1975 Sb. ve znění vyhl. 81/1985 Sb.

¹⁶ Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) z roku 1994, v ČR sdělení MZV č. 191/1995 Sb. (dále jen „TRIPs“).

¹⁷ DOBŘIČHOVSKÝ, Tomáš. *Moderní trendy práv k duševnímu vlastnictví v kontextu evropského práva, dohody TRIPs a aktivit WIPO.* Praha : Linde, 2004, s. 82 – 83.

¹⁸ HORÁČEK, Roman; ČADA, Karel; HAJN, Petr. *Práva k průmyslovému vlastnictví. 2., dopl. a přeprac. vydání.* Praha : C. H. Beck, 2011, s. 410.

umístěn na domácí trh nikým jiným než jeho vlastníkem či zmocněncem vlastníka. Tímto vyrobením a umístěním je však právo k patentu vyčerpáno.¹⁹ Pojem vyčerpání práv se nadále objevuje i ve vztahu k dalším právům duševního vlastnictví.

Vyčerpání práv k ochranné známce znamená, že vlastník ochranné známky dle práva nemůže zakázat její používání na území, kde toto zboží označené svou ochrannou známkou již sám uvedl na daný trh. Konzumuje se tím jeho právo užití ochranné známky na konkrétním zboží, ale i další práva, například nakládání s výrobkem takto označeným. Vyčerpání práva k ochranné známce je však spjata vždy s konkrétním produktem jí označeným, nikoliv s celou skupinou, druhem produktů, hovoříme proto o věcném vyčerpání. Územní vyčerpání pak znamená, že práva ze známky jsou vždy též vyčerpána jen pro určité teritorium. Vyčerpání práv představuje jednu z mála výjimek absolutní ochrany, kterou jinak právo ochranným známkám poskytuje. Dochází tak k omezení subjektivních práv vlastníka ochranné známky.^{20 21 22}

Princip vyčerpání práv vychází z předpokladu, že práva duševního vlastnictví by neměla být nástrojem pro ovládání trhu či pro jeho rozdělení, avšak stále je třeba respektovat další funkce práv duševního vlastnictví, například zajistit rozlišovací funkci pro spotřebitele či ochránit soutěžitele proti nekalé soutěži. Pokud však již jednou dojde legálně k prodeji produktu, nabyvší by měl mít možnost plně užívat předmět nesoucí ochrannou známku či jiné právo duševního vlastnictví, a to ať již opětovným prodejem či jinou dispozicí s ním. Právě potřeba vytýčit hranice mezi právy duševního vlastnictví producenta a majetkovými právy vlastníka produktu, který byl řádně zakoupen, vedla k nutnosti vytvoření principu vyčerpání práv.²³

¹⁹ KOŠÍK, Petr. Ochrana průmyslových práv ve vztahu k problematice vyčerpání práva. In KŘÍŽ, Jan aj. *Aktuální otázky práva autorského a práv průmyslových : nový občanský zákoník a vybrané problémy evropského práva duševního vlastnictví - dopady na českou legislativu a praxi*. Vydání první. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2014, s. 61.

²⁰ HORÁČEK, Roman; ČADA, Karel; HAJN, Petr. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 2., dopl. a přeprac. vydání. Praha : C. H. Beck, 2011, s. 416.

²¹ SCHNEEWEISSOVÁ, Sylvie. Problematický postoj EU k mezinárodnímu vyčerpání práv k ochranným známkám. In *EMP: odborný časopis o evropském a mezinárodním právu*. Praha: Nadace EMP, 1995-2004. 1999, roč. 5, č. 6, s. 3.

²² HORÁČEK, Roman; BISKUPOVÁ, Eva a DE KORVER, Zuzana. *Práva na označení a jejich vymáhání*. 3. vydání. Praha: Beck, 2015, s. 143.

²³ CALBOLI, Irene. The (avoidable) effects of territorially different approaches to trademark and copyright exhaustion. In CALBOLI, Irene, LEE, Edward. *Trademark Protection and Territoriality Challenges in a Global Economy*. 2014, s. 154 – 155.

Vlastník ochranné známky dle tohoto principu obdrží zisk již prvním prodejem zboží označeného svou ochrannou známkou, někdy je proto tato koncepce označována též jako „first of sale doctrine“, tedy doktrína prvního prodeje.²⁴

Úprava vyčerpání práv vytyčuje vlastníkům ochranné známky cesty, jak chránit svou známku, i meze těchto možností, zejména ve vztahu k paralelním dovozům,²⁵ a z toho vyplývající mantinely právě pro činnost paralelních dovozců.

Dle relevantního území pak rozlišujeme koncepty národního, regionálního a mezinárodního vyčerpání práv.

2.2.1 Národní vyčerpání práv

V případě, že se aplikuje pouze národní vyčerpání práv, je právo z ochranné známky vyčerpáno pouze na území státu, kde je zboží umístěno na trh přímo vlastníkem ochranné známky či s jeho souhlasem.²⁶

Tento koncept poskytuje vlastníku ochranné známky nejširší ochranu a je proto pro něj nejvýhodnější. Díky němu se může účinně bránit jakýmkoliv importům zboží označeného jeho ochrannou známkou z jakéhokoliv jiného státu, stane-li se tak bez souhlasu vlastníka ochranné známky.²⁷

2.2.2 Regionální vyčerpání práv

Regionální vyčerpání je pak obdobou národního vyčerpání, které se však nevztahuje jen na území jednoho státu, nýbrž na území širší, například na území

²⁴ KOŠÍK, Petr. Ochrana průmyslových práv ve vztahu k problematice vyčerpání práva. In KŘÍŽ, Jan aj. *Aktuální otázky práva autorského a práv průmyslových: nový občanský zákoník a vybrané problémy evropského práva duševního vlastnictví - dopady na českou legislativu a praxi*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2014, s. 63.

²⁵ POMAIZLOVÁ, Karin. *Vyčerpání práv k některým průmyslovým právům : současná právní úprava a očekávané změny v důsledku vstupu do EU – část I*. Převzato z EU Accession Newsletter, Linklaters, srpen 2003 [online]. 21. 1. 2004 [cit. 11. září 2015]. www.epravo.cz.

²⁶ KOŠÍK, Petr. Ochrana průmyslových práv ve vztahu k problematice vyčerpání práva. In KŘÍŽ, Jan aj. *Aktuální otázky práva autorského a práv průmyslových: nový občanský zákoník a vybrané problémy evropského práva duševního vlastnictví - dopady na českou legislativu a praxi*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2014, s. 62 – 64.

²⁷ POMAIZLOVÁ, Karin. *Vyčerpání práv k některým průmyslovým právům : současná právní úprava a očekávané změny v důsledku vstupu do EU – část I*, převzato z EU Accession Newsletter, Linklaters, srpen 2003 [online]. 21. 1. 2004 [cit. 11. září 2015]. www.epravo.cz.

skupiny států či geografického regionu. V současné době se nejčastěji setkáme s tímto konceptem v souvislosti s EU, kdy hovoříme o komunitárním vyčerpání práv, při němž prvním udělením souhlasu vlastník vyčerpá svá práva pro území celé EU, respektive EHP.²⁸

Vzhledem ke složitější genezi komunitárního vyčerpání práv a jeho spjatosti s judikaturou Soudního dvora se budu podrobněji zabývat tímto institutem níže.²⁹

2.2.3 Mezinárodní vyčerpání práv

V tomto případě jsou práva duševního vlastnictví vyčerpána bez ohledu na to, kde dojde k prvnímu prodeji produktu. Prvním udělením souhlasu s užitím vyčerpá vlastník svá práva pro celý svět.³⁰

Dojde-li tak k mezinárodnímu vyčerpání práv k určitému známkou označenému zboží, lze toto zboží prodat na kterémkoli trhu. Každý stát si však sám určuje, jakým směrem se jeho zákonodárství vydá. Pokud si zvolí cestu vyčerpání práv mezinárodního, vlastník ochranné známky registrované v tomto státě je chráněn v podstatě jen pro první prodej svého zboží, bez ohledu na to, kde k němu dojde. Je-li v souladu s právem zboží uvedeno na trh kdekoli ve světě, může jej pak kdokoli dovézt do tohoto státu bez ohledu na to, že se tak stane i bez souhlasu vlastníka ochranné známky, jíž je zboží označeno. V současnosti můžeme spatřovat snahu o prosazení koncepce mezinárodního vyčerpání práv například v Japonsku.³¹

V rámci koncepce mezinárodního vyčerpání práv můžeme rozlišovat jednostranné vyčerpání práv, jež je praktikované bez ohledu na reciprocitu z jiných zemí, a proto může být nevýhodné pro tuzemské vlastníky práv duševního vlastnictví, a dvoustranné

²⁸ HORÁČEK, Roman; BISKUPOVÁ, Eva a DE KORVER, Zuzana. *Práva na označení a jejich vymáhání*. 3. vydání. Praha: Beck, 2015, s. 144.

²⁹ Viz podrobněji kapitola 4.2.1.

³⁰ HORÁČEK, Roman; BISKUPOVÁ, Eva a DE KORVER, Zuzana. *Práva na označení a jejich vymáhání*. 3. vydání. Praha: Beck, 2015, s. 144.

³¹ KOŠÍK, Petr. Ochrana průmyslových práv ve vztahu k problematice vyčerpání práva. In KŘÍŽ, Jan aj. *Aktuální otázky práva autorského a práv průmyslových: nový občanský zákoník a vybrané problémy evropského práva duševního vlastnictví - dopady na českou legislativu a praxi*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2014, s. 62 – 64.

neboli reciproční vyčerpání práv, které je uděleno nositelům práv duševního vlastnictví určité země pouze na základě reciproční mezinárodní smlouvy.³²

2.3 Paralelní dovozy

Pojem paralelních dovozů můžeme charakterizovat jako proces, kdy jsou na jeden trh dodávány totožné artikly, avšak vícero importéry, z nichž někteří jsou zpravidla autorizovaní a jiní pouze neoficiální. Tyto dovozy se ve své podstatě řídí zákony trhu, na němž se střetává nabídka s poptávkou. Tam, kde je to pro trh výhodné, otevře se prostor pro některého dalšího importéra, který těží například ze situace, že původní, typicky autorizovaný prodejce nabízí konkrétní zboží na určitém trhu za nadsazené ceny, zatímco na trhu jiném je cenová hladina oficiálně uváděného produktu nižší. Nový importér nakoupí předmětné zboží na trhu s nižší cenovou hladinou a doveze jej na trh, kde je cenová hladina vyšší. Pro producenty vlastníci práva k duševnímu vlastnictví je výhodné prosazovat překážky těmto obchodním praktikám a udržovat cenové rozdíly mezi různými zeměmi a regiony, ač se to v dnešním globalizovaném světě může zdát přinejmenším nepříliš logické.³³

Paralelní dovozy mohou být někdy označovány i za takzvaný šedý trh. Oba výrazy ve své podstatě znamenají neautorizovaný dovoz, tedy dovoz bez souhlasu výrobce, potažmo vlastníka práva duševního vlastnictví, na trh, kde mohou soutěžit s oficiálně uváděnými produkty téhož výrobce. Šedost je spatřována v existenci dohadů, do jaké míry takové dovozy porušují distribuční práva vlastníka práv duševního vlastnictví. Tato nejistota vede k užívání výrazu šedý trh, ač se na rozdíl od černého trhu nejedná o aktivity veskrze nelegální.³⁴

V případě ochranných známek se pak typicky jedná o další obchodování se zbožím označeným ochrannou známkou poté, kdy je umístěno na některý trh přímo vlastníkem ochranné známky či s jeho souhlasem.

³² HORÁČEK, Roman; BISKUPOVÁ, Eva a DE KORVER, Zuzana. *Práva na označení a jejich vymáhání*. 3. vydání. Praha: Beck, 2015, s. 144.

³³ HEATH, Christopher. *Parallel Imports and International Trade* [online]. 1997 [cit. 13. září 2015]. www.wipo.int, s. 1.

³⁴ CHUNG-LUN, Shen. Intellectual Property Rights and International Free Trade : New Jurisprudence of International Exhaustion Doctrine under the Traditional Legal System. In *Journal of International Commercial Law and Technology* [online]. 2012 [cit. 27. září 2015]. www.jiclt.com, s. 181 – 182.

Primární snahou vlastníka ochranné známky je zamezit nevíтанé konkurenci, kdy mu konkurují v podstatě vlastní produkty označené jeho ochrannou známkou, ovšem obchodované třetím subjektem, k čemuž mu právě práva k ochranné známce mohou za jistých okolností dopomoci.³⁵ V případě paralelních dovozů se jedná vždy o pravé produkty označené ochrannou známkou, nikoliv o padělky.³⁶

V těchto vztazích vždy dochází ke konfliktu různých zájmů. Zjednodušeně lze říci, že zde máme tři strany, jejichž zájmy se různí. Za prvé korporace vlastní práva k ochranným známkám, jejichž zájmem je kontrolovat co nejvíce trh s produkty označenými jejich ochrannou známkou. Za druhé paralelní importéry, kteří mají zájem dosáhnout zisku pomocí obchodu s produkty označenými ochrannou známkou a z logiky věci tak vítají co nejomezenější práva vlastníka ochranné známky. A třetí skupinou jsou spotřebitelé, kteří mají zájem nakoupit produkt co nejlevněji, ovšem také v potřebné kvalitě, popřípadě se souvisejícím servisem.

V tomto bodě lze sledovat osudovost sepetí mezi paralelními dovozy a doktrínou vyčerpání práv. Dle koncepce zvolené tím kterým zákonodárcem se různí prostředky ochrany vlastníka ochranné známky, ale i možnosti ostatních hráčů na trhu a spotřebitelů. Národní koncepce poskytuje vlastníku, jak již bylo zmíněno výše, nejširší ochranu, neboť jeho práva jsou vyčerpána jen pro stát, v němž bylo konkrétní zboží uvedeno na trh. Proti případným dalším re-importérům může vlastník ochranné známky využít ochrany, kterou mu poskytuje známkové právo. Na druhou stranu ve státech uznávajících mezinárodní vyčerpání práv, vlastník ochranné známky v podstatě nemůže zakročit proti dovozu jakéhokoliv svého produktu, který již byl jím či s jeho souhlasem kdekoli po světě prvně uveden na trh.

³⁵ HEATH, Christopher. *Parallel Imports and International Trade* [online]. 1997 [cit. 13. září 2015]. www.wipo.int, s. 1.

³⁶ *Topic Portal : Parallel Imports/Gray Market*. Autor neznámý [online]. [cit. 12. září 2015]. www.inta.org.

Je třeba však poznamenat, že paralelní dovozy mají veskrze pozitivní důsledky pro spotřebitele plynoucí především z větší konkurence na trhu, která vede ke snižování cen. Vlastník ochranné známky tak nemá jakýsi monopol na veškeré produkty označené svou ochrannou známkou na určitém trhu, přičemž toto je důležité zejména u jedinečných produktů či služeb.³⁷ Význam paralelních dovozů pro spotřebitele i jejich úskalí budou popsány níže.³⁸

³⁷ KOŠÍK, Petr. Ochrana průmyslových práv ve vztahu k problematice vyčerpání práva. In KŘÍŽ, Jan aj. *Aktuální otázky práva autorského a práv průmyslových: nový občanský zákoník a vybrané problémy evropského práva duševního vlastnictví - dopady na českou legislativu a praxi*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2014, s. 65.

³⁸ Viz kapitola 7.1.

3 ČESKÁ PRÁVNÍ ÚPRAVA

Úprava práv k duševnímu vlastnictví v České republice má kořeny v samotném ústavním pořádku České republiky, kde v Listině základních práv a svobod stanoví, že „každý má právo vlastnit majetek.“³⁹ Pojem majetku je chápán v širokém smyslu jakožto vlastnění jakéhokoliv předmětu, který má alespoň potenciální majetkovou hodnotu, tedy hmotnou i nehmotnou. Řadíme sem tak i práva duševního vlastnictví. S tímto je pak též úzce spjato subjektivní veřejné právo podnikat nebo provozovat jinou hospodářskou činnost, jež umožňuje duševní vlastnictví též hospodářsky zhodnocovat.⁴⁰

Právě možnost vlastnit nehmotný majetek se v českém právním řádu zrcadlí v zákonech věnujících se povětšinou jednotlivým právům duševního vlastnictví. Pro právo ochranných známek je základním pramenem zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

3.1 Zákon o ochranných známkách

Zákon o ochranných známkách zakotvuje, že „vlastník ochranné známky má výlučné právo užívat ochrannou známku ve spojení s výrobky nebo službami, pro něž je chráněna.“⁴¹ Zde se jasně projevuje ona výlučnost práva k ochranné známce, jeho absolutní ochrana, tedy že nikdo jiný krom zapsaného vlastníka není oprávněn ochrannou známku užívat.

Dále jsou však v zákoně stanoveny i výjimky z jinak absolutní ochrany poskytované vlastníku ochranné známky. Nejdůležitější výjimku pro tuto diplomovou práci představuje institut vyčerpání práv z ochranné známky.

Český zákon k tomuto stanoví, že vlastník ochranné známky není oprávněn zakázat její užívání na výrobcích, které byly s touto ochrannou známkou uvedeny na trh v České republice, v členském státě Evropských společenství nebo jiném státě tvořícím EHP tímto vlastníkem nebo s jeho souhlasem. Pokud však má vlastník ochranné známky oprávněné důvody zakázat pozdější obchodní využití výrobků, zejména

³⁹ Čl. 11 odst. 1 usnesení č. 2/1993 Sb. předsednictva ČNR o vyhlášení Listiny základních práv a svobod.

⁴⁰ TELEČ, Ivo. *Přehled práva duševního vlastnictví : Lidskoprávní základy, licenční smlouva*. 2. upr. vyd. Brno: Doplněk, 2007, s. 72 – 79.

⁴¹ § 8 odst. 1 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách (dále jen Zákon o ochranných známkách).

pokud se stav, popřípadě povaha výrobků po jejich uvedení na trh změnila nebo zhoršily, toto oprávnění vlastníku ochranné známky zůstává.⁴²

V tomto ustanovení se promítl čl. 7 směrnice Rady ES č. 89/104,⁴³ v čemž je jasně vidět sepjetí evropského práva s českým. Ač uvedená směrnice již byla nahrazena novou, úprava se v těchto bodech nezměnila.

Koncepce vyčerpání práv uzákoněná v České republice plně odpovídá evropské, jedná se v tomto případě o regionální princip vyčerpání práv, v evropském kontextu je nazýván principem komunitárního vyčerpání práv. Vzhledem k provázanosti české národní úpravy s úpravou evropskou bude dále tento institut podrobně rozebrán v následující kapitole věnující se evropské právní úpravě.

3.2 Další předpisy

K dalším předpisům použitelným v České republice v souvislosti s problematikou vyčerpání práv a paralelních dovozů je bezesporu i zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví, který podrobněji stanoví možnosti ochrany pro vlastníka ochranné známky. Související úpravu najdeme i v řadě dalších zákonů a podzákoných předpisů.

S pojmem uvedení na trh se v českém právním řádu setkáváme například v zákoně č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky⁴⁴ či v zákoně č. 185/2001 Sb., o odpadech.⁴⁵ Obě tyto definice byly sice vytvářeny pro účely toho kterého zákona, nicméně si myslím, že se zdařile pokoušejí promítnout situaci harmonizovaného trhu EU.

3.3 Vztah k evropskému právu

Český právní řád sám o sobě v této problematice příliš intenzivní a bouřlivý vývoj nezaznamenal, ovšem se vstupem republiky do EU musel přejmout veškeré imperativy unijní legislativy, včetně jaksí již předpřipraveného balíčku v oblasti vyčerpání práv z ochranné známky. Všechny subjekty se tak musely adaptovat na nový systém

⁴² § 11 odst. 1, 2 a 3 zákona o ochranných známkách.

⁴³ Důvodová zpráva k zákonu o ochranných známkách, zvláštní část, k § 10 a 11.

⁴⁴ § 2 písm. b) zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky.

⁴⁵ § 4 odst. 2 písm. b) zákon č. 185/2001 Sb., o odpadech.

komunitárního vyčerpání práv. A domnívám se, že mnohdy mohly z nového režimu těžit.

Dalo by se tak říci, že evropské právo v této oblasti je v současnosti v podstatě i právem českým, přičemž nejen Česká republika, ale i její občané jsou jím vázáni. Právo EU je tak použitelné i pro naše území.

4 EVROPSKÁ PRÁVNÍ ÚPRAVA

V následující kapitole bude podrobně rozebrán systém práva EU týkající se institutu vyčerpání práv k duševnímu vlastnictví a s tím související problematika paralelních dovozů. Zvláštní pozornost bude věnována judikatuře Soudního dvora, neboť ten svými rozhodnutími výrazně přispěl ke konečnému zformování evropského práva v oblasti této problematiky.

4.1 Geneze

Myšlenky na sjednocení Evropy sahají hluboko do historie, vážnější úvahy se však začaly objevovat po skončení druhé světové války, kdy vítězné mocnosti byly nuceny řešit problémy jak politické, tak ekonomické. Za počátek smluvního provázání evropských států, z něhož se později vyvinula EU, můžeme považovat Pařížskou smlouvu o Evropském společenství uhlí a oceli, která nabyla účinnosti roku 1952. Touto smlouvou byl vytvořen společný sektorový trh, zatím pouze v úzké oblasti. Evropské společenství uhlí a oceli byla nadstátní organizace nadaná právní subjektivitou, přičemž již měla normativní pravomoc s účinkem uvnitř členských států.⁴⁶

V roce 1957 dospělo šest evropských států k podpisu Smlouvy o založení Evropského hospodářského společenství. Zde se již plně projevuje myšlenka ekonomické integrace členských států, a sice „*úkolem společenství je zřízení společného trhu*“, jež je dále prohloubena zřízením celní unie a s ní souvisejícím zákazem vývozních a dovozních celních poplatků mezi členskými státy.⁴⁷

Jednotným evropským aktem z roku 1986 byl společný trh ještě zintenzivněn a zaveden pro něj výraz trh vnitřní. Vnitřní trh by měl představovat dokonalejší a prohloubenější společný trh s odstraněním všech překážek, tedy vytvoření skutečného jednotného trhu.⁴⁸

Ruku v ruce s představou společného a posléze jednotného trhu jde i otázka ochrany práv k duševnímu vlastnictví. Z představy jednoty trhu vyplývá, že by skutečný

⁴⁶ SVOBODA, Pavel. *Úvod do evropského práva*. 4. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, s. 5.

