

ČERMÁK A SPOL.

ADVOKÁTNÍ A PATENTOVÁ KANCELÁŘ
LAWYERS AND PATENT ATTORNEYS
RECHTS- UND PATENTANWÄLTE
AVOCATS ET INGÉNIEURS CONSEILS

PRAGUE

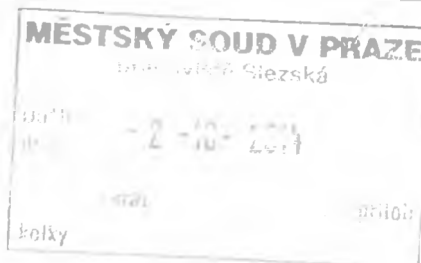
advokát/
Attorney-at-Law:

Dr. Dr.h.c. Karel Čermák

Vrchní soud v Praze

prostřednictvím

Městského soudu v Praze
Slezská 9
120 00 Praha 2



Vaše značka/ Your reference:
32 Cm 93/2012

Naše značka/ Our reference: Datum/ Date:
27-2211-12-Čj/JV 29. září 2014

Žalobce: LEGO Juris A/S
Koldingvej 2, Billund, 7190
Dánsko

zástupce: JUDr. Karel Čermák jr., Ph. D., LL. M., advokát
Čermák a spol.
Elišky Peškové 15, 150 00, Praha 5

Žalovaný: Česká pirátská strana
Dalimilova 457/6
130 00 Praha 3
IČ: 71339698

BRATISLAVA

advokát/attorney-at-law:

(Firm's Identification No.):
IČO: 27109500

(Tax Identification No.):
DIČ: CZ27109500

**Vyjádření žalobce k odvolání žalovaného proti rozsudku Městského soudu
v Praze ze dne 30. června 2014, č.j. 32 Cm/93/2012-222**

Čermák a spol.
společnost zapsaná v obchodním
rejstříku u Městského soudu v Praze
oddíl A, vložka 49200

Čermák a spol.
Company registered in the
Commercial Register
with the City Court in Prague,
section A, entry 49200

I.

Žalovaný podal dne 8. srpna 2014 odvolání proti rozsudku Městského soudu v Praze č. j. 32 Cm/93/2012-222 ze dne 30. června 2014, kterým tento soud nařídil žalovanému zdržet se užívání figurek ve tvaru vyobrazeném v uvedeném rozsudku.

Žalobce k odvolání žalovaného podává následující vyjádření:

II.

S ohledem na přehlednost podá žalobce k jednotlivým částem odvolání žalovaného své vyjádření v členění zvoleném žalovaným:

Ad Návrh na přerušení řízení

Dle názoru žalobce není pro přerušení řízení důvod s ohledem na procesní situaci v řízeních o návrhu na zrušení ochranných známek Společenství č. 50450 a č. 50518, jejichž vlastníkem je žalobce. Jak plyne z veřejně dostupné dokumentace o průběhu těchto řízení na webových stránkách Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (dále jen „Úřad“), rozhodl již o návrhu na zrušení i odvolací senát Úřadu, a to dne 4. dubna 2014, a to v tom smyslu, že pouze ze seznamu výrobků, pro které byly ochranné známky č. 50450 a č. 50518 zapsány, byly vyjmuty „dekorace pro vánoční stromky“. Osoba, která podala návrh na zrušení, mohla sice ve lhůtě dvou měsíců ode dne doručení rozhodnutí odvolacího senátu podat proti tomuto rozhodnutí žalobu k Soudnímu dvoru, avšak taková žaloba nebyla podána, což potvrzuje i písemné faxové podání zástupce osoby podávající návrh na zrušení ze dne 6. června 2014 zaslané úřadu. Řízení o návrhu na zrušení ochranných známek je proto skončeno a v krátké době lze očekávat, že právní stav bude administrativně zachycen i v databázi ochranných známek Společenství.