⁴⁷ Smlouva o založení Evropského hospodářského společenství ze dne 25. 3. 1957, čl. 2, čl. 9 a čl. 10 (ve znění z 13. 11. 1962).

⁴⁸ SVOBODA, Pavel. *Úvod do evropského práva*. 4. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, s. 166.

trh bez vnitřních hranic nebylo možné uskutečnit bez společných jednotných pravidel i pro práva duševního vlastnictví. Není myslitelné, aby existoval volný pohyb zboží, bez toho, aby bylo možné nakládat i s ochrannou známkou jsoucí na daném zboží. Proto již od počátku snahy o vytvoření společného trhu bylo nutné začít úpravu duševního vlastnictví sjednocovat.

Od vytvoření společného evropského trhu se instituce postupně snaží najít křehkou rovnováhu mezi volným pohybem zboží a ochranou práv k duševnímu vlastnictví.⁴⁹

4.1.1 Jednotný trh, volný pohyb zboží

Jednotný trh EU stojí na čtyřech základních svobodách, a to volném pohybu zboží, služeb, osob a kapitálu. Při jeho vytváření se Společenství muselo vypořádávat s různými se národními úpravami, které spolu mnohdy byly v konfliktu. Pro propojení se užívají dvě metody, a sice metoda pozitivní integrace, při jejímž použití je aktivně budována integrace například harmonizací národních předpisů, a metoda integrace negativní, která spočívá v odstranění národních překážek. Nejprve měly členské státy pouze povinnost nezavádět nové překážky čtyřem základním svobodám, posléze se přistoupilo k pozitivní integraci spočívající v harmonizaci národních úprav.⁵⁰

Přijetím Dohody o Evropském hospodářském prostoru se pak aplikovatelnost pravidel EU pro volný pohyb zboží a služeb, i některých dalších, prakticky rozšířila i do zemí EHP.

Důležitou premisou pro fungování vnitřního trhu EU je zákaz diskriminace na základě státní příslušnosti, jak jej stanoví Smlouva o fungování EU.⁵¹

Paralelní dovozy jako takové tvoří neodmyslitelnou součást obchodování uvnitř EU a ač nejsou výslovně upraveny, můžeme je dovozovat již ze samotné podstaty

⁴⁹ CALBOLI, Irene. Market Integration and (the Limits of) the First Sale Rule in North American and European Trademark Law. In *Santa Clara Law Review* [online]. 2011. Svazek 51, č. 4, článek 6 [cit. 17. září 2015]. www.digitalcommons.law.scu.edu, s. 1266.

⁵⁰ SVOBODA, Pavel. *Úvod do evropského práva*. 4. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, s. 167.

⁵¹ Čl. 18 Smlouvy o fungování EU.

volného pohybu zboží a zákazu kvantitativních omezení vyjádřeného v čl. 34 až 36 Smlouvy o fungování EU (dříve Smlouvy o Evropském společenství).⁵²

Dalším přelomovým bodem při vytváření jednotného trhu se stalo zformování principu vzájemného uznávání, jež poprvé vyslovil Soudní dvůr v případě Cassis de Dijon⁵³. Zde uvedl, že „*neexistuje tedy žádný platný důvod k tomu, aby alkoholické nápoje, pokud jsou legálně vyrobeny a uvedeny na trh v některém členském státě, nemohly být uvedeny na trh ve všech ostatních členských státech; prodeji těchto výrobků nemůže bránit právní zákaz uvádění na trh nápojů s nižším obsahem alkoholu, než je limit stanovený vnitrostátními předpisy.*“ Z toho vyplývá, že výrobek vyrobený dle standardů členského státu, kde byl vyroben, může být volně obchodován i v jiných členských státech, byť mají odlišné standardy výroby. Je nutné „vzájemně uznat“ standardy jednotlivých členských států.

Toto rozhodnutí v podstatě pomohlo překonat argument některých korporací proti paralelním dovozům, které argumentovaly tím, že některé zdánlivě shodné produkty označené toutéž ochrannou známkou mohou být odlišné kvality už samotným rozhodnutím vlastníka ochranné známky v souvislosti s jeho strategií či geografickými odlišnostmi spotřebitelských preferencí.⁵⁴ Prostřednictvím principu vzájemného uznávání je tak každý členský stát povinen respektovat zboží uvedené na trh v jiném členském státě v souladu se standardy tohoto druhého státu. Nikdy pak nemůže dojít k situaci, kdy by producent vlastnící ochrannou známkou zboží pozměnil natolik, aby již nebylo možné vyvážet do jiného státu EU, splňuje-li toto zboží standard alespoň původního členského státu, kde bylo uvedeno na trh.

4.1.2 Harmonizace

Harmonizace právních řádů členských států EU je základním ze způsobů pozitivní integrace. Harmonizační snahy vedou ke sjednocování národních úprav a v důsledku pak ke zpřehlednění právní úpravy i právní jistoty v obchodních stycích uvnitř EU.

⁵² Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 31. 10. 1974 ve věci 16/74 Centrafarm BV a Adriaan de Peiper proti Winthrop BV („Centrafarm II“).

⁵³ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 20. února 1979 ve věci C-120/78, Rewe-Zentral AG v. Bundesmonopolverwaltung für Branntwein („Cassis de Dijon“).

⁵⁴ CALBOLI, Irene. Market Integration and (the Limits of) the First Sale Rule in North American and European Trademark Law. In *Santa Clara Law Review* [online]. 2011. Svazek 51, č. 4, článek 6 [cit. 17. září 2015]. www.digitalcommons.law.scu.edu, s. 1268.

Při harmonizaci se instituce EU snaží uvádět do souladu národní právní řády. Nepřímo se tak děje zejména pomocí směrnic, které zakládají členskému státu povinnost jejich promítnutí do jeho právního řádu, přímo pak především prostřednictvím nařízení, která se stávají přímo závaznými i pro občany členských států EU.

Na poli harmonizačních snah Společenství v oblasti známkového práva hraje významnou roli zejména směrnice 2008/95/ES o ochranných známkách, jež navázala na úpravu původně obsaženou v První směrnici o ochranných známkách 89/104/EHS, a bezesporu i nařízení č. 207/2009, o ochranné známce Společenství.

Směrnice o ochranných známkách zaručuje ve svém čl. 5 výlučná práva vlastníku zapsané ochranné známky. Tato výlučná práva vlastníka ochranné známky sestávají zejména z oprávnění zakázat každému, kdo nemá jeho souhlas, aby v obchodním styku užíval označení totožné s ochrannou známkou pro výrobky totožné s těmi, pro něž je známka registrována. Taktéž může zakázat užívání označení, u nichž existuje nebezpečí záměny u veřejnosti či nebezpečí asociace označení s ochrannou známkou, a to z důvodu jeho totožnosti nebo podobnosti s ochrannou známkou a totožnosti nebo podobnosti výrobků či služeb označovaných ochrannou známkou. Úpravu vyčerpání práv k ochranné známce nová směrnice ponechává zcela v intencích původní směrnice.

4.1.3 Specifický předmět ochranné známky

S problematikou jednotného trhu ve spojení s duševním vlastnictvím úzce souvisí i takzvaný specifický předmět práva, v případě této práce se jedná o specifický předmět práva k ochranné známce.

Článek 36 Smlouvy o evropském společenství připouštěl výjimky ze základních svobod mimo jiné i z důvodu ochrany průmyslového vlastnictví. Soudní dvůr však došel k závěru, že tato výjimka lze aplikovat pouze na ochranu práva, které tvoří samotný specifický předmět tohoto vlastnictví. Ve vztahu k ochranným známkám pak judikoval, že specifickým předmětem ochranné známky je *„záruka, že vlastník ochranné známky má výlučné právo užívat tuto ochrannou známku pro účely prvního umístění produktu chráněného ochrannou známkou na trh, a je proto zamýšleno chránit jej oproti soutěžitelům, kteří si přejí získat výhodu postavení a pověsti ochranné známky*

*prodejem produktů nesoucích tuto ochrannou známku nelegálně.*⁵⁵ Z této judikatorní definice specifického předmětu ochranné známky lze vyvodit, že Soudní dvůr nezamýšlí poskytovat ochranu vlastníku ochranné známky nad rámec prvního uvedení na trh, na druhou stranu ochrana v mezích specifického předmětu práva je garantována.

Uvedenou definici pak Soudní dvůr zopakoval ještě ve svém rozhodnutí Hag II⁵⁶ a doplnil, že ke stanovení přesného účinku tohoto exkluzivního práva zaručeného vlastníku známky je nezbytné uvážit též základní funkci ochranné známky, kterou je garantovat spotřebiteli či konečnému uživateli identifikaci původu produktu označeného známkou tím, že mu umožní odlišit bez rizika záměny určitý produkt od ostatních produktů jiného původu.⁵⁷

Specifický předmět ochranné známky se stal díky konstantní judikatuře Soudního dvora⁵⁸ uznávanou premisou užívanou pro posouzení dalších vyvstávajících rozporů ve vztazích známkového i soutěžního práva a line se jako zlatá nit mnohými rozhodnutími nejen Soudního dvora.

4.2 Vyčerpání práv v evropském Společenství

Snaha o budování skutečného jednotného trhu EU, o odstraňování překážek obchodu mezi členskými státy a o přispění k rozvoji vnitroujijního trhu vedla k vytvoření principu regionálního vyčerpání práv.

4.2.1 Princip komunitárního vyčerpání práv

Jak již bylo zmiňováno v předchozích kapitolách, EU zvolila cestu regionálního vyčerpání práv, kdy se prvním prodejem produktu označeného ochrannou známkou vyčerpá právo vlastníka této známky pro trh celého Společenství. V intencích evropského práva nazýváme toto vyčerpání jako komunitární.

⁵⁵ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 31. 10. 1974 ve věci 16/74 Centrafarm BV a Adriaan de Peiper proti Winthrop BV („Centrafarm II“).

⁵⁶ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 17. října 1990 ve věci C-10/89, SA CNL-SUCAL NV proti HAG GF AG (Hag II).

⁵⁷ WYAND, Roger QC. *Explaining Recent Court Decisions on Trade Marks* [online]. [cit. 28. září 2015]. www.ecta.org, s. 3.

⁵⁸ Např. rozsudek Soudního dvora EU ze dne 22. června 1994 ve věci C-9/93, IHT Internationale Heiztechnik GmbH, Uwe Danzinger proti Ideal-Standard GmbH, Wabco Standard GmbH („IHT Heiztechnik“).

K principu komunitárního vyčerpání práv se poprvé jednoznačně přiklonil Soudní dvůr. V případě Centrafarm II⁵⁹ Soudní dvůr uvedl, že výkon práva vlastníka ochranné známky, které mu svěřuje národní legislativa členského státu, zakázat, aby produkt, jenž již byl umístěn na trh pod touto ochrannou známkou v jiném členském státě, byl prodáván v tomto státě, není slučitelný s pravidly Společenství ohledně volného pohybu zboží. Na základě interpretace samotných základních smluv tak Soudní dvůr dovedl i princip zásadní pro oblast práv průmyslového vlastnictví.

Skutkově se v této věci jednalo o paralelní dovoz léčiva chráněného ochrannou známkou náležející společnosti Winthrop z Velké Británie do Nizozemí společností Centrafarm, přičemž ve Velké Británii se produkt prodával za podstatně nižší ceny než v Nizozemí. Soudní dvůr v této věci zvažoval ustanovení smluv o volném pohybu zboží, přičemž došel k závěru, že ač smlouvy obsahují výjimku z volného pohybu zboží z důvodu ochrany duševního vlastnictví, tato výjimka lze aplikovat pouze v případě ochrany práva, které tvoří samotný specifický předmět duševního vlastnictví.⁶⁰ Ustanovení národního zákonodárství, v nichž je zakotveno, že se právo k průmyslovému vlastnictví nevyčerpává prvním prodejem v jiném členském státě EU a jeho vlastník tak může bránit dovozu z tohoto členského státu, dle Soudního dvora tvoří překážku volnému pohybu zboží, která není ospravedlnitelná, pokud bylo zboží uvedeno na trh v souladu s právem.

Toto rozhodnutí bylo vydáno již v roce 1974, tedy ještě předtím, než byla tato otázka ošetřena vlastní legislativou EU. Soudní dvůr tak do jisté míry předběhl legislativce a dle mého názoru se i velmi zasloužil o upevnění společného trhu.

Postoj Soudního dvora se pak odrazil v ustanoveních První směrnice o ochranných známkách, která v podstatě přejala i současná směrnice 2008/95/ES, jež ve svém článku 7 uvádí: „*Ochranná známka neopravňuje majitele, aby zakázal její užívání pro výrobky, které byly pod touto ochrannou známkou uvedeny majitelem nebo s jeho souhlasem na trh ve Společenství.*“ Tento zákaz se však nepoužije, podává-li vlastník ochranné známky na základě legitimních důvodů námitky proti dalšímu uvádění výrobků na trh. K těmto legitimním důvodům normotvůrce řadí zejména změnu nebo zhoršení stavu výrobku, došlo-li k nim poté, co byly výrobky uvedeny na trh.

⁵⁹ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 31. 10. 1974 ve věci 16/74 Centrafarm BV a Adriaan de Peiper proti Winthrop BV („Centrafarm II“).

⁶⁰ Viz kapitola 4.1.3.

Typicky se tak může jednat například o změny kvality či vzhledu produktu, k nimž došlo v důsledku nesprávného skladování, při němž byl produkt vystaven vysokým teplotám či povětrnostním podmínkám. Prodej takového výrobku, jehož stav se zhoršil oproti stavu při prvním uvedení na trh, by mohl mít negativní vliv na pověst ochranné známky, neboť by si ji spotřebitelé mohli začít spojovat právě s tímto méně kvalitním produktem, nikoliv s produktem v původním stavu, na nějž vlastník ochranné známky svou známku připne.

Komunitární vyčerpání práv pak Dohoda o Evropském hospodářském prostoru rozšiřuje na území celého EHP, když již v roce 1994 v Příloze XVII stanovila, že se pro účely Dohody v První směrnici o ochranných známkách čl. 7 odst. 1 nahrazuje spojení „ve Společenství“ slovy „ve smluvní straně.“ Toto prvotní rozšíření se dále nese novelizacemi Dohody o Evropském hospodářském prostoru.

Nařízení o ochranné známce Společenství pak ve svém článku 13 v podstatě převzalo úpravu režimu vyčerpání práv stanovenou Směrnicí o ochranných známkách i pro samu ochrannou známku Společenství.

Uvedením na trh, a to vlastníkem ochranné známky či s jeho souhlasem, legitimními důvody k podání námitek, jakož i dalšími pojmy uváděnými v tomto článku směrnice se pak dále ve své činnosti podrobně zabýval Soudní dvůr, proto jim bude věnována komplexní pozornost níže,⁶¹ neboť se jedná o samotné jádro problematiky ovlivňující paralelní dovozy uvnitř EU, a tedy i na území České republiky. Samotná norma bez výkladu a uplatnění v praxi zůstává jen holou nádobou, která sice usměrňuje tvar, avšak neovlivní celý svůj obsah.

4.2.2 Vztah k mezinárodnímu vyčerpání práv

Zatímco před vznikem společného trhu byla úprava paralelních dovozů prerogativou národních zákonodárců, po sjednocujících snahách se ustálil princip komunitárního vyčerpání práv k ochranné známce tak, jak byl judikován v roce 1974 v případě Centrafarm II. Otázka postoje EU ke zboží pocházejícímu z vnějšku, tedy z nečlenských států, byla však ještě dlouho po tomto rozhodnutí nejasná.

⁶¹ Viz kapitola 4.3.

Do přijetí První směrnice o ochranných známkách měli národní zákonodárci volnou ruku, tedy mohli si zvolit, zda setrvají u pouhého komunitárního vyčerpání práv jakožto minimálního standardu, či zda půjdou cestou mezinárodního vyčerpání. Země jako Německo, Rakousko či Velká Británie si vybraly cestu mezinárodního vyčerpání, zatímco například mezi jinými Španělsko nikoliv. První směrnice z roku 1988 úpravu harmonizovala ve smyslu kodifikace komunitárního vyčerpání, ovšem její výklad byl nejasný, neboť nestanovila, zda je komunitární vyčerpání jediným možným řešením. Objevily se interpretace, že si státy i po přijetí této směrnice mohou upravit otázku samy ve prospěch mezinárodního vyčerpání, neboť komunitární vyčerpání je jen jakýsi základ, ale i výklad, že je mezinárodní vyčerpání vyloučeno.⁶²

Tuto otázku nakonec opět rozřešil Soudní dvůr, a to v případě *Silhouette*.⁶³ Rakouský výrobce značkových brýlí *Silhouette*, jež nesly stejnojmennou ochrannou známku, se ohradil proti opětovnému dovozu svých obrouček rakouskou společností *Hartlauer*, která byla vnímána jen jako levnější distributor. *Hartlauer* zakoupil levně brýle *Silhouette* v Bulharsku, tedy v době rozhodování v nečlenském státu, a dovezl je zpět do Rakouska. Proti tomuto zpětnému dovozu podala společnost *Silhouette* na svého konkurenta žalobu u rakouského soudu. Rakousko jakožto země tradičně uznávající princip mezinárodního vyčerpání práv však nejprve rozhodla ve prospěch společnosti *Hartlauer*. Až rakouský nejvyšší soud požádal o zodpovězení předběžné otázky Soudní dvůr.

Soudní dvůr se k otázce možnosti, zda se členské státy mohou samy rozhodnout ve prospěch mezinárodních vyčerpání, postavil jednoznačně zamítavě. Judikoval, že národní pravidla ve prospěch vyčerpání známkového práva ve vztahu k produktům uvedeným na trh mimo EHP pod ochrannou známkou jejím vlastníkem či s jeho souhlasem nejsou v souladu s čl. 7 První směrnice o ochranných známkách. Svůj postoj opřel zejména o skutečnost, že jiná interpretace by nebyla schopná zajistit ochranu fungování vnitřního trhu a nejednotnost v postoji jednotlivých členských států k otázce vyčerpání práv by opět vytvořila překážky volnému pohybu zboží i služeb.

⁶² SCHNEEWEISSOVÁ, Sylvie. Problematický postoj EU k mezinárodnímu vyčerpání práv k ochranným známkám. In *EMP: odborný časopis o evropském a mezinárodním právu*. Praha: Nadace EMP, 1995-2004, 1999, roč. 5, č. 6, s. 3.

⁶³ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 16. 7. 1998 ve věci C-355/96, *Silhouette International Schmied GmbH & Co. KG v Hartlauer Handelsgesellschaft mbH*. („*Silhouette*“).

Toto rozhodnutí tak znamenalo nekompromisní odmítnutí institutu mezinárodního vyčerpání práv a jako jediný možný stanovilo princip komunitárního vyčerpání práv. Někdy mu bylo vyčítáno příliš právně formalistické pojetí směrnice či nedostatečná analýza dalších ekonomických a politických argumentů. Soudní dvůr však možná právě prostřednictvím tohoto nedostatku ponechával další rozhodnutí na politických orgánech Společenství.⁶⁴

Pro zajímavost Soud Evropského společenství volného obchodu se k obdobné otázce jen pár měsíců před rozhodnutím ve věci *Silhouette* postavil naprosto opačně. V případě *Mag Instrument Inc*⁶⁵ Soudní dvůr zaujal stanovisko, že čl. 7 Směrnice představuje jen minimální požadavek zavést doktrínu vyčerpání práv v EU. Navíc řekl, že princip mezinárodního vyčerpání práv je příznivější pro volný obchod i hospodářskou soutěž.⁶⁶

Dalším rozhodnutím, jež stojí za zmínku, je pak rozhodnutí samotného Soudního dvora v případě *Javico*,⁶⁷ k němuž dospěl opět jen několik měsíců před rozuzlením ve věci *Silhouette*. Skutkově podobnou situaci však Soudní dvůr rozsoudil diametrálně odlišně, ovšem nikoliv za použití premis známkového práva, nýbrž na základě práva soutěžního. Yves Saint Laurent jakožto vlastník ochranné známky uzavřel distribuční smlouvy se společností *Javico*. Součástí těchto smluv bylo, že produkty takto distribuované zůstanou na cílových trzích mimo EU, čímž chtěl vlastník ochranné známky zabránit zejména případným paralelním dovozům zpět na trh EU. Soudní dvůr však v tomto omezení spatřoval potenciální narušení soutěže uvnitř EU a tedy i potenciální neplatnost takového ujednání.

V souvislosti s později judikovaným vyloučením režimu mezinárodního vyčerpání práv, zdá se toto rozhodování poněkud nehomogenní, neboť důsledkem vyloučení principu mezinárodního vyčerpání je i možnost vlastníka ochranné známky bránit se

⁶⁴ MYLLY, Tuomas. *A Silhouette of Fortress Europe? International Exhaustion of Trade Mark Rights in the EU* [online]. University of Turku. 2000 [cit. 9. října 2015]. www.utu.fi, s. 15.

⁶⁵ Protokol z jednání Soudu evropského společenství volného obchodu ve věci E-2/97 ze dne 3. 12. 1997, *Mag Instrument Inc. proti California Trading Company Norway, Ulsteen*.

⁶⁶ SCHNEEWEISSOVÁ, Sylvie. Problematický postoj EU k mezinárodnímu vyčerpání práv k ochranným známkám. In *EMP: odborný časopis o evropském a mezinárodním právu*. Praha: Nadace EMP, 1995-2004, 1999, roč. 5, č. 6, s. 5.

⁶⁷ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 28. 4. 1998 ve věci C-306/96, *Javico International and Javico AG proti Yves Saint Laurent Parfums SA („Javico“)*.

paralelním dovozům z území mimo trh EU. Tato možnost byla v rozhodnutí Javico přinejmenším zpochybněna, a to pro případy narušující soutěž v EU.

Nicméně vzhledem k následné praxi po vydání rozhodnutí Silhouette již můžeme judikaturu Soudního dvora považovat za konstantní, a to ve prospěch komunitárního vyčerpání práv jakožto jediného možného.⁶⁸

4.2.3 Úvahy de lege ferenda

Již v případě Silhouette zmínil Soudní dvůr možnost, že instituce EU se mohou, budou-li chtít, přiklonit k principu mezinárodního vyčerpání práv, ovšem zatím se tak s ohledem na znění současné Směrnice o ochranných známkách nestalo.