Protože žalovaný přichází s návrhem na přerušení řízení až v odvolání, neměl žalobce jinou možnost, než předložit své důkazy k těmto tvrzením až spolu s tímto vyjádřením.

Důkaz:

- *2x rozhodnutí Úřadu ve věcech návrhu na zrušení ochranných známek č. 50450 a č. 50518 ze dne 4. dubna 2014;*
- *vyjádření osoby, které podala návrh na zrušení uvedených ochranných známek ze dne 6. června 2014*

Jak však vyplývá z napadeného rozsudku, porušení ochranných známek žalobce nebylo jediným důvodem pro vyhovění žalobě. Proto, dle názoru žalobce, i z tohoto důvodu není nutné řízení přerušovat.

Ad Ochranné známky

Žalovaný nesouhlasí s názorem soudu prvního stupně, že nikdo, včetně politické strany, nesmí těžit z rozlišovací způsobilosti a dobrého jména ochranné známky a tento svůj názor odůvodňuje tím, že nařízení Rady (ES) č. 207/2009 o ochranné známce Společenství (dále jen „Nařízení“) tento zákaz vztahuje pouze na „obchodní styk“ a „výrobky a služby“. V následující části odvolání pak žalovaný tyto pojmy interpretuje.

Ad Obchodní styk

Při výkladu pojmu obchodní styk vychází žalovaný z rozsudku Soudního dvora Evropské unie ve spojených věcech C-236/08 - C-238/08 (Google vs. Louis Vuitton) a dovozuje nutnost naplnění tří podmínek, aby bylo možné na jeho straně hovořit o užití ochranné známky v obchodním styku:

- a) k užití musí dojít v kontextu obchodní činnosti
- b) cílem této činnosti musí být dosažení hospodářského prospěchu a
- c) nesmí se jednat o užití v soukromé oblasti.

Žalovaný připouští, že k užití v jeho případě nedošlo soukromé oblasti. Popírá však, že by zbylé dvě podmínky byly v jeho případě splněny, neboť cílem činnosti politických stran není hospodářský prospěch, a nejedná se proto o obchodní činnost.

Žalobce s úzkým pojetím pojmu „obchodní styk“, tak jak jej interpretuje žalovaný, nesouhlasí a domnívá se, že kontury tohoto pojmu, i v judikatuře Soudního dvora EU, nejsou stanoveny takto ostře. Žalobce v tomto smyslu odkazuje na rozsudek Soudního dvora EU ze dne 9. prosince 2008 ve věci C-442/07 (Verein Radetzky - Orden). Z uvedeného rozsudku – odst. 16 - vyplývá, že i nezisková organizace může mít ochrannou známku. Soudní dvůr činí v rozsudku výčet činností vykonávaných neziskovým sdružením: *„udržování vojenských tradic, jako jsou pořádání vzpomínkových slavností za padlé v boji, vzpomínkových mší, setkání vojáků a péče o pomníky padlých, a jednak charitativní činnosti, jako jsou sbírky k vybírání peněžitých a věcných darů a jejich rozdělování potřebným.“* Sdružení dle uvedeného rozsudku dále *„...uděluje řády a vyznamenání, které odpovídají ochranným známkám, o které se jedná v původním řízení. Mimoto někteří členové sdružení ... nosí tyto řády a vyznamenání na akcích a při vybírání a rozdělování darů. Konečně, uvedené ochranné známky jsou vytištěny na pozvánkách na akce, na dopisním papíře, jakož i na oznámeních tohoto sdružení.“*

Pokud by platila definice pojmu „obchodní styk“, tak jak ji dovozuje žalovaný, pak by výše uvedené činnosti nemohly být pod tento pojem vůbec zařazeny. Přesto Soudní dvůr EU

v uvedeném rozsudku potvrdil, že ochranná známka Společenství může sloužit jako označení těchto činností. Snaha o dosažení zisku totiž není pojmovým znakem institutu „obchodního styku“. Pokud by tomu tak bylo, žádná nezisková organizace by si nemohla ochrannou známku registrovat.

Žalovaný dále v této části odvolání klade řečnickou otázku, proč nařízení pracuje důsledně s pojmem „obchodní styk“, pokud by za užití ochranné známky bylo možné označit každé použití s výjimkou „soukromé oblasti“, jak dovozuje žalovaný z napadeného rozsudku. Dle názoru žalobce nařízení používá pojem „obchodní styk“ jako neurčitý právní pojem a legislativní zkratku pro široký okruh hospodářských činností, které nelze předem a vyčerpávajícím způsobem definovat. Je tedy nutné v každém jednotlivém případě posuzovat, zda konkrétní činnost lze pod takový neurčitý pojem podřadit či nikoliv, s přihlédnutím k účelu právní úpravy ochranných známek.

Žalobce chce v souvislosti s užíváním jeho ochranných známek žalovaným ale především odkázat na rozhodnutí Soudního dvora EU ve věci C-206/01 (Arsenal). Toto rozhodnutí je významné zejména z hlediska vymezení rozsahu výlučného práva vlastníka ochranné známky a předpokladů pro plnění funkce ochranné známky. Rozhodnutí jednoznačně v odst. 51 vymezuje, že výlučná práva vlastníka ochranné známky jsou vlastníkovu ochranné známky udělena „... *za účelem, aby majiteli ochranné známky bylo umožněno chránit specifické zájmy jakožto majitele ochranné známky, tedy zajistit, aby ochranná známka mohla plnit své vlastní funkce. Výkon tohoto práva musí tudíž být vyhrazen pro případy, kdy užívání označení třetí osobou zasahuje nebo je způsobilé zasáhnout funkce ochranné známky a zejména její základní funkce zaručit spotřebiteli původ výrobku.*“ Žalobce chce na tomto místě upozornit, že i samotná možnost (potencialita) zásahu do funkce ochranné známky je protiprávní. Není tedy nutné, aby k zásahu do funkce ochranné známky došlo, postačí i existence takové možnosti.

Uvedené rozhodnutí ve věci C-206/01 (Arsenal) se rovněž vyjadřuje k limitům práv vlastníka ochranné známky a jako jeden z limitů stanoví podmínku, že užití označení totožného s ochrannou známkou musí vlastník ochranné známky strpět tehdy, „...*nemůže-li toto užívání poškozovat jeho vlastní zájmy jakožto majitele ochranné známky, vzhledem k funkcím ochranné známky.*“ Za takové povolené užití rozhodnutí vymezuje „... *některá užívání za účely čistě popisnými ... protože nezasahují žádný zájem, který je chráněn ... a nespadají pod pojem „užívání“ ...*“ (viz odst. 54 uvedeného rozhodnutí). Účel, za kterým užil ochranné známky

žalobce žalovaný, však rozhodně nelze označit za čistě popisný (deskriptivní). Účelem užití ochranné známky žalovaným bylo využití známosti a popularity výrobků žalobce pro sebepropagaci a propagaci svého politického programu. Žalovaného výklad rozsahu práva užívat cizí ochrannou známku by byl nepochybně na újmu rozlišovací schopnosti známky a její schopnosti zaručit původ výrobku pro spotřebitele a vedl by k možnosti všeobecného užívání takového označení.

Žalovaný ve svých podáních popírá hospodářský (ekonomický) rozměr činnosti politických stran a dovozuje, že činnost politických stran je zcela svébytná, nepodléhající známkoprávní regulaci. Pokud by však činnost politických stran byla tak specifická a bez hospodářského rozměru, jen stěží by bylo možné, aby i politické strany měly registrovány ochranné známky. Tak tomu však není, což dokazují registrované ochranné známky některých stran, jako např. kombinovaná národní ochranná známka č. 301153 Občanské demokratické strany nebo kombinovaná národní ochranná známka č. 274953 České strany sociálně demokratické.