Diskuze o vhodnosti této doktríny však stále rozdmýchávají živé debaty, proto považuji za vhodné se nad touto problematikou hlouběji zamyslet. Při hledání optimálního modelu je třeba brát v úvahu celou řadu faktorů a vyslechnout argumenty pro i proti.

Příznivci mezinárodního vyčerpání práv tvrdí, že by situace byla výhodná zejména pro spotřebitele, neboť by tlačila ceny jednoznačně dolů. Odpůrci tohoto konceptu, převážně vlastníci ochranných známek, na druhou stranu zdůrazňují, že snížení jejich zisků by mohlo negativně ovlivnit investice do vývoje. Paralelní dovozci také parazitují na úsilí vlastníků, které vlastníci ochranných známek vkládají do reklamních kampaní, navíc i spotřebitelé jsou dle těchto názorů ochuzováni o některé přídatné služby, které by bývali obdrželi od oficiálních distributorů, nikoliv však už od paralelních dovozců.⁶⁹

Jak je výše uvedeno, i Soud Evropského společenství volného obchodu favorizuje spíše mezinárodní vyčerpání práv. Zdá se, že tento spor je ještě dalek svému rozuzlení, nicméně mezinárodní debata okolo něho neutichá.

Evropská komise si v roce 1999 nechala vypracovat zprávu o případných ekonomických dopadech přijetí konceptu mezinárodního vyčerpání. Nejprve shledala, že rozsah paralelních dovozů ve zkoumaných odvětvích tvoří průměrně 0 až 10 %,

⁶⁸ Například rozsudek Soudního dvora EU ze dne 28. října 2010 ve věci C-449/09, Canon Kabushiki Kaisha proti IPN Bulgaria OOD.

⁶⁹ SCHNEEWEISSOVÁ, Sylvie. Problematický postoj EU k mezinárodnímu vyčerpání práv k ochranným známkám. In *EMP: odborný časopis o evropském a mezinárodním právu*. Praha: Nadace EMP, 1995-2004, 1999, roč. 5, č. 6, s. 6.

maximálně však 20 % z objemu zboží. Co se ekonomických dopadů týče, z krátkodobého hlediska by dle zprávy došlo ke snížení cen kvůli většímu množství paralelních dovozů, zvýšila by se produkce a vznikla by nová pracovní místa. Část zaměstnanců autorizovaných distributorů by pravděpodobně přišla o místa, nicméně to by bylo vyrovnáno novými pracovními místy v neoficiálních prodejnách. V dlouhodobém horizontu by však změna režimu vyčerpání práv měla spíše negativní důsledky. Vlastníci ochranných známek by přišli o část zisku, již by se snažili dorovnat pomocí změn v obchodních strategiích, umístěním produkce i oceňování svých produktů. To by mohlo vést k zastavení investic do vývoje nových známek, odchod z některých trhů či snížení kvality a různorodosti chráněných výrobků. Toto by v konečném důsledku bylo pro spotřebitele pravděpodobně nešťastné, přičemž ani snížení cen by toto těžko vyvažovalo.^{70 71}

Ač tato studie zní poměrně přesvědčivě ve prospěch komunitárního vyčerpání práv, globalizace trhů, byť ta v současné době stagnuje,⁷² si časem dle mého názoru vyžádá uvolnění této koncepce ve prospěch mezinárodního vyčerpání.

Domnívám se, že pro spotřebitele pravděpodobně výhody širšího uvolnění paralelních dovozů prostřednictvím mezinárodního vyčerpání práv převažují nad nevýhodami, byť ty jsou též značné. Spotřebitel by však dle mého názoru měl mít možnost volby, zda si produkt koupí od oficiálního distributora za vyšší cenu, ovšem s jistotou týkající se kvality distribuce a skladování, s přidanou hodnotou ve smyslu nadstandardních služeb či budoucího servisu, nebo za cenu nižší od neoficiálního importéra, kde však výše uvedené výhody povětšinou chybí. Věřím, že by se obzvlášť na vyspělých trzích krom osob, pro něž je rozhodující nejnižší cena, našla i početná skupina zákazníků, kteří investují i do nadstavbových služeb.

Dle mého názoru zde však zůstává obava, zda by toto do jisté míry prolomení ochrany vlastníka ochranné známky mohlo mít za následek nižší motivaci pro vlastníka, aby vyvíjel úsilí při zlepšování svých služeb, inovací produktů či při rozšiřování

⁷⁰ National Research Associates, S J Berwin & Co and IFF Research. *The Economic Consequences of the Choice of a Regime of Exhaustion in the Area of Trademarks, Final Report for the DG XV of the European Commission* [online]. London, 8. srpna 1999 [cit. 16. září 2015]. www.ec.europa.eu, s. 25 – 28.

⁷¹ SCHNEEWEISSOVÁ, Sylvie. Problematický postoj EU k mezinárodnímu vyčerpání práv k ochranným známkám. In *EMP: odborný časopis o evropském a mezinárodním právu*. Praha: Nadace EMP, 1995-2004, 1999, roč. 5, č. 6. s. 7.

⁷² KOF Swiss Economic Institute, *KOF Index of Globalization : Globalization is Stagnating* [online]. 5. 3. 2015 [cit. 19. září 2015]. www.kof.ethz.ch, s. 1 – 2.

své nabídky, aby uspokojil co nejvíce spotřebitelů. Na druhou stranu věřím, že by se většina vlastníků ochranných známek takovéto změně dokázala přizpůsobit, ostatně své produkty dozajista nikde, ani na těch chudších trzích, neprodává pod nákladovou cenou.

K tomuto je zajímavé se zamyslet i nad samotnou funkcí ochranných známek oproti dalším právům duševního vlastnictví. Ochranná známka má význam zejména v obchodní realitě, tedy kdy jsou již konkrétní produkty uváděny na trh a jejich producent se snaží uzurpovat co největší podíl na trhu, přičemž ochrannou známku využívá k rozlišení svých produktů pro spotřebitele a též pro často masivní reklamní kampaň. Ač nechci rozporovat možnou a i častou propojenost ochranných známek s dalšími předměty duševního vlastnictví, jmenovitě patenty a autorským právem, domnívám se, že pro samotného vlastníka ochranné známky nikdy nebudou následky užití mezinárodního vyčerpání tak citelné jako pro autora umělecké tvorby či vynálezce závisejícího plně na svých duševních invencích. U patentů by podle mě skutečně mohly být následky mezinárodního vyčerpání opravdu zdrcující, neboť by se výrobky chráněné patenty patrně ani nedostaly na trh, který je sice nutně potřebuje, ovšem kupní síla tam není taková, aby dokázala snést cenovou hladinu srovnatelnou s vyspělými ekonomikami.

Zajímavý a inspirující může být model uplatňovaný ve Spojených státech, kde se práva z patentů řídí principem národního vyčerpání (v evropských podmínkách by muselo jít o vyčerpání komunitární), nicméně režim ochranných známek je rozvolněn ve prospěch mezinárodního vyčerpání.⁷³

4.3 Judikatura Soudního dvora Evropské unie ve vztahu k paralelním dovozům

Judikatura Soudního dvora věnovala v průběhu desetiletí podrobnou pozornost vývoji doktríny vyčerpání práv a mnohdy k tomuto vývoji sama lvím dílem přispívala, jak již bylo naznačeno výše.

⁷³ CALBOLI, Irene. The (avoidable) effects of territorially different approaches to trademark and copyright exhaustion. In CALBOLI, Irene, LEE, Edward. *Trademark Protection and Territoriality Challenges in a Global Economy*. 2014, s. 158.

Další část této práce bude pojednávat o dílčích rozhodnutích Soudního dvora, jež se věnovala problematice paralelních dovozů a s ní souvisejícímu konceptu vyčerpání práv a která mnohdy pomohla sjednotit výkladovou praxi členských států a přispěla k celkovému porozumění těmto institutům.

4.3.1 Uvedení na trh a důkazní břemeno

Výkladu pojmu „uvedení na trh“ se Soudní dvůr věnoval v rozhodnutí k případu Peak Holding,⁷⁴ v němž bylo sporné, zda se ke zboží jednou nabízenému k prodeji, avšak neprodanému, vyčerpávají práva již v okamžiku, kdy bylo zboží dovozeno na vnitřní trh EHP a bylo za něj zapláceno clo s úmyslem jej prodat či již nabídnutím zboží k prodeji v prodejně. Dále byla řešena situace, zda lze zvrátit vyčerpání práv stažením neprodaného zboží z obchodu zpět do skladu, a nakonec i situace, zda jsou práva z ochranné známky vyčerpána v případě, že je zboží sice převedeno podnikem na vnitřní trh, avšak je smluvně vymíněno, že k prodeji tohoto zboží na vnitřním trhu nedojde.

Soudní dvůr se usnesl na potřebnosti jednotné interpretace pojmu uvedení na trh na území Společenství, zároveň upozornil na nutnost vycházet při výkladu ze systematiky a cílů směrnice o ochranných známkách. Vlastníku ochranné známky má být umožněna kontrola nad prvním uvedením označeného zboží na trh. Prodejem tohoto zboží se tato práva vyčerpávají.

Soudní dvůr uvedl, že pouhým dovozem zboží za účelem prodeje uvnitř EHP či nabídnutím k prodeji není zboží uvedeno na trh ve smyslu ustanovení směrnice, neboť se takovými úkony nepřevádí právo nakládat se zbožím označeným ochrannou známkou, vlastník tímto nezískává hospodářskou hodnotu, tudíž nadále potřebuje mít možnost kontrolovat své produkty a střežit jejich kvalitu. I ze systematického výkladu uváděné směrnice nadto vyplývá, že pojmy dovoz, nabízení zboží a jeho uvedení na trh nemohou být synonyma.⁷⁵ Dojde-li ke stažení neprodaného zboží zpět do skladů,

⁷⁴ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 30. listopadu 2004 ve věci C-16/03, Peak Holding AB proti Axolin-Elinor EB („Peak Holding“).

⁷⁵ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/95/ES ze dne 22. října 2008, čl. 5 odst. 3 písm. b), c) – v těchto ustanoveních se souběžně vyskytují všechny tři uvedené pojmy.

nemá to na vyčerpání práv k ochranné známce žádný vliv, neboť k vyčerpání ještě vůbec nedošlo.

K otázce smluvního omezení umístění zboží na trh se však Soudní dvůr staví pro účely zamezení vyčerpání práv záporně, neboť dle jeho právního názoru takovýto smluvní zákaz nebrání vyčerpání práva vlastníka známky v případě následného prodeje uvnitř EHP. Jestliže vlastník ochranné známky prodá jí označené produkty subjektu usazenému v EHP, jeho práva se tím vyčerpávají, bez ohledu na případná smluvní omezení.

Tento rozsudek však nebyl považován zejména vzhledem k poslední otázce za nikterak praktický, neboť výrobci, kteří chtějí své zboží prodávat mimo EHP, aniž by jejich práva na území EHP byla vyčerpána, jsou pod tlakem tohoto rozhodnutí nuceni své produkty převádět přímo na třetí subjekty mimo území EHP, aby předešli možnému vyčerpání práv pro území Společenství.⁷⁶

Pro praxi je dále důležité rozhodnutí Soudního dvora ve věci Van Doren,⁷⁷ v němž se soud zabýval otázkou, kdo nese důkazní břemeno při prokazování, kde bylo zboží poprvé uvedeno na trh, tedy zda k tomuto uvedení došlo uvnitř či vně EHP.

Německá společnost Van Doren byla oficiálním distributorem společnosti Stussy Inc, která produkty označené svou ochrannou známkou obchodovala na území EHP pomocí exkluzivní distribuční sítě, díky níž měla v každém státě právě jednoho výlučného distributora. Všichni distributoři byli vázáni neposkytovat chráněné zboží žádným prostředníkům za účelem dalšího prodeje. Společnost Lifestyle začala prodávat v Německu zboží označené ochrannou známkou náležející Stussy Inc, aniž jej odkoupila od oficiálního distributora Van Doren. Van Doren zmocněn vlastníkem známky podal na Lifestyle v Německu žalobu. Lifestyle tvrdil, že zboží získal od zdroje, který zboží nabyl uvnitř Společenství, kde bylo uvedeno na trh se souhlasem vlastníka ochranné známky. Německý soud řízení přerušil, neboť ve sporu viděl potenciální konflikt s unijním právem, neboť nebylo jasné, která ze stran sporu má nést důkazní břemeno k prokázání, kde bylo zboží prvně uvedeno na trh.

⁷⁶ STOTHERS, Christopher. *Parallel Trade in Europe : Intellectual Property, Competition and Regulatory Law*. Vyd. 1. North America, Portland: Hart Publishing, 2007, s. 47.

⁷⁷ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 8. dubna 2003 ve věci C-244/00, Van Doren + Q.GmbH proti Lifestyle sports + sportswear Handelsgesellschaft mbH, Michael Orth („Van Doren“).

Soudní dvůr došel k závěru, že třetí strana, proti níž byla vznesena žaloba ze strany vlastníka ochranné známky, musí prokázat, že práva vlastníka ochranné známky již byla vyčerpána, jestliže na tomto staví svoji obranu. Přece však v případě, kdy tato třetí strana prokáže, že by zde existovalo riziko rozdělování národních trhů, kdyby nesla důkazní břemeno sama, je na vlastníku ochranné známky, aby prokázal, kde došlo k uvedení daných výrobků na trh poprvé, tedy že se tak stalo mimo EHP. K tomuto může dojít zejména v případě, kdy vlastník ochranné známky využívá v EHP exkluzivní distribuční systém. Pokud vlastník ochranné známky předloží důkazy, že zboží bylo původně uvedeno na trh mimo EHP, důkazní břemeno opět přechází na třetí stranu, aby ta prokázala, že se do EHP zboží dostalo se souhlasem vlastníka známky.

Tento postoj Soudního dvora považují za opodstatněný, paralelní distributor by měl mít přehled, jakou cestou zboží nabyt. Přesto by v určitých situacích mohlo být nesení důkazního břemena paralelním dovozcem příliš tvrdé, proto Soudní dvůr zcela správně obrousil hrany a stanovil výjimky, které úvodní přísnost v jistých případech zmírňují.

V dalším případě zvaném IHT Heiztechnik a Danzinger⁷⁸ došlo ke konfliktu mezi společnostmi užívajícími ochrannou známku jsoucí stejného původu. Německá společnost Ideal-Standard vlastnila stejnojmennou ochrannou známku pro topenářskou techniku, pod níž však začala do Německa obdobné výrobky dovážet i společnosti IHT Heiztechnik. Společnost IHT Heiztechnik nicméně nabyla práva k této ochranné známce legální cestou od své mateřské francouzské společnosti. Ta ji odkoupila od pobočky Ideal-Standardu, jež se ocitla na území Francie v úpadku.

Otázkou bylo, zda stejnou ochrannou známku může užívat jak původní společnost, jež ji v podstatě vyvinula, tak i odlišná společnost, která v jiném členském státě legálně nabyla možnost ji též užívat. Soudní dvůr vyslovil, že není v obecné rovině možné, aby vlastník ochranné známky bránil dovozu zboží, které bylo po právu uvedeno na trh v jiném členském státě, neboť by takové bránění bylo sto uměle dělit trhy uvnitř EHP a vytvářet překážky volnému pohybu zboží.

⁷⁸ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 22. června 1994 ve věci C-9/93, IHT Internationale Heiztechnik GmbH, Uwe Danzinger proti Ideal-Standard GmbH, Wabco Standard GmbH („IHT Heiztechnik“).

K vyčerpání práv může dojít uvedením na trh i osobou hospodářsky spojenou s vlastníkem ochranné známky. Jmenovitě se jedná o případy, v nichž vystupuje stejný podnik, nabyvatel licence, mateřská společnost, pobočka stejné obchodní skupiny či exkluzivní distributor. Důležitým faktorem při rozhodování je možnost kontroly vlastníka ochranné známky nad kvalitou produktů označených ochrannou známkou. Pokud však tuto kontrolu nevykonává, ač k ní má smluvní možnosti, musí nést odpovědnost i za případné produkty nízké kvality. Zanikne-li však ekonomické propojení a s ním i možnost kontroly, je situace složitější. Volný pohyb zboží by znemožnil základní funkci ochranných známek, a sice funkci rozlišovací.

V tomto světle nakonec Soudní dvůr rozhodl, že není nezákonným omezováním obchodu mezi členskými státy, jestliže původní vlastník ochranné známky zamezuje dovozu produktů označených totožnou ochrannou známkou, jakou má v daném státě registrovanou, ač tu třetí subjekt používá v souladu se zákony svého domovského členského státu. Kdyby se tomuto nezamezilo, spotřebitelé by byli vystaveni riziku záměny zboží nesoucího totožnou ochrannou známkou a tím by byla ohrožena základní funkce ochranné známky.

Obdobný postoj Soudní dvůr zastával i v případě, kdy za jinak obdobných okolností, došlo k převodu práv k ochranné známce na třetí osobu v důsledku vyvlastnění.⁷⁹

Domnívám se, že možnost kontroly vlastníka nad kvalitou produktů označených ochrannou známkou je rozumným a dostatečně opodstatněným měřítkem při posuzování oprávněnosti zásahů vlastníka ochranné známky do pohybu zboží označeného jeho ochrannou známkou. Tento přístup garantuje i jistotu pro spotřebitele, pokud při výběru zboží sáhnou po osvědčené značce nemajíce možnost ověřovat, zda existuje hospodářské propojení mezi jednotlivými výrobci či nikoliv.

4.3.2 Souhlas s uvedením na trh

Další poměrně rozsáhlou oblastí, jíž se Soudní dvůr ve své rozhodovací praxi opakovaně zabýval, je vymezení situace, kdy je zboží uvedeno na trh nikoliv přímo vlastníkem ochranné známky, nýbrž pouze s jeho souhlasem. Tato formulace vedla

⁷⁹ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 17. října 1990 ve věci C-10/89, SA CNL-SUCAL NV proti HAG GF AG.

k řadě sporů, neboť v ní paralelní dovozci vycítili příležitost změkčit režim vyloučení mezinárodního vyčerpání práv.

V případě Sebago⁸⁰ se Soudní dvůr zabýval případem, kdy společnost GB-Unic nakoupila obuv vyrobenou v Salvadoru označenou ochrannou známkou vlastněnou společností Sebago od paralelního dovozce a prodávala je v Belgii, kde zároveň byla registrována i uvedená ochranná známka. Společnost Sebago podala na GB-Unic žalobu. GB-Unic se bránil tím, že obdobné dodávky zboží ze Salvadoru jsou obchodovány na území Společenství i se souhlasem vlastníka známky, proto může takové zboží prodávat též, neboť souhlas vlastníka známky byl udělen ve vztahu k určitému druhu zboží jako takovému.

Soudní dvůr ve svém rozsudku akcentuje princip věcného, nikoliv druhového vyčerpání práv k ochranné známce a stanoví, že souhlas s uvedením na trh se musí vztahovat ke každému jednotlivému produktu, k němuž se tímto uvedením práva vyčerpávají. Právo se dále nevyčerpává prvním uvedením na trh mimo území EHP. Nelze tak vyvodit ze souhlasu k jedné dodávce zboží to, že vlastník ochranné známky tím dává souhlas s uvedením na trh dalších, byť třeba totožných, zásilek.

Otázku možnosti konkludentního udělení souhlasu s uvedením na trh Soudní dvůr řešil ve svém stěžejním judikátu ve věci Zino Davidoff.⁸¹

Společnost Zino Davidoff vlastní ochranné známky pro kosmetické výrobky, které pod svou známkou prodává jak na území EHP, tak mimo něj. Singapurský subjekt byl vázán smlouvou se společností Zino Davidoff prodávat své zboží pouze na vymezeném asijském území a zároveň smluvně zavazovat i další smluvní partnery pouze k prodeji vně EHP. Společnost A & G Imports získala zásoby výrobků nesoucích známku Davidoff, které byly prvně legálně uvedeny na trh v Singapuru. Tyto výrobky pak dovezla do Spojeného království za účelem dalšího prodeje. Proti tomuto se ohradil vlastník ochranné známky. Společnost A & G uváděla na svou obranu skutečnost,

⁸⁰ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 1. 7. 1999 ve věci C-173/98, Sebago Inc. and Ancienne Maison Dubois et Fils SA proti GB-Unic SA („Sebago“).

⁸¹ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 20. listopadu 2001 ve spojených věcech C-414/99 až C-416/99, mezi Zino Davidoff SA a A & G Imports Ltd ad („Zino Davidoff“).

že souhlas k dovozu a prodeji byl společností Davidoff dán či alespoň musel být považován za daný již z okolností, za nichž byly výrobky umístěny v Singapuru na trh.

Soudní dvůr se pak zabýval otázkou, kdy lze mít za to, že vlastník ochranné známky dal přímo či nepřímo souhlas k opětovnému dovozu legálně nabytého zboží, tedy k jeho uvedení na trh na území EHP. Stanovil, že souhlas „*může být konkludentní, jestliže vychází ze skutečností a okolností, (...) které (...) jednoznačně vyjadřují vzdání se majitelem svého práv vznést námitky proti uvedení na trh v EHP.*“ Tento standard dle mého názoru nastavil laťku na určitost a přesnost takového konkludentního souhlasu značně vysoko.

Mlčky sice lze udělit konkludentní souhlas, splňuje-li výše uvedený standard, avšak z pouhého samostatného mlčení toto dovodit nelze. Dále konkludentní souhlas nemůžeme implikovat ze samotných skutečností, že vlastník známky neuvědomil všechny následné nabyvatele o svých námitkách proti uvedení na trh v EHP či neuvedl zákaz uvedení na trh v EHP na svých výrobcích či že převedl vlastnictví k produktům nesoucím ochrannou známku bez odpovídajícího smluvního omezení.