Žalovaný soudu prvního stupně vyčítá, že judikaturu, na kterou žalovaný v této části odvolání odkazuje, nezná nebo jí ignoruje. Po soudu nelze spravedlivě požadovat znalost kompletní judikatury Soudního dvora EU, včetně jejího odůvodnění. Naopak žalovanému nic nebránilo, aby judikáty, na něž odkazuje, označil již ve svých podáních v řízení před soudem prvního stupně. V případě judikatury Soudního dvora EU k pojmu „obchodní styk“ nelze hovořit o její úplnosti z hlediska vymezení pojmu „obchodní styk“. Judikatura Soudního dvora EU neobsahuje a nepředkládá vyčerpávající definici tohoto pojmu a její význam tkví v zpřesňování tohoto termínu v jednotlivých konkrétních případech.

Žalobce je přesvědčen, že i činnost politických stran má hospodářský rozměr, neboť strana se obrací k veřejnosti jak s politickým programem, tak i za účelem získávání dobrovolných příspěvků a darů na svou činnost. Tato snaha o hospodářský prospěch je zcela legitimní, avšak jde ruku v ruce s povinností nevyužívat za tímto účelem chráněná označení jiného subjektu a dodržovat při těchto aktivitách obecně závazná pravidla chování.

Při posuzování otázky vzájemného poměru právní úpravy ochranných známek a nekalé soutěže chce žalobce odkázat zejména na rozsudek Soudního dvora EU ve věci C-23/01 (Robelco), který vyložil, že *„členský stát může, pokud to považuje za vhodné a za podmínek, které stanovil, chránit ochrannou známku proti jinému užití, než za účelem odlišení výrobků a služeb, pokud*

užití takového označení bez řádného důvodu získává neoprávněnou výhodu z rozlišovací schopnosti nebo je na újmu této rozlišovací schopnosti nebo dobrému jménu této ochranné známky. “

Žalobce je přesvědčen, že právní úprava hospodářské soutěže a její generální klauzule nepožaduje výslovně, aby při porušení pravidel hospodářské soutěže šlo nezbytně o jednání v hospodářském nebo obchodním styku. Ustanovení § 41 obchodního zákoníku, účinného v době jednání žalovaného, rozšiřovalo osobní dosah soutěžněprávní úpravy na veškerá jednání, která mohou mít jakýkoliv nepříznivý vliv na hospodářskou soutěž. Žalobce je přesvědčen, že právní úprava hospodářské soutěže v obchodním zákoníku účinném do 31.12.2013 je právě tou národní právní úpravou ve smyslu rozhodnutí C – 23/01 (Robelco), která chrání ochrannou známku „*proti jinému užití, než za účelem odlišení výrobků a služeb, pokud užití takového označení bez řádného důvodu získává neoprávněnou výhodu z rozlišovací schopnosti nebo je na újmu rozlišovací schopnosti nebo dobrému jménu této ochranné známky*“ Právní úprava nekalé soutěže je proto aplikovatelná i na tento konkrétní případ právě s ohledem na skutečnost, že umožnění de facto volného užití ochranných známek třetích osob ze strany politických stran by mělo nejen nepříznivý vliv na hospodářskou soutěž, ale vedlo by i k významnému ohrožení základní funkce ochranných známek, tedy schopnosti identifikace původu zboží a služeb, jakož i ke snížení jejich rozlišovací způsobilosti, neboť spotřebitelé by byli nuceni ověřovat, zda je označení užito v kontextu politické soutěže, anebo zda se jedná o standardní ochrannou známku označující zboží nebo službu.

Ad Shrnutí k ochranným známkám

V této části odvolání přichází žalovaný s konceptem privilegovaného postavení politických stran, který je, dle jeho názoru, založen na zvláštním postavení soutěže politických stran v rámci právního řádu. Důsledkem tohoto konceptu je pak názor žalovaného, že soutěž politických stran je „svobodnější“, než soutěž hospodářská. Z větší svobody soutěže politických stran pak žalovaný zřejmě dovozuje vyloučení jeho povinnosti respektovat práva k zapsaným označením třetích osob, což dokládá abstraktním příkladem vlastníka lesa, který je povinen strpět např. vstup veřejnosti do lesa na vlastní nebezpečí, sběr lesních plodů a suché na zemi ležící kletí.