Z odmítnutí samotného presumovaného souhlasu, který není podpořen skutečnou vůlí subjektu udělujícího souhlas, lze dovodit, že řešení situace stanovené v případě Javico je z pohledu známkového práva neúnosné. Vlastníci ochranných známek se tak díky rozhodnutí ve věci Zino Davidoff mohou bránit proti neautorizovanému dovozu svých výrobků do zemí EHP, ač při jeho prodeji mimo EHP nezakotví přímo do distribučních smluv zákazů dovozu zboží do EHP.⁸²

Toto rozhodnutí je důležité zejména z pohledu odmítnutí presumovaného souhlasu vlastníka ochranné známky s volným oběhem svého zboží, není-li zde dostatek vůle opačné.⁸³

Tento svůj právní názor Soudní dvůr vícekrát podpořil, jmenovitě v případě Makro,⁸⁴ kde se jednalo o ochrannou známku Diesel, pod níž společnost Cosmos

⁸² PIETAK, Tomáš. *Vliv judikatury soudního dvora z oblasti soutěžního práva na územní vymezení vyčerpání práv z ochranné známky – část I* [online]. 5. 2. 2004 [cit. 3. října 2015]. www.epravo.cz.

⁸³ Cestou presumovaného souhlasu se vydávají například země Commonwealthu, viz MYLLY, Tuomas. *A Silhouette of Fortress Europe? International Exhaustion of Trade Mark Rights in the EU* [online]. University of Turku, 2000. s. 5 [cit. 9. října 2015]. www.utu.fi.

⁸⁴ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 15. října 2009 ve věci C-324/08, Makro Zelfbedieningsgroothandel C.V., Metro Cash & Carry B.V., Remo Zaandam B.V. proti Diesel („Makro“).

uváděla výrobky na trh uvnitř EHP, navíc bez výslovného souhlasu společnosti Diesel. Tyto výrobky posléze začala obchodovat i společnost Makro, před níž se vlastník ochranné známky Diesel domáhal ochrany. Jedná se v podstatě o drobnou variaci na případ Davidoff, v níž se rozhodovalo, zda se obdobná kritéria pro souhlas vlastníka známky jako ta vytýčená v případě Davidoff uplatní i v případě, kdy zboží bylo poprvé uváděno na trh přímo v EHP osobou odlišnou od vlastníka ochranné známky. Pravidla stanovená v případě Davidoff Soudní dvůr potvrdil, navíc ještě zpřesnil, že se může jednat i o souhlas s uvedením na trh přímo v EHP, udělený i osobě nikterak hospodářsky neprovázané s vlastníkem známky, nicméně musí tento souhlas splňovat kvality stanovené v případě Davidoff.⁸⁵

V dalším případě Coty Prestige⁸⁶ pak Soudní dvůr upřesnil, že k uvedení na trh či k implicitnímu souhlasu s uvedením na trh nedochází poskytnutím neprodejných testerů, které vlastník ochranné známky poskytuje, pouze aby si potenciální zákazníci mohli produkt vyzkoušet. Navíc vzhled těchto testerů se liší od klasických produktů nesoucích ochrannou známku a ani vlastnictví k těmto testerům nepřechází na prodejce. Dovození souhlasu vlastníka ochranné známky s tímto uvedením na trh též brání skutečnost, že tyto vzorky jsou označeny nápisy jako „tester“, „vzorek“ či „prodej zakázán.“

Porušení licenční smlouvy a následné uvádění na trh výrobků chráněných ochrannou známkou držitelem licence, avšak v rozporu s touto licencí, je-li dotyčné porušení ustanovení licenční smlouvy možné podřadit pod čl. 8 odst. 2 směrnice o ochranných známkách, je chápáno jako uvedení na trh bez souhlasu vlastníka ochranné známky.⁸⁷

Z výše uvedených případů lze dovodit, že Soudní dvůr téměř konstantně ve svých rozhodnutích favorizuje spíše vlastníky ochranných známek z pohledu jejich ochrany

⁸⁵ HORÁČEK, Roman; MACEK, Jiří a BISKUPOVÁ, Eva. *Sbírka správních a soudních rozhodnutí ve věcech průmyslového vlastnictví*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2011, s. 72.

⁸⁶ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 3. června 2010 ve věci C-127/09, Coty Prestige Lancaster Group GmbH proti Simex Trading AG („Coty Prestige“).

⁸⁷ K tomu blíže v kapitole 4.3.3, Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 23. dubna 2009 ve věci C-59/08. Copad SA proti Christian Dior couture SA, Société industrielle lingerie („Copad“).

prostřednictvím známkového práva. Za zásadní lze považovat odmítnutí presumovaného souhlasu vlastníka ochranné známky s volným oběhem svého zboží vyjádřený v případě Zino Davidoff, jímž je postavení vlastníka ochranné známky velmi upevněno.

4.3.3 Použití ochranné známky paralelním dovozcem pro reklamní účely

K paralelním dovozům a opětovnému prodeji zboží chráněného ochrannou známkou neoddělitelně patří otázka, zda a případně za jakých okolností může být užitá ochranná známka i jinými osobami než jen vlastníkem a subjekty disponujícími souhlasem vlastníka pro reklamní účely.

Bylo by zřejmě nespravedlivé, aby obchodníci, kteří získají pravé produkty označené ochrannou známkou legální cestou, nemohli tyto produkty užívat též k tomu, aby ukázali svou nabídku a měli možnost upoutat pozornost potenciálních zákazníků. Přesto v tomto odvětví došlo k řadě sporů, s nimiž se musel vypořádat až Soudní dvůr EU.

V případě Parfums Christian Dior⁸⁸ se jednalo o spor mezi společností Dior vyrábějící a distribuující parfémy a další kosmetiku, které jsou považovány za luxusní kosmetické produkty, a společností Evora, která získala produkty označené ochrannou známkou patřící společnosti Dior prostřednictvím paralelního dovozu, tedy mimo oficiální distribuční síť Dioru, a začala je prodávat v holandské síti lékáren.

Síť lékáren využila na svou vánoční kampaň právě produkty chráněné ochrannou známkou Dior, jejichž balení a lahvičky zobrazovala na reklamních letáčích. Společnost Dior se však domnívala, že takovéto zobrazení v reklamních materiálech nekoresponduje s prestižní a luxusní prezentací jejích produktů, proto podala žalobu k soudu, jíž se domáhala, aby Evora přestala užívat obrazové ochranné známky Dior a ani je nezobrazovala v žádném katalogu, brožuře, reklamě či jinak.

Soudní dvůr se k otázce užití ochranné známky, k níž již byla práva vyčerpána, v následné reklamě, postavil dosti jasně. Kdyby totiž právo užívat známku za účelem

⁸⁸ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 4. listopadu 1997 ve věci C-337/95, Parfums Christian Dior SA a Parfums Christian Dior BV proti Evora BV („Parfums Christian Dior“).

propagace produktu a jeho dalšího prodeje nebylo vyčerpáno stejným způsobem jako právo produkt znovu prodávat, tento opětovný prodej by byl značně ztížen a odporovalo by to i samotnému účelu institutu vyčerpání práv. Je-li tedy právo vlastníka ochranné známky prvním uvedením na trh Společenství vyčerpáno, případný další prodejce může též užívat ochrannou známku, jíž je zboží opatřeno, k propagaci tohoto zboží.

Užívání ochranné známky za účelem informování spotřebitele o nabízeném zboží a službách řešil Soudní dvůr též v případě BMW.⁸⁹ Společnost BMW vyrábějící vozy nesoucí stejnojmennou ochrannou známku vznesla u soudu žalobu proti panu Deenikovi, jenž provozoval dílnu, v níž jednak prováděl údržbu a opravy vozů BMW a jednak prodával ojeté vozy téže značky. Při inzerci svých služeb užíval ochrannou známku BMW, ač nepatřil k oficiální distribuční síti.

Soudní dvůr ve svém rozhodnutí zohlednil ustanovení čl. 6 odst. 1 První směrnice o ochranných známkách, které uvádí, že vlastník ochranné známky není oprávněn zakázat třetí osobě užívat v obchodním styku *„ochrannou známku, je-li to nezbytné k označení účelu zboží nebo služby, zejména v případě příslušenství nebo náhradních dílů; pokud je užívá v souladu s poctivými zvyklostmi v průmyslu nebo v obchodě.“*

Inzerce prodeje ojetých vozů BMW prostřednictvím užití ochranné známky je nezbytným předpokladem pro další obchodování jimi. Soudní dvůr však též stanovil, že taková reklama nemusí být přípustná, budí-li dojem existence spojení mezi prodejcem a vlastníkem ochranné známky, popřípadě mezi prodejcem a členy oficiální distribuční sítě, či dojem jiného obdobného spojení. Za jistých okolností může být tento dojem legitimním důvodem ve smyslu čl. 7 odst. 2 směrnice o ochranných známkách a vlastník ochranné známky by mohl zakročit proti takovému užití. Posouzení situace však náleží národním soudům.

Co se týče propagace služeb spojených s konkrétní značkou, už generální advokát správně poukázal na skutečnost, že nezávislý prodejce jen stěží sdělí svým potenciálním zákazníkům, že udržuje a opravuje vozidla BMW, či že se na tyto vozy specializuje, aniž by se vyvaroval užití ochranné známky. Užívá-li ochrannou známku v souladu

⁸⁹ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 23. února 1999 ve věci C-63/97, Bayerische Motorenwerke AG (BMW) a BMW Nederland BV proti Ronald Karel Deenik („BMW“).

s poctivými zvyklostmi k informování spotřebitelů o své činnosti, aniž by vytvářel dojem obchodního spojení mezi ním a vlastníkem známky, nemá vlastník ochranné známky právo takové užití zakázat.

Domnívám se, že postoj Soudního dvora byl v těchto případech jen logický a toto potvrzení volného užívání ochranné známky mělo jen pozitivní efekt na obchodní vztahy i pro spotřebitele, kteří se takto jednoduše dozví, kde najdou konkrétní zboží či službu.

4.3.4 Ochrana pověsti ochranné známky

Článek 7 odst. 2 směrnice o ochranných známkách uvádí, že vlastník ochranné známky může podat námitky „na základě legitimních důvodů“ proti dalšímu uvádění výrobků na trh. Jedním z těchto důvodů může být i ochrana dobré pověsti známky.

V rozsudku týkajícím se věci Parfums Christian Dior uváděném již výše⁹⁰ byla dále řešena též předběžná otázka týkající se situace, kdy neoficiální prodejce užívá ochrannou známku v reklamě, a to způsobem, který je dle mínění vlastníka známky dehonestující, a zda takové užití zavdává legitimní důvod vlastníku ochranné známky vznést námitky proti takovému užívání. Národní soudy předtím uvedly, že dovolat se ochrany dle čl. 7 odst. 2 směrnice o ochranných známkách lze jen v případě, kdy dojde ke změně fyzického stavu označeného zboží.

Soudní dvůr však oponoval, že je nutné vážit legitimní zájem vlastníka ochranné známky, aby zboží označené jeho známkou nebylo užíváno v reklamě způsobem, jenž může poškodit pověst známky, a oprávněný zájem opětovného prodejce, aby mohl zboží prodat s využitím reklamy obvyklé v daném odvětví.

Jde-li o luxusní zboží, i neoficiální prodejce musí usilovat o to, aby svou reklamou nepoškodil image prestiže a luxusu. Ovšem ani porušení této image prodejcem, který ochrannou známku užil způsobem obvyklým ve svém podnikání, neopravňuje vlastníka známky, aby vznášel námitky proti takové reklamě, ledaže by ta způsobila vážnou újmu na pověsti dané známky.

⁹⁰ Viz kapitola 4.3.3.

Ve sporu Copad⁹¹ byl skutkový stav následující. Společnost Dior uzavřela licenční smlouvu se společností SIL zabývající se výrobou a distribucí luxusního prádla, jejíž součástí bylo ustanovení, v němž se nabyvatel licence zavazuje, že nebude zboží prodávat velkoobchodníkům, podomním prodejcům a společností specializujícím se na výprodej či zásilkový prodej bez předchozího písemného souhlasu vlastníka ochranné známky, aby byla zachována proslulost a prestiž ochranné známky. Z důvodu ekonomických obtíží SIL o takový souhlas společnost Dior požádala, avšak ta jej odmítla udělit. Přesto společnost SIL prodala výrobky označené ochrannou známkou Dior společnosti Copad, jež se zaměřuje na výprodej.

Soudní dvůr ve svém rozsudku akcentuje image výrobků, kdy říká, že jakost prestižních výrobků nevyplývá pouze z hmotných, exaktních vlastností, nýbrž též z jejich luxusní a prestižní povahy, dojmu luxusu. *„Jelikož prestižní výrobky představují špičkové zboží, je dojem luxusu, jenž z nich vyzařuje, podstatným prvkem, který je v očích spotřebitelů odlišuje od všech ostatních obdobných produktů.“* Soudní dvůr došel k závěru, že tento dojem luxusu ovlivňuje i jakost výrobku. Porušení takového ustanovení licenční smlouvy, které tento dojem poskytuje, je takovým porušením licenční smlouvy, které nejenže spadá do působnosti Směrnice o ochranných známkách, ale též vylučuje, aby zboží uvedené na trh s takovou vadou, bylo považováno za uvedené na trh se souhlasem vlastníka známky.

Pokud by přesto byl souhlas vlastníka ochranné známky dovozen, Soudní dvůr již dříve judikoval ve věci Parfums Christian Dior, že poškození dobrého jména ochranné známky může představovat legitimní důvod ve smyslu čl. 7 odst. 2 Směrnice o ochranných známkách, aby vlastník ochranné známky vznesl námitky proti dalšímu prodeji. Soudní dvůr nyní zdůraznil skutečnost, že došlo-li k prodeji prestižních výrobků v rozporu s licenční smlouvou, může vlastník ochranné známky podat námitky, jen prokáže-li, že s ohledem na okolnosti daného případu vede takovýto prodej k poškození dobrého jména této ochranné známky.

⁹¹ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 23. dubna 2009 ve věci C-59/08, Copad SA proti Christian Dior couture SA, Société industrielle lingerie („Copad“).

V rozhodnutí L'Oréal⁹² pak bylo stanoveno, že za jistých okolností může narušit image výrobku a potažmo dobré jméno ochranné známky i prodej výrobku bez obalu. Vlastník ochranné známky však v tomto případě musí prokázat, že k takovému narušení došlo.

Relativně rozsáhlá judikatura v oblasti ochrany pověsti ochranné známky svědčí o odhodlání vlastníků ochranných známek chránit image svých ochranných známek. Ač Soudní dvůr ochranu přiznává skutečně jen v exkluzivních případech, domnívám se, že přesto může být někdy takového sporu užito primárně ke ztížení postavení paralelních dovozců a v důsledku k omezování volného pohybu zboží.

4.3.5 Změny původního obalu výrobku

U paralelních dovozů je dalším zajímavým fenoménem změna původního obalu výrobku. Hovoříme o ní, jestliže pravý, nepadělaný produkt projde před svým dalším prodejem změnou svého obalu beze změny vlastního produktu. Děje se tak z důvodu odlišných národních předpisů, ale i spotřebitelských preferencí. Při těchto úpravách dochází k přebalení výrobku (re-packaging) či ke změně štítku, takzvanému přeznačení výrobku (re-labelling).⁹³ Dále je pak možné, že je z některých produktů obal odstraněn zcela.

Re-packaging znamená celkové přebalení produktu. Často k němu dochází v případě, kdy je původní produkt složen z více jednotlivých součástí, což umožňuje zmenšit balení. Typicky se přebalování vyskytuje u balení tablet léků. Problematickou se jeví možnost neúmyslné záměny nebo poškození produktu během přebalování, ať už jeho kontaminací či mechanickým poškozením, či nedostatečností bezpečnostních prvků nového balení.⁹⁴ Re-labelling pak v sobě nese pouhé přeznačení výrobku, jenž je ponechaný v původním obalu. Rozsáhlá judikatura Soudního dvora v této oblasti svědčí o množství praktických problémů, s nimiž se musel soud vypořádávat.

⁹² Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 12. července 2011 ve věci C-324/09, L'Oréal SA ad. proti eBay International AG ad. („L'Oréal“).

⁹³ BAINBRIDGE, David I. *Intellectual Property*. Vyd. 7. Harlow (UK): Pearson Education Limited, 2009, s. 831.

⁹⁴ *09-Repackaging & Relabelling* [online]. Autor neznámý [cit. 24. září 2015]. www.zurich.com.

Již v roce 1977 se Soudní dvůr usnesl ve věci Hoffmann-La Roche⁹⁵ ohledně otázky přípustnosti přebalení produktů. Společnost Hoffman-La Roche uváděla na trh medicínský přípravek Valium Roche v různě velkých baleních, od 20 až do 500 tablet. Prodávala jej mimo jiné v Německu a ve Velké Británii, avšak v Německu podstatně draž. Společnost Centrafarm se rozhodla produkty zakoupené ve Velké Británii přebalit do jinak velkých balení. Nové lahvičky a krabičky nesly zopakovanou ochrannou známku doplněnou o údaj o distributorovi. I příbalový leták byl pozměněn, zejména byla opět doplněna informace o distributorovi. Národní soudy předložily spor vzniklý na uvedeném skutkovém základě Soudnímu dvoru k zodpovězení několika předběžných otázek.

Soudní dvůr při svém rozhodování zvažoval jednak možné ovlivnění soutěžního práva, jednak potenciální vliv na rozlišovací funkci ochranné známky a též na stav přebalovaného produktu. V závislosti na povaze přebalovaného zboží může přebalení způsobit větší či menší změny stavu samotného zboží. Jestliže se jedná o pouhou změnu svrchního obalu, zatímco vnitřní obal zůstane netknutý, stav výrobku zůstává zpravidla nezměněn. Zasahuje-li importér i do samotného vnitřního obalu produktu, jeví se nezbytným dozor veřejné autority nad takovým počínáním, aby se zajistilo, že přebalení proběhlo v takových podmínkách, že kvalita přebalovaného produktu nebyla dotčena. Spotřebitel by i u přebalovaného výrobku měl být schopen identifikovat původ tohoto výrobku.

K ochraně vlastníka ochranné známky je tak nezbytné přivolit přebalování jeho produktů označených ochrannou známkou pouze za splnění čtyř předpokladů, a sice že nedojde přebalením ke zhoršení kvality výrobků, bránění takovému přebalení by uměle dělilo trh mezi členskými státy, dále dovozce, který zboží přebaluje, by měl předem oznámit vlastníku ochranné známky, že jeho ochrannou známku umísťuje na nové balení, a nadto uvést na obalu produktu, že byl přebalen. Nebyly-li by splněny uvedené podmínky, mohl by vlastník ochranné známky zabraňovat dovozu takových přebalovaných produktů. Exkluzivní právo vlastníka ochranné známky umístit svou ochrannou známku na produkt je zde relativizováno s ohledem na volný pohyb zboží.

⁹⁵ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 23. května 1978 ve věci C-102/77, Hoffmann-La Roche & Co. AG, Basel, Hoffmann-La Roche AG, Grenzach-Wyhlen proti Centrafarm Vertriebsgesellschaft Pharmazeutischer Erzeugnisse mbH („Hoffmann-La Roche“).

Závěry vytyčené v rozhodnutí Hoffmann-La Roche konkretizoval soudní dvůr v několika následujících rozhodnutích.

Několik let nato řešil Soudní dvůr spor mezi americkou společností Pfizer, obchodující s léčivými přípravky opatřenými stejnojmennou ochrannou známkou na evropském trhu prostřednictvím evropských poboček, a společností Eurim-Pharm.⁹⁶ Pfizer na německém trhu distribuoval svá antibiotika v baleních po 8, 16, 40 a 100 tabletách odpovídajících zvyklostem německých lékařů. V Británii Pfizer prodával stejný produkt, ovšem v baleních po pěti a deseti kusech. Společnost Eurim-Pharm se rozhodla dovážet balení z Velké Británie do Německa a pro potřeby německého trhu je přebalovat do balení po odpovídajícím počtu tablet. Na nové balíčky opatřila názvem léčiva a spolu s informacemi o výrobci i dovozci a o přebalení, svůj úmysl navíc též předem oznámila společnosti Pfizer. Ochrannou známkou nicméně znovu nepřípevnila, nechala pouze viditelnou originální ochrannou známkou na vnitřním obalu tablet skrz průhledné okénko vnějšího obalu.

Soudní dvůr v tomto jednání společnosti Eurim-Pharm nespatriil důvod, který by mohl ospravedlnit případný zásah vlastníka ochranné známky proti takovému počínání, neboť ochranná známka byla viditelná a balení opatřeno potřebnými informacemi.

V řízení označovaném zkráceně jako Bristol-Myers Squibb⁹⁷ došlo k rozvedení podmínek stanovených v případě Hoffmann-La Roche. Farmaceutické společnosti vlastníci ochranné známky vznesly nároky vůči společnosti Paranova, která výrobky žalobců označené ochrannou známkou paralelně dovážela do Dánska, kde je distribuovala v nových obalech nesoucích ochrannou známkou výrobce, údaj o výrobci a údaj o tom, že tyto výrobky byly dovezeny a přebaleny společností Paranova. V některých případech došlo též ke zvětšení či zmenšení balení, v dalších se na ampulkách a baňkách uvnitř balení objevila nová etiketa překrývající starou s obdobnými informacemi jako na svrchním obalu. V neposlední řadě pak

⁹⁶ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 3. prosince 1981 ve věci C-1/81, Pfizer Inc. (USA) proti Eurim-Pharm GmbH („Pfizer“).

⁹⁷ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 11. 7. 1996 ve spojených věcech C-427/93, C-429/93 a C-436/93, Bristol Myers Squibb proti Paranova A/S ad.

u jednoho výrobku zaměnila originální sprej za sprej z jiného zdroje než od vlastníka původní ochranné známky. Nadto si v Dánsku tyto přebalené produkty zaregistrovala pod stejnými názvy, jako užívali původní výrobci.

Soudní dvůr rozhodl, že vlastník ochranné známky se nemůže bránit obchodování s produkty označenými touto známkou, jestliže k ní již byla práva vyčerpána, ani jestliže nový importér výrobek přebalí a ochrannou známkou k němu připevní bez autorizace vlastníka ochranné známky.

K otázce nepříznivého ovlivnění stavu výrobku v důsledku přebalení Soudní dvůr uvedl, že nelze počítat s každou hypotetickou chybou, která může při přebalování nastat, aby tak bylo ospravedlněno bránění jakéhokoliv obchodování přebalených výrobků vlastníkem ochranné známky. Soudní dvůr nicméně připouští, že stav výrobku může nepřímo nepříznivě ovlivnit chybné uvedení informací v příbalovém letáku či na etiketě, zejména chybí-li některé důležité informace nebo jsou naopak doplněny nesprávně informace nové. V takové situaci je nabíledni, že vlastník ochranné známky může vznášet námitky z důvodů dezinformace spotřebitelů.

Soudní dvůr dále upřesnil podmínky, za nichž naopak vlastník ochranné známky odporovat paralelním dovozům nemůže. Jedná se o následující:

Prvně trvání na právu vlastníka ochranné známky bránit opětovnému prodeji přebalených by přispělo k umělému dělení trhů mezi členskými státy. Taková situace může nastat například v případě, kdy vlastník ochranné známky užívá odlišná balení pro výrobky uváděné na trh v různých státech.

Za druhé přebalení musí proběhnout tak, aby původní stav produktu nemohl být ovlivněn. Může se jednat o pouhou změnu vnějšího obalu, o přidání nové příbalové informace či umístění samolepek na jednotlivé ampulky uvnitř balení.

Za třetí na novém obalu je jasně zřetelné, kdo produkt přebalil a kdo jej vyrobil, a to způsobem, aby jej průměrná osoba dokázala přečíst a porozumět mu. U informací doplněných do příbalového letáku musí být zřejmé, od koho pochází. Importér, který výrobek přebalil, nicméně nemusí upozorňovat na skutečnost, že k přebalení došlo bez autorizace výrobce.

Za čtvrté prezentace přebaleného výrobku nesmí poškozovat pověst ochranné známky, balení tak nesmí být vadné, neúhledné či nízké kvality.

A nakonec Soudní dvůr považuje za nezbytné, aby dovozce předem oznámil vlastníku známky, že bude přebalený produkt prodávat. Na vyžádání mu je též povinen poskytnout vzorek přebaleného výrobku.

Na rozhodnutí Bristol Myers Squibb bylo navázáno v případě Boehringer II,⁹⁸ kde Soudní dvůr kromě potvrzení uvedených pěti podmínek doplnil svůj výklad o některé další situace, jež mohou nastat. Rozšířil podmínku, že prezentace přebaleného výrobku nesmí poškozovat pověst ochranné známky a balení nesmí být vadné, neúhledné či nízké kvality, a to tak, že uváděný výčet je pouze demonstrativní, nikoliv taxativní. Poškození dobré pověsti známky lze dovodit i z jiných situací. Posouzení, zda skutkové okolnosti skutečně mohou poškodit dobré jméno ochranné známky, náleží vnitrostátním soudům

Důkazní břemeno k prokázání splnění pěti vytyčených podmínek přípustnosti přebalení výrobku nese dle názoru Soudního dvora v daném případě paralelní importér. V případě podmínky, že přebalení nemůže ovlivnit původní stav výrobku a že vzhled přebaleného výrobku nemůže poškodit dobré jméno ochranné známky, postačí, když dovozce předloží důkazy, dle nichž se lze důvodně domnívat, že uvedené podmínky byly splněny. Pokud dovozce předloží důkaz o nemožnosti poškození dobrého jména známky, přechází důkazní břemeno na vlastníka ochranné známky, který tvrdí, že dobré jméno poškozeno bylo.

Závěrem se Soudní dvůr vyjádřil k sankci za absenci předchozího oznámení přebalení farmaceutického výrobku. Bez předchozího oznámení je každý následný dovoz porušením práva vlastníka ochranné známky, a to až do doby, než k oznámení dojde. Sankce musí být nejen přiměřená, ale měla by mít i odrazující účinek.

V případě Boehringer⁹⁹ se jednalo o dovoz farmaceutického zboží chráněného ochrannou známkou do Velké Británie, u něhož importér různým způsobem pozměnil obal a příbalový leták. V některých případech došlo k pouhému připojení jména a čísla paralelního dovozce k původnímu balení, aniž by byla zakryta ochranná známka.

⁹⁸ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 26. dubna 2007 ve věci C-348/04, Boehringer Ingelheim KG ad. proti Swingward Ltd ad. („Boehringer II“)

⁹⁹ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 23. dubna 2002 ve věci C-143/00, Boehringer Ingelheim KG, Boehringer Ingelheim Pharma KG proti Swingward Ltd ad. („Boehringer“)

Jindy byly produkty zcela přebaleny do krabiček navržených importérem, na nichž byla doplněna reprodukce původní ochranné známky. Někdy však tato ochranná známka chyběla zcela a krabička nesla pouze druhový název produktu.

Soudní dvůr se situací podrobně zabýval a nakonec vyložil článek 7 odst. 2 směrnice o ochranných známkách v souladu s již konstantní judikaturou tak, že vlastník ochranné známky může zabraňovat paralelním dovozům přebaleného farmaceutického zboží, ovšem pokud by tím nedošlo k umělému dělení trhu mezi členskými státy.

Dále Soudní dvůr upřesnil, které okolnosti mohou způsobit nutnost přebalení, zejména zda je za tuto nutnost považován fakt, že by lék původně balený pro jiný stát značná část spotřebitelů odmítala ve státě dovozu nakupovat, protože by mu nedůvěřovala. Postačovala-li by k efektivnímu vstupu na trh pouhá změna štítku, přebalení by bylo nadbytečné a vlastník ochranné známky by mu mohl oponovat. Nicméně pokud změna etikety nepostačuje z důvodu velmi silného odporu k výrobkům určený pro jiný trh, přebalení pak můžeme považovat za objektivně nutné ke vstupu na trh. Nakonec Soudní dvůr ještě potvrdil, že paralelní dovozce je vždy povinen oznámit přebalení produktů předem, aby byl oprávněn jej provést.

Ve věci *Loendersloot*¹⁰⁰ stejnojmenná společnost manipulovala s etiketami alkoholických nápojů *Ballantine*. Etikety nejprve odňala, v některých případech též znemožnila přečtení identifikačních čísel, a opět etiketu či její kopii připjala. Na etiketě byly někdy pozměněny informace o dovozci či na ní chybělo anglické slovo „pure“.

Dle Soudního dvora je vlastník ochranné známky oprávněn trvat na svých právech, došlo-li k odstraňování identifikačních čísel z lahví, jež na ně byly umístěny za účelem zabraňování padělání nebo aby bylo možné dohledat, z jaké várky daná lahev pocházela, pokud by se později objevil nějaký problém. Nicméně pokud by vlastník ochranné známky identifikační čísla zneužíval k boji proti paralelním dovozům, pak by paralelní dovozci mohli hledat ochranu proti takovým zásahům vlastníka známky.

¹⁰⁰ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 11. listopadu 1997 ve věci C-349/95, *Frits Loendersloot* proti *George Ballantine & Son Ltd* a jiní („*Loendersloot*“).

Soudní dvůr dále modifikoval pravidla stanovená svou konstantní judikaturou pro přebalování výrobků, popsanou výše zejména v případě Bristol Myers Squibb, též na změnu jejich etikety. Stanovisko Soudního dvora se liší pouze v detailech, a sice u změny etikety není nutné na vyžádání vlastníka ochranné známky poskytovat vzorek produktu s pozměněnou etiketou. Dále je též ustoupeno od jasného a srozumitelného textu s informací o tom, kdo takovou změnu obalu provedl.

Soudní dvůr se při své rozhodovací činnosti dále zabýval případy, kdy výrobce uváděl na trh totožný výrobek pod odlišnými ochrannými známkami pro jednotlivé evropské státy.

V případě American Home Products¹⁰¹ vlastnila tato společnost ochrannou známku Seresta pro lék dodávaný na nizozemský trh a ochrannou známku Serenid D pro obdobný přípravek prodávaný ve Velké Británii. V jiných evropských zemích pak American Home Products používalo další odlišné ochranné známky pro stejné obdobné přípravky. Společnost Centrafarm nakoupila lék Serenid D v Británii a dovezla jej do Nizozemí, kde jej přebalený prodávala, opatřený byl nově ochrannou známkou Seresta.

V novějším případě společnost Upjohn¹⁰² prodávala léčiva pod svou ochrannou známkou v řadě evropských zemí. Jedno své antibiotikum obchodovala pod známkou znějící „Dalacine“ ve Francii, „Dalacin“ v Dánsku, Německu a Španělsku a „Dalacin C“ v ostatních evropských státech. Jednalo se o totožný produkt označený mírně pozměněnou ochrannou známkou, tato pozměnění však měla opodstatnění v předchozím sporu s americkou společností užívající obdobou ochrannou známku. Produkty označené „Dalacine“ a „Dalacin C“ nakoupila společnost Paranova ve Francii a v Řecku, přebalila je a dovážela dále do Dánska, nicméně již nesoucí označení „Dalacin“.

Soudní dvůr v obou podobných případech došel k závěru, že výkon práva vlastníka ochranné známky oponovat prodeji známkově chráněných produktů

¹⁰¹ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 10. října 1978 ve věci C-3/78 Centrafarm B. V. proti American Home Products Corporation („American Home Products“).

¹⁰² Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 12. října 1999 ve věci C-379/97, Pharmacia & Upjohn SA proti Paranova A/S („Upjohn“).

by v těchto případech mohlo být v rozporu s unijním právem. Ve starším z případů Soudní dvůr stanovil, že pokud vlastník ochranné známky používá různé ochranné známky proto, aby rozdělval jednotlivé trhy členských států, vytváří tím překážky obchodu mezi členskými státy, které nepožívají právní ochrany. V případě Upjohn došlo k vývoji v tom smyslu, že již není třeba hledat za jednáním vlastníka ochranné známky úmysl, neboť důsledky pro trh jsou stejné a úmysl je navíc velmi obtížné prokazovat. Nicméně zároveň Soudní dvůr stanovil, že pro takové přebalení ze strany paralelního dovozce musí existovat skutečně objektivní nutnost, spočívající například v umožnění efektivního vstupu na dotyčný trh, nikoliv jen obchodní výhoda pro tohoto dovozce.

K úplnému odstranění obalu výrobku se Soudní dvůr vyjádřil v případě L'Oréal,¹⁰³ v němž stanovil, že vlastník ochranné známky může bránit dalšímu prodeji produktů zcela bez původního obalu, pokud takové odstranění obalu způsobí, že chybí informace o totožnosti výrobce nebo osoby odpovědné za uvedení kosmetických výrobků na trh.

Snahu o zachování původního balení produktu vidím jako legitimní zájem každého vlastníka ochranné známky, neboť mnohdy má vnější vzhled větší vliv na prodejnost i image zboží než samotný jeho obsah. Soudní dvůr stanovil relativně striktní pravidla přípustnosti přebalení výrobku, díky nimž se domnívám, že z přebalování výrobku se nestane pravidlo, ale zůstane výjimkou.

4.3.6 Pojem dovoz

Pro utvoření si kompletního obrazu o dané problematice chybí ještě definovat jeden pojem, a sice pojem dovoz. Ač je chápání tohoto výrazu v obecném jazyce relativně bezproblémově, přesto se v souvislosti s dovozy zboží do EHP vyskytly jisté hraniční situace, které si vyžádaly výklad Soudního dvora.

Na úvod je vhodné poznamenat, že ne každé zboží nacházející se na území EU je zároveň i propuštěno do volného oběhu zboží. Rozlišujeme tak dle celního statutu

¹⁰³ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 12. července 2011 ve věci C-324/09, L'Oréal SA ad. proti eBay International AG ad. („L'Oréal“).

jednak zboží Společenství, tedy zboží nacházející se na celním území Společenství, a zboží, jež není zboží Společenství, avšak vstoupilo na celní území Společenství a podléhá celnímu dohledu. Další skupinu pak tvoří zboží v dočasném uskladnění nebo ve svobodném pásmu a dále zboží propuštěné do podmíněného systému. Zboží může být přepravováno v režimu vnějšího tranzitu na celním území EU. Vnější tranzit se vztahuje mimo jiné na zboží, které není zbožím Společenství, s pozastavením platby cla a jiných poplatků.^{104 105}

Soudní dvůr se tomuto věnoval v případě *Class International*.¹⁰⁶ Společnost *Class International* provozovala sklad, v němž mimo jiné uskladnila kontejner obsahující výrobky nesoucí ochrannou známku *Aquafresh*, jež pocházelo od jihoafrického distributora, a to bez souhlasu vlastníka ochranné známky. Toto zboží však nebylo propuštěno do volného oběhu. Národní soudy řešily otázku, zda již toto uskladnění může být považováno za dovoz a s tím související užití ochranné známky, ač má zboží status, že není zbožím Společenství.

Soudní dvůr dospěl k závěru, že samotný materiální vstup zboží na území EHP neznámá „dovoz“ ve smyslu směrnice o ochranných známkách a neznámá tak užívání ochranné známky v obchodním styku. Zboží, které není zbožím Společenství, může totiž být propuštěno do režimu vnějšího tranzitu či do režimu uskladňování v celním skladu. Propuštění do volného oběhu je jen jednou z možností, nicméně toto propuštění je podmínkou toho, aby zboží mohlo být uvedeno na trh uvnitř EHP. Vlastník ochranné známky tak nemá možnost bránit pouhému vstupu zboží, jež nebylo uvedeno na trh v EHP, na území EHP, jestliže je zboží pouze v režimu vnějšího tranzitu či v režimu uskladnění v celním skladu, neboť toto zboží nelze považovat za dovezené.

¹⁰⁴ *Prováděcí předpisy pro celní kodex Společenství* [online]. Autor neznámý. Poslední aktualizace 30. 7. 2010 [cit. 25. září 2015]. www.eur-lex.europa.eu.

¹⁰⁵ *Příručka pro tranzit* [online]. Autor neznámý. [cit. 25. září 2015]. www.celnisprava.cz, s. 31.

¹⁰⁶ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 18. října 2005 ve věci C-405/03, *Class International BV* proti *Colgate-Palmolive Company*, *Unilever NV*, *SmithKline Beecham plc*, *Beecham Group plc* („*Class International*“).

4.3.7 Prodej online

V moderní době nemůže být opomíjen ani fakt, že k prodeji zboží nedochází výlučně tradičně v kamenných obchodech, kam je zboží naskladněno a následně nabízeno k prodeji. Standardem nakupování se dnes již stalo i nakupování online prostřednictvím různých e-shopů či online tržišť. Vzhledem k celosvětové dostupnosti internetového připojení a technické možnosti prohlížet si prakticky jakékoliv webové stránky odkudkoli na světě, dostává se často virtuální svět do konfliktu s realitou práv duševního vlastnictví.

Švédský rozbor z období již po rozhodnutí *Silhouette* zahrnuje též vliv tohoto rozhodnutí na oblast internetového nakupování, při němž si samy soukromé osoby nechávají zasílat známkově chráněné produkty bez zprostředkování paralelními importéry. Tato studie předpokládá, že vzhledem k omezení paralelních dovozů na pouhé výlučné komunitární vyčerpání práv vzroste krom tržeb oficiálních prodejců i podíl nákupů po internetu.¹⁰⁷ Tato studie dle mého dobře předpověděla vývoj a funkci internetu, který by dokázal v současnosti do velké míry nahradit i samotné fyzické paralelní dovozy. Myšlenka možnosti nahradit takto paralelní dovozy je přitažlivá, ovšem níže je uveden postoj Soudního dvora.

Nabízení známkově chráněných výrobků přes online tržiště se Soudní dvůr věnoval v případě *L'Oréal*.¹⁰⁸ Společnosti *L'Oréal* vlastní ochranné známky k řadě kosmetických produktů. Tyto produkty, pocházející z území mimo EHP, nejčastěji z Hong Kongu, byly nabízeny na portálu eBay mimo jiné i evropským spotřebitelům bez souhlasu společnosti *L'Oréal*, ač byly dané ochranné známky registrovány i ve státech EHP a práva k nim nebyla na tomto území vyčerpána.

Soudní dvůr nejprve dospěl k závěru, že k tomuto nabízení docházelo v obchodním styku, neboť osoby produkty na portálu nabízející tak činily ve velkém rozsahu a tudíž jako obchodníci. Ač konstantní judikatura Soudního dvora garantuje vlastníku ochranné známky možnost mít kontrolu nad prvním uvedením výrobku na trh v EHP, společnost eBay byla toho názoru, že toto právo vlastníku dopřáno být nemůže

¹⁰⁷ Konkurrensverket, Švédská soutěžní autorita. *Parallel Imports – Effects of the Silhouette Ruling* [online]. Leden 1999 [cit. 7. října 2015]. www.konkurrensverket.se, s. 51.

¹⁰⁸ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 12. července 2011 ve věci C-324/09, *L'Oréal SA ad. proti eBay International AG ad. („L'Oréal“)*.

v případě, kdy se výrobky nacházejí mimo území EHP a ani nutně nedojde k jejich dovozu na území, kde je ochranná známka chráněna. Soudní dvůr však dovedl, že se pravidla evropského práva užijí, jestliže je nabídka k prodeji produktu označeného ochrannou známkou, který se nachází ve třetí zemi, určena spotřebitelům na území, kde je ochranná známka registrována. Kdyby tomu tak nebylo, nemusely by internetové portály dodržovat právo EU v oblasti duševního vlastnictví.

Vlastník ochranné známky se může ohradit proti užívání ochranné známky, pokud jsou produkty označené ochrannou známkou registrovanou ve členském státě a nacházející se mimo území EHP, jež nebyly předtím řádně uvedeny na trh v EHP prodávány, nabízeny k prodeji či užívány v reklamě na území EHP. Na národních soudech je pak posouzení, zda nabídka k prodeji či reklama je skutečně určena spotřebitelům na daném území.

Nicméně na zjmenění výše uvedeného pravidla Soudní dvůr též uvedl, že pouhá technická dostupnost určitých internetových stránek z území, na něž se vztahuje ochranná známka, nestačí k určení, že i nabídky na těchto stránkách jsou určeny daným spotřebitelům. Některé internetové portály či inzeráty totiž mohou být zcela zjevně určeny spotřebitelům ze třetích zemí. Pak by jejich podléhání právu EU bylo bezdůvodné.

S prodejem online pak souvisí i problematika užití klíčových slov totožných s ochrannou známkou. Ve stejném rozsudku Soudní dvůr zaujal stanovisko, že vlastník ochranné známky může zakázat provozovateli online tržiště užívat klíčové slovo totožné s ochrannou známkou v reklamě pro výrobky touto známkou označené a prodávané na tomto tržišti, pokud by tato reklama běžně informovanému a přirozeně pozornému uživateli internetu neumožnila či jen obtížně umožnila zjistit, od koho takto inzerované produkty pochází, zda od vlastníka ochranné známky, podniku s ním ekonomicky spojeného nebo naopak od třetí osoby.

Rozhodnutí související s užíváním ochranné známky na internetu jsou dle mého názoru jen logickým vyústěním pokroku informačních technologií. Řada transakcí dnes již neprobíhá přímo na místě, v kamenném obchodu, nýbrž přes e-shopy a online tržiště. Nových technologií samozřejmě nevyužívají

jen autorizovaní prodejci, ale i obchodníci, kteří zboží paralelně dováží. Myslím si proto, že lze do budoucna očekávat další rozhodnutí mívající do online sféry obchodování s ochrannými známkami.

5 MEZINÁRODNĚPRÁVNÍ ÚPRAVA

Každý stát historicky volil svůj vlastní přístup k problematice paralelních dovozů a s tím souvisejícímu pojetí vyčerpání práv, který vytvářel mimo jiné s ohledem na své zájmy.

Pařížská úmluva¹⁰⁹ je v tomto ohledu nejstarším dokumentem poměrně komplexně upravující oblast průmyslového vlastnictví, tedy i známkového práva. Bohužel však v této úmluvě úpravu problematiky vyčerpání práv nenalezneme, ačkoliv byla již mnohokrát modernizována prostřednictvím revizí.

Základ vztahu mezi duševním vlastnictvím a mezinárodním obchodem byl obecně vtělen do Dohody o obchodních aspektech práv duševního vlastnictví (TRIPs). Konsenzu se však nepodařilo dosáhnout na poli vyčerpání práv k ochranné známce a regulace paralelních dovozů, neboť toto téma bylo a jak se ukazuje, i nadále je, příliš kontroverzní právě z důvodu různých národních zájmů.¹¹⁰

Ačkoliv se předpokládalo, že právě problematika paralelních dovozů bývala mohla být touto dohodou ošetřena, nepodařilo se získat podporu obecně ve prospěch paralelních dovozů. Aby se překonala patová situace, dohoda TRIPs pouze ve svém čl. 6 stanoví „*Pro účely řešení sporů v rámci této Dohody, s výhradou ustanovení článků 3 a 4, nebude nic v této Dohodě použito k jednání o otázce vyčerpání práv k duševnímu vlastnictví.*“ Tato klauzule je vnímána jako povolení každému státu, který přistoupil k dohodě TRIPs, zvolit si svůj vlastní postoj na tuto problematiku. Je však třeba mít na paměti, že dohoda TRIPs se věnuje odstraňování obchodních bariér namísto jejich zavádění.“¹¹¹

Chápání článku 6 pak může být i velmi úzké, uvědomíme-li si, že vyloučení užití TRIPs se doslovně vztahuje pouze na řešení sporů v rámci dohody. Dále ani neodstraňuje povinnosti národního zacházení či zacházení v režimu nejvyšších výhod dle dohody a ani nevylučuje aplikaci ustanovení Všeobecné dohody na clech a obchodu (GATT), která vylučuje zavádění či zachovávání zákazů a omezení na dovoz

¹⁰⁹ Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 20. března 1883.

¹¹⁰ CALBOLI, Irene. Market Integration and (the Limits of) the First Sale Rule in North American and European Trademark Law. In *Santa Clara Law Review* [online]. 2011, Svazek 51, č. 4, článek 6 [cit. 17. září 2015]. www.digitalcommons.law.scu.edu, s. 1245.

¹¹¹ HEATH, Christopher. *Parallel Imports and International Trade* [online]. 1997 [cit. 13. září 2015]. www.wipo.int, s. 8.

a vývoz jakéhokoliv produktu z jakékoli smluvní strany dohody GATT. Otázkou pak zůstává, zda k omezení paralelních dovozů může dojít z důvodu ochrany duševního vlastnictví dle článku XX písm. d) dohody GATT, či zda by se tak dít nemělo. Názory se velmi různí, nicméně praxe států dokazuje, že je regulace této otázky ponechána na jejich rozhodnutí.¹¹²

V různých státech nadále existují různá pojetí, od pojetí ryze národního, k pojetí upřednostňujícímu mezinárodní vyčerpání práv (příkladem může být Japonsku¹¹³), regionální vyčerpání práv například v EU, i zcela hybridní postoj, jaký v současnosti zastávají Spojené státy americké, kde pro patentové právo zůstává pojetí národního vyčerpání práv, kdežto pro ochranné známky a nově zřejmě i pro autorské právo se přiklání k pojetí mezinárodnímu.¹¹⁴ A právě pro uváděnou různorodost postojů jednotlivých suverénních států i nadstátních uskupení nepovažují proto ani za pravděpodobné, že v blízké době dojde ke kodifikaci některého z postojů na mezinárodní úrovni.