Žalobce se domnívá, že posuzování míry „svobodnosti“ jednotlivých typů soutěže nemá smysl právě s ohledem na odlišnou povahu těchto soutěží, což však neznamena, že by mezi soutěží politických stran a hospodářskou činností, potažmo hospodářskou soutěží, nebyly styčné plochy

a průniky. Žalobce chce zdůraznit, že žalovaný zcela dobrovolně vstoupil sám do soutěže hospodářské, nikoliv politické, a to tím, že použil napodobeniny figurek LEGO, jejichž známosti si musel být vědom.

Žalovaný považuje předmětný audiovizuální spot, který zavedl příčinu tohoto sporu, za projev výsostně politický a umělecký. Žalobce však s tímto názorem nesouhlasí z důvodu povahy a účelu tohoto spotu. Spot se obracel k veřejnosti a snažil se získat podporu pro politickou stranu. Jako každé soutěžní chování, i uveřejněný spot žalovaného, se snaží o získání prospěchu oproti ostatním soutěžitelům, a to i ve formě získání podpory a darů pro financování politické strany. Bylo to rozhodnutí žalovaného, který užil ve spotu chráněné označení žalobce, využít při propagaci politické strany ochrannou známku třetí osoby. Žalovaný tak není „náhodný návštěvník lesa“ (vyjdeme-li z příkladu žalovaného), který jen vykonává své právo „jen tak“ vstoupit do lesa, neboť účel a záměr, za kterým do lesa vstupuje (užívá ochranné známky), je získání prospěchu, včetně prospěchu hospodářského (dary, dobrovolné příspěvky), a to k újmě žalobce a k újmě rozlišovací schopnosti jeho ochranných známek. Žalovaný tedy jednal se soutěžním záměrem či účelem, asi jako by v lese vyvěsil plakáty s politickou agitací. Účel užití nelze tedy označit za čistě deskriptivní, tak jak jej vymezuje judikatura Soudního dvora EU v rozhodnutí C-206/01 (Arsenal). Označení zaměnitelné s ochrannými známkami žalobce nebylo užito jen za účelem čistě informačním, pro usnadnění orientace spotřebitele, ale žalovaný je využil jako hlavního nositele poselství spotu. S takovým užitím žalobce nikdy nesouhlasil.

Právní úprava hospodářské soutěže však neslouží jen k ochraně soutěžitelů, ale i slabší strany, které se hospodářská soutěž týká, tedy spotřebitelů. I spotřebitelé jako neprofesionálové mají nárok na ochranu před narušováním pravidel soutěže. Pokud by platil argument žalovaného, že politické strany nejsou povinny respektovat práva k ochranným známkám třetích osob (neboť jejich užívání politickou stranou by bylo zcela mimo dosah právních předpisů užívání ochranných známek regulujících), pak by politické strany mohly zcela volně ve svých audiovizuálních a tiskových reklamách užívat známé ochranné známky za účelem vlastní propagace. Spotřebitelé by pak zejména v období před volbami byli nuceni bedlivěji rozlišovat, zda reklamní sdělení propaguje výrobek, službu nebo politickou stranu. Dle názoru takový právní stav je nepřijatelný, a právě proto lze i užití ochranné známky v politické reklamě považovat za užití za účelem hospodářského prospěchu a v obchodním styku *sui generis*.