¹¹² MYLLY, Tuomas. *A Silhouette of Fortress Europe? International Exhaustion of Trade Mark Rights in the EU* [online]. University of Turku. 2000 [cit. 9. října 2015]. www.utu.fi, s. 24.

¹¹³ KOŠÍK, Petr. Ochrana průmyslových práv ve vztahu k problematice vyčerpání práva. In KŘÍŽ, Jan aj. *Aktuální otázky práva autorského a práv průmyslových: nový občanský zákoník a vybrané problémy evropského práva duševního vlastnictví - dopady na českou legislativu a praxi*. 1. vyd. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2014, s. 66.

¹¹⁴ CALBOLI, Irene. The (avoidable) effects of territorially different approaches to trademark and copyright exhaustion. In CALBOLI, Irene, LEE, Edward. *Trademark Protection and Territoriality Challenges in a Global Economy*. 2014, s. 158.

6 POSTAVENÍ VLASTNÍKA OCHRANNÉ ZNÁMKY

Vlastník ochranné známky v mnoha ohledech ze svého postavení těží, ovšem i on musí v mnoha ohledech ustupovat požadavkům volnosti mezinárodního obchodu a v našich podmínkách zejména jednotnému trhu EU.

Doktrína vyčerpání práv představuje na jedné straně velký zásah do výlučných práv vlastníka, přece však nelze v moderním světě lpět na uplatňování těchto práv neomezeně, tedy i v rozsahu přesahujícím první prodej produktů na vymezeném území. Zde by se výlučná práva vlastníka ochranné známky dostávala do rozporu s vlastnickými právy osob nabyvších dané produkty. Konkrétně použitý režim vyčerpání práv¹¹⁵ pak odráží politiku i potřeby konkrétního státního či nadstátního celku.

Vlastník ochranné známky tak musí strpět užívání své ochranné známky v právem vymezených případech. Prvotním uvedením na trh se práva vlastníka zpravidla vyčerpávají, nicméně vzhledem k rozdílným režimům vyčerpání i vzhledem k zákonným výjimkám nemusí být toto vyčerpání práva absolutní. Při hledání hranic, v nichž může svá práva vykonávat, ač již došlo k prvnímu prodeji zboží, slouží jako cenné vodítko v našich zeměpisných šířkách judikatura Soudního dvora.

Postoj EU a potažmo Soudního dvora je v zásadních otázkách již dlouhodobě konstantní, přesto se však mnozí vlastníci ochranných známek jen stěží smiřují se situací, kdy musí přihlížet, jak se jejich výrobky označené ochrannou známkou volně pohybují na trhu, aniž by mohli zasáhnout. Číhají na přešlapy importérů, aby v případě, že nastanou, mohli uplatňovat svá práva, a získávat tím v neposlední řadě tržní výhodu. Chová-li se paralelní importér bezchybně, nastává čas na takzvané zástupné spory.

6.1 Ochrana vlastníka ochranné známky

Dojde-li k porušení práv vlastníka ochranné známky, ať už paralelním dovozem z jiných zemí EHP přesahujícím limity povoleného nakládání s ochrannou známkou, či nedovoleným dovozem ze zemí vně EHP, může se vlastník práv k ochranné známce dovolávat v České republice ochrany, jež mu dává český právní řád.

¹¹⁵ Viz kapitola 2.1.

Z výlučného práva vlastníka ochranné známky vyplývá právo zakázat všem třetím osobám, aby užívali označení shodné či podobné zapsané ochranné známce ve vymezených případech, pokud takové užívání nespadá do zákonných výjimek, kdy zákon jejich užívání třetí osobou aprobuje.¹¹⁶

Zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví¹¹⁷ upravuje způsoby vymáhání práva osoby oprávněné z duševního vlastnictví. Osobou oprávněnou se rozumí krom vlastníka daného duševního vlastnictví též osoba oprávněná dle zvláštního právního předpisu užívat práva, například jí může být nabyvatel licenci či profesní organizace ochrany práv.

Tento zákon poskytuje oprávněné osobě právo na informace vůči třetí osobě, která se dopustila jistých činností v souvislosti s porušování práva.¹¹⁸ Oprávněná osoba se pak může dle § 4 téhož zákona též domáhat u soudu, aby došlo k nápravě, zejména stažením výrobků, jejichž uvedením na trh nebo skladováním došlo k ohrožení nebo porušení práva, z trhu, a to jejich trvalým odstraněním či zničením. Též se může domáhat stažení, trvalého odstranění nebo zničení materiálů a zařízení, jež byla určena nebo užívána při činnostech porušujících nebo ohrožujících právo.

Oprávněná osoba má dále právo na náhradu škody a na vydání bezdůvodného obohacení, jež porušovatel získal v důsledku svého závadného jednání. Dále se pak oprávněná osoba může domáhat přiměřeného zadostiučinění, byla-li jí způsobena i nemajetková újma.¹¹⁹

V souvislosti s výše uvedenými nároky, jež má možnost vlastník ochranné známky vznášet, může na ochranu svých práv podat též žalobu k příslušnému soudu, nepodaří-li se spor urovnat mimosoudně. Zdržovací žalobou se může domáhat, aby se třetí subjekt zdržel porušování či ohrožování jeho práva, odstraňovací žalobou pak odstranění následků, zejména stažení výrobků z trhu. Žalobou pak lze uplatnit i právo na náhradu škody a nemajetkové újmy, popřípadě na vydání bezdůvodného obohacení. Krom absolutní ochrany z titulu vlastnictví ochranné známky lze pak vlastníku v některých případech přiznat i ochranu relativní, dojde-li jednáním

¹¹⁶ § 8 zákona o ochranných známkách, výjimky pak zejm. v § 10 a § 11 téhož zákona.

¹¹⁷ Zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví.

¹¹⁸ § 3 odst. 1 zákona č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví.

¹¹⁹ § 5 odst. 1 tamtéž.

narušitele k naplnění skutkové podstaty nekalé soutěže. Dále zprostředkovaně mohou být práva z ochranné známky chráněna též zákonem o ochraně spotřebitele.¹²⁰

V některých případech mohou být jednáním narušitele ohroženy i hodnoty chráněné normami práva správního a trestního. Zákon o přestupcích uvádí, že se přestupku dopustí ten, kdo „*neoprávněně vykonával práva, která jsou zákony na ochranu průmyslového vlastnictví vyhrazena majitelům těchto práv.*“¹²¹ Některé další správní delikty najdeme pak v zákoně o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví.¹²²

Dosáhne-li jednání narušitele vysoké společenské škodlivosti, jsou k ochraně povolány normy trestního práva. Trestní zákoník vymezuje několik skutkových podstat trestných činů proti průmyslovým právům. V oblasti ochranných známek zákon stanoví: „*Kdo uvede do oběhu výrobky nebo poskytuje služby neoprávněně označené ochrannou známkou, k níž přísluší výhradní právo jinému, nebo známkou s ní zaměnitelnou nebo pro tento účel sobě nebo jinému takové výrobky nabízí, zprostředkuje, vyrobí, doveze, vyveze nebo jinak opatří nebo přechovává, anebo takovou službu nabídne nebo zprostředkuje, bude potrestán odnětím svobody až na dvě léta, zákazem činnosti nebo propadnutím věci.*“¹²³

Uvedené možnosti dle mého názoru poskytují komplexní soubor prostředků na ochranu vlastníka ochranné známky, jichž může užít sám, či k jejichž užití dochází prostřednictvím veřejné moci.

6.2 Zástupné spory

Zástupnými spory rozumíme spory, k nimž došlo v důsledku jisté prvotní neshody, při níž se však protistrana chovala právně nenapadnutelně, proto se strana, jež se přesto cítí poškozená, v tomto případě typicky vlastník ochranné známky, snaží nalézt jinou skulinku, kde se již protistrana nechovala natolik obezřetně.

¹²⁰ BÁLKOVÁ, Stanislava. *Ochranná známka a průmyslový vzor - jejich ochrana a padělání*. 1. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2011, s. 14 – 16.

¹²¹ § 33 zákona č. 200/1990 Sb., o přestupcích.

¹²² Část čtvrtá zákona č. 355/2014 Sb., o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví.

¹²³ § 268 odst. 1 zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

V obecné rovině pak můžeme říci, že se vlastníci ochranných známek v různých případech snaží lpět i na dalších právech duševního vlastnictví, například patencích či autorských právech, či se jejich pozornost přesouvá do práva obchodního a soutěžního.

Typickým případem může být použití katalogových fotografií výrobků, které jsou chráněny autorským právem, pro výrobky nabízené neautorizovaným prodejcem, jímž je často právě paralelní importér. Ač má výrobce zpravidla zájem na tom, aby se jeho produkty dobře prodávaly, čemuž dozajista kvalitně nasnímané fotografie mohou výrazně napomoci a též běžnou praxí je umožnění užívání těchto fotografií oficiálním distributorům k propagaci výrobků, již o poznání méně entuziastický je v případě, že takové snímky užívá i osoba, jíž oprávnění neudělil. Autorská práva ke katalogovým fotografiím, často dostupným i na internetu, tak pro vlastníka ochranné známky představují jednu z možných zbraní proti neopatrným paralelním dovozcům, kteří si v zájmu ulehčení své práce takovou fotografií stáhnou a užívají k propagaci produktů, které předtím bezúhonně dovezli, aniž by získali licenci k užití dané fotografie. Sic tento boj nedokáže ve velkém omezit paralelní dovozy, přinejmenším jeho prostřednictvím může podařit znesnadnit následnou prezentaci takto dovezených výrobků, byť toto pocítí spíše jen menší inzerenti.¹²⁴

Celková škála zástupných sporů může být dosti široká, vždy záleží na vynalézavosti vlastníka ochranné známky a na potenciálu neopatrnosti paralelního dovozce.

¹²⁴ MALIŠ, Petr. *Používání tzv. katalogových fotografií prodejci zboží na internetu* [online]. 3. srpna 2011 [cit. 1. října 2015]. www.pravoit.cz.

7 VYBRANÉ INSTITUTY VE SVĚTLE PARALELNÍCH DOVOZŮ ZNÁMKOVĚ CHRÁNĚNÝCH PRODUKTŮ

Paralelní dovozy ovlivňují široké spektrum lidských činností i právních odvětví. Níže jsou vybrány oblasti, které dle mého názoru s paralelními dovozy produktů chráněných ochrannou známkou nejúžeji souvisí.

7.1 Spotřebitelské právo

Ač se může zdát, že má spotřebitel na trhu ovlivněném paralelními dovozy výsadní práva, neboť veškeré úsilí korporací vlastnících ochranné známky i paralelních dovozců směřuje k uspokojení spotřebitelské poptávky, nemohu se zbavit dojmu, že spotřebitel zaujímá postavení ničeho většího než loutky, jíž se snaží svou vůli podsunout výrobcí i distributoři. Dle ekonomických teorií, kde je trh ovládán zákony nabídky a poptávky, by měl spotřebitel patřit k pánům trhu určujícím nezbytný atribut trhu, a sice poptávku. Spotřebitel jakožto jednatel však jen stěží dosáhne takové fundovanosti, jaká je mnohdy pro racionální volbu na trhu nezbytná. Moderní nutností pak je spotřebitele chránit.

V České republice tvoří těžiště ochrany spotřebitele zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, spolu se zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Českou právní úpravu pak též modifikuje četná normotvorba orgánů EU, z nejdůležitějších například nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele¹²⁵ či směrnice o žalobách na zdržení se jednání v oblasti ochrany zájmů spotřebitelů.¹²⁶

Speciální úpravu problematiky paralelních dovozů ve vztahu ke spotřebitelům bohužel nenajdeme, v této oblasti se však bez problémů aplikují obecné právní předpisy.

¹²⁵ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 ze dne 27. října 2004, o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele.

¹²⁶ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2009/22/ES ze dne 23. dubna 2009, o žalobách na zdržení se jednání v oblasti ochrany zájmů spotřebitelů.

7.1.1 Ekonomické aspekty paralelních dovozů

Již výše bylo zdůrazněno, že k paralelním dovozům dochází zejména v případech, kdy se různé cenové hladiny totožných známkově chráněných výrobků v jednotlivých státech. Dovoz paralelním dovozcem vedle oficiálního distributora přináší spotřebitelům pozitivní efekt soutěže na trhu totožných výrobků, kdy cena známkově chráněného výrobku může podstatně poklesnout oproti zamýšleným cenám autorizované distribuční sítě.

Spotřebitel tak má možnost volby mezi obecně dražším kusem, který však pochází z renomovaného zdroje, k němuž má spotřebitel důvěru a bývá i doplněn nadstavbovými službami, a kusem zboží paralelně dovezeným, který by kvalitativně měl dosahovat totožných hodnot, nicméně doplňkový servis zpravidla nebývá žádný.

7.1.2 Ochrana spotřebitele ve vztahu k paralelním dovozům

Právo i konstantní judikatura soudů se snaží vyrovnat faktickou nerovnost ve vztahu mezi spotřebitelem a podnikatelem, který své zboží a služby spotřebitelům nabízí. V případě paralelních dovozů, tedy dovozů pravého, nikoliv padělaného zboží, by se mohlo na první pohled zdát, že ani není před čím spotřebitele chránit. Nicméně z řízení vedených u Soudního dvora, z nichž některá byla popsána výše, bylo možné zřetelně spatřit některá zákoutí, která mohou i v tomto případě neznalého spotřebitele neblaze ovlivnit, ať už se jednalo o špatně provedené přebalení výrobku či zavádějící užití ochranné známky v reklamě.

Další temnou uličkou paralelních dovozů produktů z jiných zeměpisných šířek může být změna obsahu či složení výrobku samotným vlastníkem ochranné známky. Dochází tak k situacím, že výrobky, které se na první pohled zdají totožné, ať už označením, balením i účelem, mohou být ve skutečnosti jiné kvality. Jedná se o takzvanou materiálně odlišnou kvalitu výrobku, kdy se zboží liší na jednotlivých národních trzích svou kvalitou i například následným servisem. Děje se tak například z důvodu uspokojení místních požadavků či jen z důvodu dělení trhů, které prospívá vlastníkům ochranných známek. Pro vlastníka známky je navíc mnohdy výhodné vyrábět produkt lehce odlišný od světoznámého, jenž je pak obchodován pod stejnou ochrannou známkou a těžší z její pověsti, ač sám třeba tak špičkové kvality nedosahuje.

Jednou z možných cest, jak se s těmito rozdíly uvnitř zón volného obchodu vypořádat, je stanovení společných standardů pro výrobky, či stanovení principu vzájemného uznávání.¹²⁷ EU se vydala cestou principu vzájemného uznávání, jak již bylo podrobněji rozebráno výše.¹²⁸

Domnívám se, že ani jedna z těchto možností není dokonalá, neboť bude v mých očích vždy problémem, že produkty nesoucí shodné označení v podstatě vůbec shodné nejsou. Obávám se, že vlastník ochranné známky rád využije své pověsti na úkor kvality a na některých trzích bude prodávat výrobky nedostatečné kvality, které se kvůli své nižší ceně dostanou i na trhy další. Byť by tak vlastník známky někdy činil v zásadě pro dobro trhu s nižší kupní silou, kam dodá méně kvalitní výrobek za nižší cenu, kvůli světové globalizaci je jen stěží možné, aby nedocházelo k dalšímu převážení daných produktů. Vždy tak záleží na bystrosti spotřebitele, aby dokázal včas identifikovat, kdy mu je nabízeno něco, co ve skutečnosti nechce nebo přinejmenším neočekává. Zajímavým konstruktem legislativy EU a výkladu Soudního dvora pak je takzvaný model průměrného spotřebitele.

Model průměrného spotřebitele je užíván jako kritérium, které slouží k hodnocení možnosti oklamání obchodní praktikou. Průměrný spotřebitel je dostatečně informovaný, pozorný a opatrný spotřebitel. Každý konkrétní spotřebitel či skupina spotřebitelů se však od sebe liší, disponují různými vlastnostmi i schopnostmi i mírou zkušenosti. Model se vyvíjí a je vždy znovu posuzován pro ty které skutkové okolnosti.¹²⁹

7.2 Hospodářská soutěž

Hovoříme-li o paralelních dovozech, nelze opomenout též jejich soutěžní stránku. Paralelní dovozy již ve své podstatě podporují soutěžní prostředí na světových trzích. Nedovolí vlastníkům ochranných známek zaspat dobu, spotřebitelům poskytují diverzifikované možnosti koupě a v neposlední řadě pomáhají zabránit jakémusi

¹²⁷ CALBOLI, Irene. Market Integration and (the Limits of) the First Sale Rule in North American and European Trademark Law, In *Santa Clara Law Review* [online]. 2011, Svazek 51, č. 4, článek 6 [cit. 17. září 2015], www.digitalcommons.law.scu.edu, s. 1246-48.

¹²⁸ Viz kapitola 4.1.1.

¹²⁹ VILHELMOVÁ, Lucie; RŮŽIČKA, Roman. *Model tzv. průměrného spotřebitele* [online]. 12. září 2013 [cit. 26. září 2015]. www.epravo.cz.

pseudomonopolnímu postavení vlastníka ochranné známky ve vztahu k jeho vlastním produktům, neboť uvádí na trh výrobky chráněné ochrannou známkou, ovšem mimo režii samotného vlastníka ochranné známky.

Ochrana hospodářské soutěže je vtělena na národní úrovni do zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, dále skutkové podstaty nekalé soutěže vymezuje zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. EU pak vzhledem k důležitosti tohoto tématu obsahuje jádro pravidel hospodářské soutěže přímo v základních smlouvách,¹³⁰ dále pak problematiku upravuje rozsáhlá sekundární legislativa.

7.2.1 Ochrana hospodářské soutěže

Na poli ochrany samotné hospodářské soutěže můžeme spatřovat přínos neautorizovaných prodejců zboží chráněného ochrannou známkou. Prostřednictvím konkurenčního prostředí vytvářeného paralelními importy dokáže zdařile podporovat boj proti vertikálním kartelům, tedy dohodám mezi subjekty z různých úrovní trhu, typicky dodavateli či výrobcí a distributory. Ač se má za to, že vertikální kartely představují menší nebezpečí pro hospodářskou soutěž než jejich horizontální protějšky, za jistých okolností působí opravdu protisoutěžně.¹³¹

Vlastníci ochranných známek si mnohdy vytváří exkluzivní distribuční sítě, jež mohou být tak pevné a nepropustné, že mohou naplňovat kvality vertikálního kartelu. Rolí paralelního importéra pak je najít skulinku a narušit takové ovládání trhu.

Pokud se vlastník ochranné známky rozhodne vydat cestou smluvních omezení následného dalšího prodeje jeho známkově chráněných produktů, vystavuje se riziku, že jeho počínání bude považováno za protisoutěžní, taková smluvní ujednání budou neplatná, a navíc může být předmětem sankcí ze strany příslušného úřadu pro ochranu hospodářské soutěže¹³² či přímo Komise, pokud by takové omezení bylo považováno za narušující základní smlouvy EU.¹³³

¹³⁰ Články 101 až 106 Smlouvy o fungování EU.

¹³¹ VEROUDEN, Vincent. Vertical Agreements : Motivation and Impact. In COLLINS, W. D., *Issues in Competition Law* [online]. 1. vyd., b. m., ABA Book Publishing, Section of Antitrust Law, 2008 [cit. 27. září 2015]. ec.europa.eu, s. 1814 – 16.

¹³² Pro Českou republiku jím je Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, viz Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. *Poslání a kompetence*.

¹³³ ŘEHÁK, David. Paralelní dovozy a problém kontroly nad pohybem zboží. In *Moderní obchod* [online]. 2006, č. 2 [cit. 28. září 2015]. www.rehaklegal.cz.

Soud prvního stupně vedl řízení ve věci *Micro Leader Business*¹³⁴ soutěžní otázky ve vztahu k paralelnímu dovozu produktů chráněných autorskými právy, ovšem rozhodnutí soudu má přesah i do práva známkového.

Společnost *Micro Leader Business* (MLB) získávala produkty společnosti Microsoft uváděné na trh ve francouzsky mluvící části Kanady a prodávala je ve Francii za nižší ceny než ceny oficiálně distribuovaných francouzských mutací daných produktů. Společnost Microsoft proti takovému jednání zakročila, což se ovšem MLB nelíbilo a podal stížnost Komisi s odůvodněním, že jednání Microsoftu vytváří překážky svobodě stanovovat si ceny uvnitř Společenství. Komise však jeho stížnost vyřídila záporně, protože MLB podalo návrh na zahájení řízení k Soudu prvního stupně.

MLB osvětluje, že podstatou akcí společnosti Microsoft byla dohoda s kanadskými i francouzskými distributory, že nebudou své výrobky prodávat neschváleným distributorům ve Francii. V důsledku tak mělo docházet ke koordinaci cen produktů.

Ačkoli je pravdou, že prodáváním produktů Microsoftu v Kanadě nedochází k vyčerpání práv pro uvádění na trh ve Společenství, soud rozhodl, že se Komise dopustila chyby v úsudku, neboť důkazy ukazují, že Microsoft stanovuje nižší ceny na kanadském trhu, zatímco ceny ve Společenství jsou nadsazené. Jako důkaz sloužil i informační leták Microsoftu, kde se ještě před zahájením sporu objevilo, že software dovážený nelegálně je prodáván levněji a pokud by i francouzští distributoři byli nuceni prodávat za takové ceny, mělo by to negativní vliv na jejich marže. Soud pak došel k závěru, že v některých výjimečných případech může mít výkon práva vlastníka práv duševního vlastnictví zneužívající charakter.

Soud prvního stupně sice přímo nestanovil, jaké výjimečné okolnosti měl na mysli, zdá se, že stanovování různých cen uvnitř EHP a mimo něj je způsobilé tyto výjimečné okolnosti naplnit.¹³⁵ Toto rozhodnutí potenciálně za některých

¹³⁴ Rozsudek Soudu prvního stupně ze dne 16. prosince 1999 ve věci T-198/98, *Micro Leader Business* proti Komisi („*Micro Leader Business*“).

¹³⁵ WILLIS, Peter. *Introduction to EU Competition Law*. 1. vyd., b.m., Informa Law from Routledge, 2005, s. 142 – 43.

zvláštních okolností ohrožuje doktrínu vymezenou Soudním dvorem v případě *Silhouette*.¹³⁶

Zneužití dominantního postavení vlastníka ochranné známky pak bylo nastíněno ve věci *Syfait*.¹³⁷ Sdružení lékárníků *Syfait* a další obchodníci s farmaceutickými výrobky nakupovali od společnosti *GlaxoSmithKline* jistá léčiva, které společnost sama vyráběla, jak pro použití na řeckém trhu, tak pro distribuci do zahraničí. *GlaxoSmithKline* však nesouhlasila se systémem na řeckém trhu, neboť u některých druhů léků bylo velké procento paralelně vyváženo do zahraničí, zejména do evropských zemí, kde je vyšší cenová hladina. Proto na několik měsíců přerušila dodávky daných léčiv s tím, že bude zásobovat pouze nemocnice a lékárny, nikoliv další obchodníky. Posléze dodávky obnovila, ovšem s novým systémem distribuce, přičemž neuspokojila plně objednávky některých společností. Ty se ohradily, neboť se domnívali, že tím *GlaxoSmithKline* zneužívá svého dominantního postavení. Ten však zdůraznil, že ceny léčiv v Řecku podléhají zásahům státu, nejsou tedy určovány trhem. Za pozornost stojí stanovisko generálního advokáta v této věci.

V předběžné otázce se řecký úřad tázal, zda odmítnutí zásobovat dominantní společnosti za účelem zabránit paralelnímu obchodu je samo o sobě zneužitím práva. Generální advokát ve svém stanovisku uvádí, že samo o sobě zneužitím není. Kvůli jistým legislativním a regulativním rysům ovlivňujícím trh s farmaceutikou, není odmítnutí dodávek, přinejmenším v případě velkého objemu paralelního obchodu, zneužitím práva, ani zneužitím dominantního postavení. Názor Soudního dvora se však k této kauze nedozvíme, neboť se jí Soudní dvůr meritorně nezabýval z důvodu nesprávného subjektu pokládajícího předběžnou otázku.^{138 139}

Oba výše uváděné případy nabádají k zamyšlení, jakým směrem se může rozhodování Soudního dvora vyvíjet. Rozvolnění antimonopolního práva by znamenalo velké vítězství pro vlastníky ochranných známek. Opačný efekt by mohlo mít překonání doktríny komunitárního vyčerpání práv k ochranné známce prostřednictvím práva soutěžního. Ovšem nemyslím si, že bude v nejbližších letech toto překonání reálné,

¹³⁶ Viz kapitola 4.2.1.

¹³⁷ Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 31. května 2005 ve věci C-53/03, *Synetairismos Farmakopoiou Aitolias & Akarnanias (Syfait) ad. proti GlaxoSmithKline plc, GlaxoSmithKline AEVE („Syfait“)*.

¹³⁸ Stanovisko generálního advokáta F. G. Jacobse ze dne 28. října 2004 ve věci *Syfait*.

¹³⁹ WILLIS, Peter. *Introduction to EU Competition Law*. 1. vyd. b.m., Informa Law from Routledge, 2005, s. 143.

obzvlášť vezmeme-li v úvahu, jakou péči evropské instituce prozatím věnovaly vystavění této koncepcce.

7.2.2 Nekalá soutěž a paralelní dovozy

Občanský zákoník stanoví, že „*kdo se dostane v hospodářském styku do rozporu s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům, dopustí se nekalé soutěže.*“¹⁴⁰ Tato maxima se uplatní i na veškerá jednání paralelních dovozců, jakož i samotných vlastníků ochranných známek.

Nejnáchylnější k porušení v oblasti paralelních dovozů budou dle mého názoru nejvíce dvě skutkové podstaty nekalé soutěže, a sice parazitování na pověsti a klamavé označení zboží nebo služby,¹⁴¹ kterého se může dopustit paralelní importér. Potenciálně na hraně tak může například být excesivní užití ochranné známky v reklamě, řešené například v případě BMW.¹⁴²

Nicméně není vyloučeno, aby se nekalé soutěže dopustil i sám vlastník ochranné známky snažící se nevhodně brojit proti neautorizovaným dovozcům, kteří mu znesnadňují vlastní distribuci produktů. Lze si představit situaci, kdy se pokusí uvádět či rozšiřovat o poměrech nebo výkonech paralelního dovozce nepravdivé údaje, jež mu jsou způsobilé přivodit újmu, a dopustí se tím tak zlehčování dle § 2984 občanského zákoníku.

7.3 Veřejný zájem

Veřejný zájem prolíná celou řadu právních institutů, paralelní dovozy nevyjímaje. V některých případech může mít rozvolnění možnosti paralelně dovážet produkty negativní vliv na některé obecně chráněné hodnoty.

Typicky se kolize paralelních dovozů s veřejným zájmem může projevit na trhu s farmaceutickými výrobky, neboť dostatek léčiv pro obyvatelstvo, jímž stát zabezpečuje zdraví obyvatelstva, je bezesporu veřejným zájmem. Česká republika se řadí ke státům s nejnižšími stanovovanými cenami léčiv v EU, což v praxi láká obchodníky, aby léčiva vykupovali a následně je paralelně dováželi do jiných států

¹⁴⁰ § 2976 odst. 1 zákona č. 89/2012, občanský zákoník

¹⁴¹ § 2978 a § 2982 zákona č. 89/2012, občanský zákoník

¹⁴² Viz kapitola 4.3.3.

v EU. Stává se tak, že některých léků, které si zrovna překupníci oblíbí, pak může být na českém trhu nedostatek, který se nejpalčivěji projevuje u léků bez adekvátní substituce. Někteří prodejci pak z obavy z opětovného vývozu svých léčiv mimo Českou republiku raději ani nevstupují na český trh, čímž trpí rozmanitost nabízených léčebných možností.¹⁴³

Volný obchod umožňující paralelní dovozy uvnitř EHP s sebou nese i tyto negativní důsledky, nicméně domnívám se, že oblastí, na nichž se skutečně může negativně podepsat, není tolik, aby záporny převažily nad klady, jež paralelní dovozy Evropě přinášejí.

¹⁴³ ŠIMŮNKOVÁ, Marta. Paralelní export léčiv : Výhodný byznys kvůli nízké ceně. In *Medical Tribune* [online]. 2013, č. 10, 20. 5. 2013 [cit. 28. září 2015]. www.tribune.cz.

8 ZÁVĚR

V rámci diplomové práce byla podrobně analyzována problematika paralelních dovozů v mezích bezprostředně se dotýkajících české právní úpravy, ať již v intencích samotné české právní úpravy, ale i z mezinárodního a především evropského hlediska. Problematika byla rozebrána ve světle obecných premis i konkrétních rozhodnutí Soudního dvora, čímž bylo docíleno přehledného popsání problematiky paralelních dovozů s důrazem na známkové právo. Celý rozbor dle mého názoru ukázal, že v této oblasti je jen velmi málo na první pohled jasných a intuitivních pravd. Vybudování současného systému trvalo celá desetiletí soudního rozhodování a legislativní činnosti provázené čilou diskuzí v odborných i zájmových kruzích.

Český právní řád do svého nitra přijal evropskou právní úpravu v oblasti vyčerpání práv z ochranné známky. Unijní legislativa však sama o sobě neposkytuje dostatečný obraz o celkovém stavu úpravy, proto bylo nezbytné doplnit ji o relevantní rozhodnutí Soudního dvora. Judikatura Soudního dvora v této oblasti tvoří poměrně rozsáhlý soubor rozhodnutí, který již po desetiletí ovlivňuje nejen výklad právních dokumentů, ale mnohdy i určuje směr, jímž se vydává nová legislativa. Síla přesvědčivosti argumentů Soudního dvora tak formuje celounijní chápání dané problematiky. Jednotlivými rozsudky i v jejich spojitosti byla představena právní úprava ve své živoucí formě, neboť tato rozhodnutí pramenila ze skutečných sporů, jež v minulosti nastaly. Rozhodovací činnost Soudního dvora zahrnovala mimo jiné vymezení pojmu souhlas s uvedením na trh, možnost přebalování výrobků či užívání ochranné známky paralelním dovozcem v reklamě. Pozornost v legislativní oblasti byla věnována zejména výkladu unijních předpisů s paralelními dovozy souvisejícími.

Zejména z judikatury Soudního dvora lze dovodit obrovský zájem soudu a potažmo celé institucionální složky EU na zachování jednotného vnitřního trhu bez bariér a umělého členění národních trhů. Zároveň se však evropským konceptem prolíná silná snaha chránit též vlastníky ochranných známek. Někdy podle mého názoru i na úkor spotřebitelů, kteří nemohou těžit z ekonomických výhod neomezovaného paralelního dovozu. Duševnímu vlastnictví přiznává Soudní dvůr opakovaně velký význam, což je patrné z jeho rozhodovací praxe. Ochrana z hlediska vyčerpání práv je však poskytována toliko v rozsahu specifického předmětu ochranné známky. Tímto specifickým předmětem je dle konstantní judikatury záruka, že výlučně vlastník

ochranné známky má právo rozhodovat o užití ochranné známky při prvním umístění zboží označeného ochrannou známkou na trh. Nad tento rozsah pak Soudní dvůr přiznává ochranu jen výjimečně, kupříkladu za okolností snižujících dobrou pověst ochranné známky, či za okolností, při nichž je ohrožena sama rozlišovací funkce ochranné známky vůči spotřebitelům. Postavení vlastníků ochranných známek je tak pevně vymezeno s jasně stanovenými možnostmi ochrany, jichž mohou vlastníci užít.

Paralelní dovozy známkově chráněných produktů ovlivňují též řadu jiných odvětví. Domnívám se, že zdaleka nejdůležitějšími okruhy jsou spotřebitelské právo a právo soutěžení. V oblasti spotřebitelského práva nacházíme přímé a bezprostřední působení na každého konkrétního jednotlivce na trhu. Paralelní dovozy v soutěžním právu pak mají účinky na celý systém soutěžitelů na individuálních trzích. Oběma oblastem paralelní dovozy v zásadě prospívají, ovšem zároveň je nezbytné myslet na ochranu jak spotřebitelů, tak i soutěžitelů. Jejich ochranu vidím jako nezbytnou jednak před zneužíváním postavení vlastníka ochranné známky, ale i před excesy paralelních dovozců, jež by mohly poškozovat samotné spotřebitele.

Koncepce zvolená pro jednotný trh EU je v současné době logickým vyústěním celosvětové nálady, kdy neexistuje jednotné stanovisko k problematice paralelních dovozů. Dle mého názoru dostatečně chrání vlastníky ochranných známek, a zároveň poskytuje jistý prostor pro paralelní dovozy. Jediným poněkud zářezajícím faktorem na celé unijní koncepci se zdá být jen způsob jejího vzniku. V našem kontinentálním pojetí práva je přinejmenším nezvyklé, aby soudní orgány mohly sehrát takovou úlohu, jakou měl de facto Soudní dvůr při vytýčení nejprve samotného principu komunitárního vyčerpání práv a následně i při jeho omezení výhradně na komunitární vyčerpání práv s vyloučením vyčerpání mezinárodního. Tuto úlohu dle mého měla zastávat unijní legislativa, nikoliv judikatura, a dodatečná legislativní aprobace stanovených zásad se mi nejeví jako dostatečná. Možná však opravdová myšlenková nadstátnost soudců Soudního dvora, na rozdíl od typických národních zástupců v Radě i Evropském parlamentu poplatných národním volebním preferencím, dokázala vzít na sebe odpovědnost za vytváření stěžejních principů práva duševního vlastnictví. Politické zastoupení mohlo jen se zalíbením sledovat, že se nepopulární úlohy zhostil někdo jiný, a to v podstatě bez nutnosti vést dlouhá politická jednání a nalézat

kompromisy. Otázkou však zůstává, zda soudní moci má náležet takovýto mandát, jenž je v tradičním dělení moci výsadou legislativy demokraticky zvolené lidem.

Dnešní česká úprava celé problematiky stojí na relativně pevných základech, ač ani to nemusí znamenat její přetrvání, neboť není zcela bezchybná, jak bylo ukázáno v této diplomové práci. Současný model fungující v EU dle mého názoru v zásadě odpovídá současným potřebám členských států zejména z hlediska jednoty trhu i jisté snahy o ochranu vlastníků ochranných známek na území Společenství. Již méně je však tento model příznivý pro evropské spotřebitele, kteří se musí vyrovnat s mnohdy nadsazenou cenou produktů chráněných ochrannou známkou. Na druhou stranu si myslím, že tento režim do jisté míry chrání spotřebitele, neboť přinejmenším mohou důvěřovat, že i paralelně dovážený výrobek byl primárně určen pro evropský trh a splňuje tak standardy členských států EU.

Požadavky moderní společnosti, na jedné straně lpící na duševním vlastnictví a na straně druhé podporující mezinárodní obchod, se mohou v průběhu následujících let vyvíjet a s tím také měnit. Mám za to, že v budoucnu nastane situace, v níž již nebude vyhovovat nejen koncept národního, ale ani regionálního vyčerpání práv k ochranné známce, neboť budou shledány příliš svazujícími ve vztahu k mezinárodnímu obchodu. Světové propojení jednotlivých trhů si tak dle mého vyžádá zavedení principu mezinárodního vyčerpání práv i v těch oblastech, které mu dnes vzdorují. Nastane-li tento scénář, obávám se, že by oslabení ochrany vlastníka ochranné známky mohlo mít za následek jeho nižší motivaci k investicím do vývoje a inovací. Ovšem věřím, že by se většina vlastníků ochranných známek takovéto změně dokázala přizpůsobit, obzvláště nastala-li by tato změna globálně.

Rozvolnění režimu by s sebou však neslo i zvýšené požadavky na ochranu spotřebitele a na jeho bdělost při výběru zboží na trhu. Domnívám se, že by pro spotřebitele představovaly problém odlišné kvalitativní standardy aplikované na jednotlivých trzích, a tedy odlišnost zdánlivě totožných výrobků opatřených stejnou ochrannou známkou. Dle mého názoru by tato situace mohla vyvíjet nátlak na vlastníky ochranných známek, aby sjednotili kvalitu svých produktů. Obávám se však, že by se tato kvalita sjednotila spíše na středních či nižších hodnotách a nedošlo by k plošnému prosazení kvality nejvyšší. Daleko spíše by se pak začaly objevovat ještě exkluzivnější značky dnešních luxusních výrobců, jež by opět byly primárně určeny

pro bohaté trhy, a tyto značky by se již jen stěží dostaly na trhy s nižší cenovou hladinou. Pokud by se však vlastníci ochranných známek nerozhodli jít cestou sjednocování kvality svých na první pohled stejných výrobků, spotřebitelé by na svých bedrech museli nést mnohdy nelehký úkol, a to odlišit zboží určené pro jejich či jiný srovnatelný trh od zboží dováženého z trhů s lišícími se standardy. To může být potenciálně méně kvalitní než zboží, na něž jsou zvyklí. Dle mého názoru by zde byly na průměrného spotřebitele kladeny opravdu vysoké nároky, aby dokázal rozeznat odlišné produkty nesoucí tentýž název a ochrannou známku. Někdy by ani pečlivé čtení složení produktů či použitých materiálů na obalech nemuselo stačit, obzvláště závisí-li kvalita na přesných poměrech či drobných nuancích, které nejsou výrobci povinni na obalech uvádět. Předpokládané snížení cenové hladiny může však jistě z dlouhodobého hlediska v mnohých oblastech tyto nevýhody vyvážit či dokonce převážit.¹⁴⁴

Snad se tedy v budoucnu najdou tací, kteří budou otevření novým řešením a přestane-li současná úprava vyhovovat, pokusí se vytvořit nový fungující model majíce na zřeteli všechny aspekty dané problematiky. Ostatně jak řekl Bernard Bolzano, *„Pokrok přináší ti, kdož se nebojí měnit vše, co není v pořádku.“*

¹⁴⁴ Viz kapitoly 4.1.1 a 4.2.3

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

EU	Evropská unie
EHP	Evropský hospodářský prostor
Soudní dvůr	Soudní dvůr Evropské unie
První směrnice o ochranných známkách	Směrnice č. 89/104/EHS
Směrnice o ochranných známkách	Směrnice č. 2008/95/ES
Nařízení o ochranné známce Společenství	Nařízení Rady (ES) č. 207/2009
TRIPs	Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví
GATT	Všeobecná dohoda o clech a obchodu

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie:

BAINBRIDGE, David I. *Intellectual Property*. Vyd. 7. Harlow (UK): Pearson Education Limited, 2009. 895 s. ISBN: 978-1-4058-5920-2

BÁLKOVÁ, Stanislava. *Ochranná známka a průmyslový vzor - jejich ochrana a padělání*. Vyd. 1. Ostrava: Key Publishing, 2011, 142 s. ISBN 978-80-7418-110-8.

DOBŘICHOVSKÝ, Tomáš. *Moderní trendy práv k duševnímu vlastnictví v kontextu evropského práva, dohody TRIPS a aktivit WIPO*. Praha : Linde, 2004. 225 s. ISBN 80-7201-467-6.

HORÁČEK, Roman; BISKUPOVÁ, Eva a DE KORVER, Zuzana. *Práva na označení a jejich vymáhání*. 3. vydání. Praha: Beck, 2015. 408 s. ISBN: 978-80-7400-569-5.

HORÁČEK, Roman; ČADA, Karel a HAJN, Petr. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 2., dopl. a přeprac. vydání. Praha : C. H. Beck, 2011. 480 s. ISBN 978-80-7400-417-9.

HORÁČEK, Roman; MACEK, Jiří a BISKUPOVÁ, Eva. *Sbírka správních a soudních rozhodnutí ve věcech průmyslového vlastnictví*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2011, xviii, 612 s. ISBN 978-80-7400-375-2.

MALÝ, Jan. *Obchod nehmotnými statky : patenty, vynálezy, know-how, ochranné známky*. 1. vydání. Praha : Beck, 2002. 257 s. ISBN 80-7179-320-5.

SLOVÁKOVÁ, Zuzana. *Průmyslové vlastnictví : vynálezy, užité vzory, ochranné známky, označení původu a zeměpisná označení*. 2., rozš. a dopl. vydání. Praha : LexisNexis, 2006. 212 s. ISBN 80-86920-08-9.

SVOBODA, Pavel. *Úvod do evropského práva*. 4. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, xx, 362 s. ISBN 978-80-7400-334-9.

STOTHERS, Christopher. *Parallel Trade in Europe : Intellectual Property, Competition and Regulatory Law*. Vyd. 1. North America, Portland: Hart Publishing, 2007. 467 s. ISBN 978-1841134376.

TELEC, Ivo. *Přehled práva duševního vlastnictví : Lidskoprávní základy, licenční smlouva*. 2. upr. vyd. Brno: Doplněk, 2007, 199 s. ISBN 978-80-7239-206-3.

WILLIS, Peter. *Introduction to EU Competition Law*. Vyd. 1. b.m., Informa Law from Routledge, 2005. 384 s. ISBN 978-1843114352.

Příspěvky do sborníku:

CALBOLI, Irene. The (avoidable) effects of territorially different approaches to trademark and copyright exhaustion. In CALBOLI, Irene, LEE, Edward. *Trademark Protection and Territoriality Challenges in a Global Economy*. b.m. EE, 2014. s. 151 – 166. ISBN 978 1 78195 390 7.

KOŠÍK, Petr. Ochrana průmyslových práv ve vztahu k problematice vyčerpání práva. In KŘÍŽ, Jan aj. *Aktuální otázky práva autorského a práv průmyslových: nový občanský zákoník a vybrané problémy evropského práva duševního vlastnictví - dopady na českou legislativu a praxi*. Vydání první. Praha : Univerzita Karlova v Praze, Právnická fakulta, 2014. s. 61 - 70. ISBN 978-80-87975-15-2.

VEROUDEN, Vincent. Vertical Agreements : Motivation and Impact. In COLLINS, W. D. *Issues in Competition Law* [online]. Vyd. 1. b. m., ABA Book Publishing, Section of Antitrust Law, 2008 [cit. 27. září 2015]. ISBN 978-1-60442-044-9. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/vertical_agreements.pdf>

Články:

ČERNÝ, Miroslav. *Mezinárodní ochranná známka* [online]. 13. 3. 2002 [cit. 10. září 2015]. Dostupný z WWW: <<http://www.epravo.cz/top/clanky/mezinarodni-ochranna-znamka-16036.html>>

CALBOLI, Irene. Market Integration and (the Limits of) the First Sale Rule in North American and European Trademark Law. In *Santa Clara Law Review* [online]. 2011.