Sám žalovaný v odstavci 40 odvolání vnímá, že ochranné známky s dobrým jménem jsou

veřejností vnímány již v poloze symbolů, veřejnost s takovými známkami již asociuje určité hodnoty a kontext, avšak ze symbolické povahy takových známek dovozuje, že se tyto stávají quasi veřejným statkem, čímž zcela odhlíží od skutečnosti, že dobré jméno a známost ochranné známky je výsledkem dlouhodobého úsilí vlastníka známky, který na dosažení takového stupně proslulosti známky musel vynaložit značné prostředky, včetně prostředků finančních, nehledě na úsilí spojené s udržováním vysokého stupně kvality, náklady na marketing, reklamu atd. Je tedy zcela na místě, aby ten, kdo takové prostředky vynaložil a vynakládá, měl možnost svá práva bránit proti tomu, kdo se snaží známosti ochranné známky (symbolu) svévolně využít pro své účely.

Žalobce nesouhlasí s žalovaného obecnou interpretací regulace ochranných známek v tom smyslu, že je tato regulace namířena proti zneužívání za účelem omezování svobody projevu. Tento účel regulace považuje žalobce za marginální, a domnívá se naopak, že jedním z primárních cílů regulace práv k ochranným známkám je právě ochrana před jejich neoprávněným exploatováním a těžením z jejich rozlišovací schopnosti, kterého se dopustil právě žalovaný.

Ad Dobrá pověst

V této části odvolání žalovaný nesouhlasí především s posouzením pojmu „spotřebitelské veřejnosti“ ze strany soudu prvního stupně a odkazuje na judikaturu Nejvyššího soudu a Nejvyššího správního soudu ČR. Žalovaný definuje určité charakteristické vlastnosti „průměrného diváka“ spotu a tvrdí, že není představitelné, že by si takový průměrný divák začal domnívat, že žalobce sponzoruje nebo jiným způsobem podporuje žalovaného, a to na základě předchozí zkušenosti diváka se žalovaným. Dále žalovaný definuje průměrného diváka jako mladého člověka, který žalovaného velmi dobře zná. Žalobce nemůže s takto účelovým vymezením okruhu diváků spotu souhlasit, neboť pro takové tvrzení žalovaný v průběhu řízení nepřinesl žádný důkaz. Žalovaný zcela pomíjí možnost, že by spot mohla shlédnout i osoba, která žádnou předchozí zkušenost se žalovaným nemá, což samozřejmě vyloučit nelze. Pokud by i žalobce přijal vymezení diváckého okruhu volebního spotu předložené žalovaným, pak nelze pominout, že mezi mladými lidmi je stejně tak známý koncern LEGO, jehož součástí je žalobce, a jeho výrobky v podobě mini figurek LEGO. Žalobce nevidí žádný logický důvod, proč by asociace mezi žalobcem a žalovaným při použití figurek byla „nepředstavitelná“ a vyloučená. Žalovaný neučinil nic, čím by navození takové asociace zabránil. Vyloučení a nepředstavitelnost

takové asociace žalovaný dovozuje jen a pouze z předchozí zkušenosti diváka se žalovaným a jeho kampaněmi. Toto je zcela nepřezkoumatelné tvrzení, neboť nikdo není schopen definovat, co je to „předchozí zkušenost průměrného diváka se žalovaným“ a co je obsahem takového pojmu. Žalovaný si tak účelově předdefinoval okruh spotřebitelské veřejnosti a pro případ, že by se náhodou našla osoba, která by žalovaného neznala a zároveň by nic neučinila pro to, aby si domněnku asociace mezi účastníky ověřila, byla by to chyba této neznalé osoby a nikoliv žalovaného. – viz odst. 52 odvolání.

Žalobce samozřejmě nemůže s takovým vymezení souhlasit a domnívá se, že výklad soudu k této otázce je správný a nijak nevybočuje z ustálené judikatury. Nelze očekávat a spoléhat se na to, že by si divák spotu aktivně sám zjišťoval další údaje nebo informace za účelem vyloučení možnosti asociace mezi účastníky.