Svazek 51, č. 4, článek 6 [cit. 17. září 2015], s. 1241 – 1282. ISSN: 0146-0315. Také dostupný z WWW: <<http://digitalcommons.law.scu.edu/lawreview/vol51/iss4/6/>>

HEATH, Christopher. *Parallel Imports and International Trade* [online]. 1997 [cit. 13. září 2015]. Dostupný z WWW: <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/atrip_gva_99/atrip_gva_99_6.pdf>

CHUNG-LUN, Shen. Intellectual Property Rights and International Free Trade: New Jurisprudence of International Exhaustion Doctrine under the Traditional Legal System. In *Journal of International Commercial Law and Technology* [online]. 2012, roč. 7, č. 3. s. 176 – 211. [cit. 27. září 2015] ISSN: 1901-8401. Dostupný z WWW: <<http://www.jiclt.com/index.php/jiclt/articla/download/155/153.>>

KOF Swiss Economic Institute. *KOF Index of Globalization : Globalization is Stagnating* [online]. ETH Zurich, 5. 3. 2015, 5 s. [cit. 19. září 2015]. Dostupný z WWW: <http://www.kof.ethz.ch/static_media/filer_public/2015/03/04/kof_index_of_globalization_2015.pdf>

Konkurrensverket, Švédská soutěžní autorita. *Parallel Imports – Effects of the Silhouette Ruling* [online]. Leden 1999, s. 161 [cit. 7. října 2015]. Dostupný z WWW: <<http://www.konkurrensverket.se/globalassets/english/publications-and-decisions/parallel-imports---effects-of-the-silhouette-ruling.pdf>>

MALIŠ, Petr. *Používání tzv. katalogových fotografií prodejci zboží na internetu* [online]. 3. srpna 2011 [cit. 1. října 2015]. Dostupný z WWW: <<http://www.pravoit.cz/article/pouzivani-tzv-katalogovych-fotografii-prodejci-zbozi-na-internetu>>

MYLLY, Tuomas. *A Silhouette of Fortress Europe? International Exhaustion of Trade Mark Rights in the EU* [online]. University of Turku. 2000. [cit. 9. října 2015]. Dostupný z WWW: <<http://www.utu.fi/fi/yksikot/law/tiedekunta/henkilosto/henkiloluettelo/Documents/silhouette.pdf>>

National Economic Research Associates NERA; S J Berwin & Co and IFF Research. *The Economic Consequences of the Choice of a Regime of Exhaustion in the Area of Trademarks, Final Report for the DG XV of the European Commission* [online], London, 8. srpna 1999 [cit. 16. září 2015]. Dostupný z WWW: <http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/tm/summary_en.pdf >

PIETAK, Tomáš. *Vliv judikatury soudního dvora z oblasti soutěžního práva na územní vymezení vyčerpání práv z ochranné známky – část I* [online] 5. 2. 2004 [cit. 3. října 2015]. Publikovaný též In *EMP: odborný časopis o evropském a mezinárodním právu*. Praha: Nadace EMP, 1995-2004. číslo neznámé. ISSN 1210-3977. Dostupný z WWW: <<http://www.epravo.cz/top/clanky/vliv-judikatury-soudniho-dvora-z-oblasti-soutezniho-prava-na-uzemni-vymezeni-vycerpani-prav-z-ochranne-znamky-cast-i-23273.html>>

POMAIZLOVÁ, Karin. *Vyčerpání práv k některým průmyslovým právům : současná právní úprava a očekávané změny v důsledku vstupu do EU – část I*. Převzato z EU Accession Newsletter, Linklaters, srpen 2003 [online]. 21. 1. 2004 [cit. 11. září 2015] Publikováno též In *EMP: odborný časopis o evropském a mezinárodním právu*. Praha: Nadace EMP, 1995-2004. číslo neznámé. ISSN 1210-3977. Dostupný z WWW: <<http://www.epravo.cz/top/clanky/vycerpani-prav-k-nekterym-prumyslovym-pravum-soucasna-pravni-uprava-a-ocekavane-zmeny-v-dusledku-vstupu-do-eu-cast-i-22882.html>>

ŘEHÁK, David. *Paralelní dovozy a problém kontroly nad pohybem zboží*. In *Moderní obchod* [online]. 2006, č. 2 [cit. 28. září 2015]. ISSN 1210-4094 Dostupný WWW: <<http://www.rehaklegal.cz/media/paraleleni%20dovoza%20a%20problem%20kontroly.pdf> >

SCHNEEWEISSOVÁ, Sylvie. *Problematický postoj EU k mezinárodnímu vyčerpání práv k ochranným známkám*. In *EMP: odborný časopis o evropském a mezinárodním právu*. Praha: Nadace EMP, 1995-2004. 1999, roč. 5, č. 6, s. 3 – 10. Vychází nepravidelně. ISSN 1210-3977.

ŠIMŮNKOVÁ, Marta. *Paralelní export léčiv : Výhodný byznys kvůli nízké ceně*. In *Medical Tribune* [online]. 2013, č. 10, 20. 5. 2013 [cit. 28. září 2015]. Dostupný

z WWW: <<http://www.tribune.cz/clanek/30040-paralelni-export-leciv-vyhodny-byznys-kvuli-nizke-cene>>

VILHELMOVÁ, Lucie; RŮŽIČKA, Roman. *Model tzv. průměrného spotřebitele*. [online] 12. září 2013 [cit. 26. září 2015]. Dostupný z WWW: <<http://www.epravo.cz/top/clanky/model-tzv-prumerneho-spotrebitele-92188.html>>

WYAND, Roger QC. *Explaining Recent Court Decisions on Trade Marks* [online]. [cit. 28. září 2015]. Dostupný z WWW: <http://www.ecta.org/IMG/pdf/Roger_Wyand_paper.pdf>

09-Repackaging & Relabelling [online]. Autor neznámý. [cit. 24. září 2015]. Dostupný z WWW: <http://www.zurich.com.au/content/risk_features_home/liability/products_liability/product_management_outsourcing/repackaging_and_relabelling.html>

Česko. Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR. Důvodová zpráva k zákonu č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách. 15. 4. 2003. Dostupný z ASPI, ASPI ID LIT26935CZ

Prováděcí předpisy pro celní kodex Společenství [online]. Autor neznámý. Poslední aktualizace 30. 7. 2010. [cit. 25. září 2015] Dostupný z WWW: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=URISERV:111010b>>

Příručka pro tranzit. [online] Autor neznámý. [cit. 25. září 2015] TAXUD/80/2004. Dostupný z WWW: <https://www.celnisprava.cz/cz/clo/celni-řízení/tranzit/Documents/P%C5%99%C3%ADru%C4%8Dky/transit_manual_cs.pdf>

Topic Portal : Parallel Imports/Gray Market [online]. Autor neznámý [cit. 12. září 2015] Dostupný z WWW: <<http://www.inta.org/Advocacy/Pages/ParallelImportsGrayMarket.aspx>>

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. *Poslání a kompetence* [online]. [cit. 28. září 2015]. Dostupný z WWW: <<https://www.uohs.cz/cs/o-uradu.html>>

Právní předpisy:

Česko. Zákon Parlamentu ČR č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů, ze dne 3. prosince 2003

Česko. Zákon Parlamentu ČR č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a o změně zákonů na ochranu průmyslového vlastnictví (zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví), ze dne 25. dubna 2006, ve znění pozdějších předpisů

Česko. Ústavní zákon České národní rady č. 1/1993 Sb., Ústava ČR ze dne 16. prosince 1992, uveřejněno v č. 1/1993 Sbírky zákonů na straně 001. Ve znění pozdějších předpisů.

Česko. Usnesení Předsednictva České národní rady č. 2/1993 Sb., o vyhlášení Listiny základních práv a svobod jako součásti ústavního pořádku České republiky ze dne 16. prosince 1992, uveřejněno v č. 1/1993 Sbírky zákonů na straně 017.

Česko. Zákon Parlamentu ČR č. 355/2014 Sb., o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví, ze dne 18. 12. 2014, ve znění pozdějších předpisů.

Česko. Zákon Parlamentu ČR č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ze dne 3. 2. 2012.

Česko. Zákon Federálního shromáždění č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ze dne 16. 12. 1992, ve znění pozdějších předpisů.

Česko. České národní rady č. 200/1990 Sb., o přestupcích, ze dne 17. 5. 1990, ve znění pozdějších předpisů.

Česko. Zákon Parlamentu ČR č. 40/2009 Sb., trestní zákoník, ze dne 8. 1. 2009, ve znění pozdějších předpisů.

Česko. Zákon Parlamentu ČR č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky a o změně a doplnění některých zákonů, ze dne 24. ledna 1997 ve znění pozdějších předpisů.

Česko. Zákon Parlamentu ČR č. 185/2001 Sb., o odpadech a o změně některých dalších zákonů, ze dne 15. května 2001, uveřejněno v č. 71/2001 Sbírký zákonů na straně 4074. Ve znění pozdějších předpisů.

EU. Smlouva o fungování Evropské unie. Konsolidované znění. Úřední věstník C 326, 26/10/2012 S. 0001 – 0390.

EU. První směrnice Rady 89/104/EHS ze dne 21. 12. 1988, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách („První směrnice o ochranných známkách“).

EU. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/95/ES ze dne 22. 10. 2008, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách („Směrnice o ochranných známkách“).

EU. Nařízení Rady (ES) č. 207/2009 ze dne 26. února 2009, o ochranné známce Společenství.

EU. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 ze dne 27. října 2004, o spolupráci mezi vnitrostátními orgány příslušnými pro vymáhání dodržování zákonů na ochranu zájmů spotřebitele („nařízení o spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele“).

EU. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2009/22/ES ze dne 23. dubna 2009, o žalobách na zdržení se jednání v oblasti ochrany zájmů spotřebitelů.

Mezinárodní dohody:

Dohoda o obchodních aspektech práv duševního vlastnictví (TRIPs), 1994.

Všeobecná dohoda o clech a obchodu (GATT), 1994

Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 20. března 1883, ve znění pozdějších revizí. V ČR vyhl. č. 64/1975 Sb., ve znění vyhl. č. 81/1985 Sb.

Protokol k Madridské dohodě o mezinárodním zápisu továrních a obchodních známek sjednaný v Madridu dne 27. června 1989, v ČR sděl. min. zahr. č. 248/1996 Sb.

Smlouva o založení Evropského hospodářského společenství (pozdější Smlouva o fungování Evropské unie) ze dne 25. 3. 1957, Dostupná také z WWW <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/ALL/?uri=CELEX:11957E>>

Dohoda o Evropském hospodářském prostoru ze dne 13. prosince 1993 vč. příloh. Úřední věstník Evropské unie 11/sv. 52, 3. 1. 1994, L 1/3. Dostupná také z WWW: <http://ec.europa.eu/translation/czech/guidelines/documents/eea_agreement_cs.pdf> a z WWW: <<http://www.efta.int/media/documents/legal-texts/eea/the-eea-agreement/Annexes%20to%20the%20Agreement/annex17.pdf>>

Judikatura:

Protokol z jednání Soudu evropského společenství volného obchodu ze dne 3. 12. 1997 ve věci E-2/97, Mag Instrument Inc. proti California Trading Company Norway, Ulsteen. [online] [cit. 18. září 2015]. Dostupný z WWW: <http://www.eftacourt.int/uploads/tx_nvcases/2_97_RH_EN_01.pdf>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 10. října 1978 ve věci C-3/78, Centrafarm B. V. proti American Home Products Corporation („American Home Products“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=89920&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=452945>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 23. února 1999 ve věci C-63/97, Bayerische Motorenwerke AG (BMW) a BMW Nederland BV proti Ronald Karel Deenik („BMW“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30ddba96cd2007514f3e94bd85e7b6996b02.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuRaN90?text=&docid=44426&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=558674>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 23. dubna 2002 ve věci C-143/00, Boehringer Ingelheim KG, Boehringer Ingelheim Pharma KG proti Swingward Ltd a Boehringer Ingelheim KG, Boehringer Ingelheim Pharma KG proti Dowelhurst Ltd a Glaxo Group Ltd proti Swingward Ltd a Boehringer Ingelheim KG, Boehringer Ingelheim Pharma KG proti Dowelhurst Ltd a Glaxo Group Ltd., The Welcome Foundation Lt. proti Dowelhurst Ltd a SmithKline Beecham plc., Beecham Group plc, SmtihKline & French Laboratories Ltd proti Dowelhurst Ltd a Eli Lilly and Co. proti Dowelhurst Ltd („Boehringer“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=47277&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=602353>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 26. dubna 2007 ve věci C-348/04, Boehringer Ingelheim KG, Boehringer Ingelheim Pharma KG proti Swingward Ltd a Boehringer Ingelheim KG, Boehringer Ingelheim Pharma KG proti Dowelhurst Ltd a Glaxo Group Ltd proti Swingward Ltd a Glaxo Group Ltd., The Welcome Foundation Lt. proti Dowelhurst Ltd a SmithKline Beecham plc., Beecham Group plc, SmtihKline & French Laboratories Ltd proti Dowelhurst Ltd a Eli Lilly and Co. proti Dowelhurst Ltd („Boehringer II“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf;jsessionid=9ea7d0f130d54647305c433f42e390b9db4f6ab63f80.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4ObNuRe0?text=&docid=61314&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=244411>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 11. července 1996 ve spojených věcech C-427/93, C-429/93 a C-436/93, Bristol Myers Squibb proti Paranova A/S a C. H. Boehringer Sohn, Boehringer Ingelheim KG, Boehringer Ingelheim A/S proti Paranova A/S a Bayer Aktiengesellschaft, Bayer Danmark A/S proti Paranova A/S („Bristol Myers Squibb“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=99463&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=605652>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 28. října 2010 ve věci C-449/09, Canon Kabushiki Kaisha proti IPN Bulgaria OOD („Canon“). Dostupný také z WWW:

<<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=82849&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=68976>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 20. února 1979 ve věci C-120/78, Rewe-Zentral AG v. Bundesmonopolverwaltung für Branntwein („Cassis de Dijon“).

Dostupný také z WWW:

<<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=90055&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=46113>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 31. 10. 1974 ve věci C-16/74, Centrafarm BV a Adriaan de Peiper proti Winthrop BV („Centrafarm II“).

Dostupný také z WWW:

<<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:61974 CJ0016>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 18. října 2005 ve věci C-405/03, Class International BV proti Colgate-Palmolive Company, Unilever NV, SmithKline Beecham plc, Beecham Group plc („Class International“). Dostupný také z WWW:

<<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf;jsessionid=9ea7d0f130d50f2b9963c1c4445994e9ac6c8e38cec7.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4ObNqOe0?text=&docid=60282&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=766559>>

Rozsudek Soudního Dvora Evropské unie ze dne 23. dubna 2009 ve věci C-59/08. Copad SA proti Christian Dior couture SA, Société industrielle lingerie. („Copad“)

Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf;jsessionid=9ea7d2dc30ddd2aa66e208d4589a37da22da145e9d7.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuRaxz0?text=&docid=77989&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=45851>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 3. června 2010 ve věci C-127/09, Coty Prestige Lancaster Group GmbH proti Simex Trading AG. („Coty Prestige“).

Dostupný také z WWW:

<<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1442664673245&uri=CELEX:62009CA0127>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 22. června 1994 ve věci C-9/93, IHT Internationale Heiztechnik GmbH, Uwe Danzinger proti Ideal-Standard GmbH, Wabco Standard GmbH („Danzinger“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=98986&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=326587>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 17. října 1990 ve věci C-10/89, SA CNL-SUCAL NV proti HAG GF AG („HAG II“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=96487&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=177212>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 23. května 1978 ve věci C-102/77, Hoffmann-La Roche & Co. AG, Basel, Hoffmann-La Roche AG, Grenzach-Wyhlen (Německo) proti Centrafarm Vertriebsgesellschaft Pharmazeutischer Erzeugnisse mbH, Bentheim (Německo) („Hoffman-La Roche“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=89801&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=603465>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 28. 4. 1998 ve věci C-306/96, Javico International and Javico AG proti Yves Saint Laurent Parfums SA („Javico“). Dostupný také z WWW: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1442661176140&uri=CELEX:61996CJ0306>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 11. listopadu 1997 ve věci C-349/95, Frits Loendersloot, obchodující jako F. Loendersloot Internationale Expeditie proti George Ballantine & Son Ltd a jiní („Loendersloot“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=43451&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=908288>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 12. července 2011 ve věci C-324/09, L'Oréal SA, Lancome parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie, L'Oréal (UK) Ltd proti eBay International AG, eBay Europe SARL, eBay (UK) Ltd, Stephenu Pottsovi, Tracy Ratchford, Marii Ormsby, Jamesovi Clarkovi, Joanně Clarke, Glenovi Foxovi a Rukhsaně Bi („L'Oréal“). Dostupný také z WWW:

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf;jsessionid=9ea7d0f130d582ce1d4ccd76409fba20d86919763047.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4ObNqOe0?text=&docid=107261&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=883816>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 15. října 2009 ve věci C-324/08, Makro Zelfbedieningsgroothandel C. V., Metro Cash & Carry B.V., Remo Zaandam B.V. proti Diesel („Makro“). Dostupný také z WWW: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=76761&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=371948>>

Rozsudek Soudu první instance ze dne 16. prosince 1999 ve věci T-198/98, Micro Leader Business proti Komisi („Micro Leader Business“). Dostupný také ze WWW: <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=44926&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=59108>>

Rozsudek soudního dvora Evropské unie ze dne 4. listopadu 1997 ve věci C-337/95, Parfums Christian Dior SA a Parfums Christian Dior BV proti Evora BV. („Parfums Christian Dior“) Dostupný také z WWW: <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=43440&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=31906> >

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 3. prosince 1981 ve věci C-1/81, Pfizer Inc. (USA) proti Eurim-Pharm GmbH („Pfizer“). Dostupný také z WWW: <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=91373&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=57432>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 30. listopadu 2004 ve věci C-16/03, Peak Holding AB proti Axolin-Elinor EB, původně Handelskompaniet Factory Outlet i Löddeköpinge AB („Peak Holding“). Dostupný také z WWW: <http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=49712&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=326004>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 1. 7. 1999 ve věci C-173/98, Sebago Inc. and Ancienne Maison Dubois et Fils SA proti GB-Unic SA. („Sebago“).

Dostupný také z WWW: < <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:61998CJ0173&qid=1442664743348&from=EN>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 16. 7. 1998 ve věci C-355/96, Silhouette International Schmied GmbH & Co. KG v Hartlauer Handelsgesellschaft mbH. („Silhouette“) Dostupný také z WWW: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:61996CJ0355>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 31. května 2005 ve věci C-53/03, Synetairismos Farmakopoion Aitolias & Akarnanias a další, Panellinios syllogos farmakopothikarion, Interfarm – A. Agelakos & Sia OE a další, K. P. Marinopoulos Anonymos Etairia emporias kai dianomis farmakeftikon proïonton a další proti GlaxoSmithKline plc, GlaxoSmithKline AEVE („Syfait“). Dostupný z také WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?jsessionId=9ea7d2dc30dda50e813ceea4b99b59bf22a7098d885.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuRb3j0?text=&docid=60164&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=146365>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 12. října 1999 ve věci C-379/97, Pharmacia & Upjohn SA proti Paranova A/S („Upjohn“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?jsessionId=9ea7d0f130d5518e0c73434148b987049d3100d73e5a.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4ObNqRe0?text=&docid=44776&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=450044>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 8. dubna 2003 ve věci C-244/00, Van Doren + Q.GmbH proti Lifestyle sports + sportswear Handelsgesellschaft mbH, Michael Orth („Van Doren“). Dostupný také z WWW: <<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=48186&pageIndex=0&doclang=EN&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=325785>>

Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 20. listopadu 2001 ve spojených věcech C-414/99 až C-416/99. Mezi Zino Davidoff SA a A & G Imports Ltd (C-414/99), Levi Strauss & Co., Levi Strauss (UK) Ltd a Tesco Stores Ltd, Tesco plc (C-415/99) a mezi Levi Strauss & Co., Levi Strauss (UK) Ltd a Costco Wholesale UK Ltd, dříve Costco UK Ltd (C- 416/99), („Zino Davidoff“).

Dostupný také z WWW: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:61999CJ0414&qid=1442664105019&from=EN>>

Stanovisko generálního advokáta F. G. Jacobse ze dne 28. října 2004 ve věci Syfait.

Dostupný také z WWW:

<<http://curia.europa.eu/juris/showPdf.jsf?text=&docid=49627&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=133418>>

ABSTRAKT

Cílem této diplomové práce je analyzovat známkové právo v souvislosti s problematikou paralelních dovozů v českém právu. Práce popisuje současnou situaci v České republice, upozorňuje na vliv Evropské unie a zvažuje též dopad současné právní úpravy paralelního dovozu produktů označených ochrannou známkou. Pozornost je věnována i rozhodnutím Soudního dvora Evropské unie, jež ovlivňují právo účinné v České republice na poli paralelních dovozů. Neutuchající mezinárodní diskuze o tématu paralelních dovozů a nezbytnost nalezení rovnováhy mezi zájmy vlastníků ochranných známek, paralelních dovozců a spotřebitelů tvoří důvod pro uskutečnění tohoto výzkumu.

Na začátku práce je prezentován její cíl a v následující části je definována základní terminologie.

Třetí kapitola se zabývá českou právní úpravou související s tématem.

Následující kapitola analyzuje právo Evropské unie a je rozdělena do tří částí. První část nastiňuje historický kontext právní úpravy, další část se věnuje konceptu užívanému v Evropské unii – principu komunitárního vyčerpání. Poslední část zkoumá rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie, jež mají významný vliv na paralelní dovozy zboží označeného ochrannou známkou a jsou klíčové pro pochopení samotného principu komunitárního vyčerpání a jeho reálného užívání.

Pátá kapitola se zaměřuje na mezinárodní regulaci problematiky a nedostatku celosvětově jednotného postoje. Následující kapitola ilustruje vliv paralelních dovozů zboží označeného ochrannou známkou na některé další oblasti práva, jmenovitě na hospodářskou soutěž, spotřebitelské právo a veřejný zájem.

Závěry jsou obsaženy v poslední kapitole. Principy užívané v Evropské unii, a tedy i v České republice, mají pevné základy, ačkoliv zde může v budoucnu nastat potřeba je měnit z důvodu dalšího rozvoje mezinárodního obchodu a požadavků spotřebitelů.

ABSTRACT IN ENGLISH

Trade mark law and the issues of parallel imports under Czech law

The purpose of the thesis is to analyze the trade mark law and the issues of parallel imports under Czech law. The thesis describes the present situation in the Czech Republic, points out the influence of the European Union and considers the impact of the current regulation of parallel imports concerning trademarked goods. The paper also focuses on the court decisions of the Court of Justice of the European Union which have great effect on the law effective in the Czech Republic. The reason for my research is the ongoing international discussion on that topic and the necessity to find balance among contrary interests of trademark owners, parallel importers and consumers.

The aim of the thesis is presented at the beginning. The next chapter of the thesis is introductory and defines basic terminology in general. The third chapter looks at the Czech legislation connected to the topic and highlights its connection to the European law.

The next section analyzes the law of the European Union and is subdivided into three parts. The first part outlines the historical context and sets out the basic facts. The next part is concerned with a leading principle used in the European Union – the principle of community exhaustion. The last part examines the decisions of the Court of Justice of the European Union which have great impact on the parallel imports of the trademarked goods and are essential to understanding the principle of community exhaustion and how it is applied.

The fifth chapter shifts focus on the international regulation of the issues and the lack of unified position worldwide. The following chapter illustrates the impact of parallel imports of the trademarked goods on some other branches of law, namely the competition, consumer law and public interest.

Conclusions are drawn in the last chapter. The principles used in the European Union and therefore in the Czech Republic have solid foundation although there might be a need to change them in future due to the development of international trade and consumers demands.

Klíčová slova:

Známkové právo, vyčerpání práv, paralelní dovozy

Keywords:

Trademark Law, Exhaustion of Rights, Parallel Imports