Na tomto místě žalobce rovněž odkazuje na již shora uvedený judikát C-206/01 (Arsenal), který v odst. 57 dovozuje, že ani umístění dodatečného upozornění k „neoficiálnímu“ užití ochranné známky nemůže vyloučit možnost, že se někteří spotřebitelé nebudou moci s takovým upozorněním seznámit – v našem případě ti, kteří spot žalovaného neshlédnou celý až do konce. Proto takové dodatečné upozornění nijak zásah žalovaného do práv žalobce nezmenšuje.

Žalovaný souhlasí se závěrem soudu prvního stupně, že z audiovizuálního spotu žalovaného není vůbec patrné, že jeho vyznění spočívá v kritice státní politiky ochrany duševního vlastnictví. Žalovaný opět v této souvislosti nevhodně a účelově upravuje vymezení spotřebitelské veřejnosti v tom smyslu, že je nutné u ní předpokládat určitou specifickou vlastnost, a to znalost toho, „... *že kritika nepřiměřených účinků duševního vlastnictví je součástí identity žalovaného a odráží se ve všech jejích činnostech, zejména ve volebních kampaních*“ (viz odst. 55 odvolání). Žalobce uvádí, že s touto interpretací vyznění svého spotu přišel žalovaný až v závěru řízení před soudem prvního stupně. Interpretovat spot, v němž běhají animovaní panáčky a sekají se rybám hlavy, jako kritiku státu a jeho tolerance vůči různým formám zneužívání práv k duševnímu vlastnictví, považuje žalobce nadále za nepřesvědčivé a zcela účelové. Tato interpretace vyznění spotu jako primárně zaměřeného proti stavu regulace se v odvolání vyskytuje opakovaně a žalobce zcela odkazuje na své vyjádření k této otázce výše.

Žalobce rovněž souhlasí s názorem soudu prvního stupně, že politické názory žalovaného na právní ochranu duševního vlastnictví nejsou pro právní posouzení sporu relevantní. Relevantní

jsou platné právní normy a nikoliv normativní představy některého z účastníků o tom, jak by právní předpisy ochrany duševního vlastnictví měly vypadat. Žalobce se domnívá, že ve spotu vůbec není provokativním a atraktivním způsobem prezentován výrazně jiný názor na ochranu duševního vlastnictví, a to z toho prostého důvodu, že ve spotu žádný názor na ochranu duševního vlastnictví není prezentován vůbec.

Žalovaný se v odvolání snaží navozovat dojem, že tento spor má politický aspekt, ale ve skutečnosti tomu tak není, neboť žalobce nemá žádný zájem na tom, aby tento spor využíval pro politické cíle. Žalobce nijak neupírá žalovanému právo na politické prosazování svých představ o ochraně duševního vlastnictví, žalobce tyto představy o budoucí regulaci ochrany duševního vlastnictví nijak nehodnotí a nikdy je nijak nezkoumal. Proto žalobce ani nemůže hodnotit, zda si skutečně přeje „přesný opak“ toho, co žalovaný. Užívání politicky zabarvených pojmů jako „cenzura volebního spotu“ ze strany žalovaného považuje žalobce za zcela irrelevantní a zbytečné. Žalobce si pouze přeje, aby žalovaný ve svých veřejných prezentacích a projevech nepoužíval jeho ochranné známky a napodobeniny výrobků, které veřejnost se žalobcem spojuje.

Žalobce dále nesouhlasí s názory žalovaného vyslovenými v odvolání ohledně údajného porušování svobody projevu. Soud prvního stupně nevyložil práva žalobce bez přihlédnutí k limitům právní úpravy. Z názorů vyslovených žalovaným v průběhu sporu plyne, že imanentní součástí svobody politického projevu je i právo na užívání ochranných známek třetích osob v rámci tohoto projevu, kterému odpovídá povinnost třetích osoby takové užití strpět. Žalobce skutečně považuje takový výklad za nepřiměřeně extenzivní, neboť zcela přehlíží práva nositelů těchto práv, když pro omezení těchto práv v takovém případě není relevantní důvod opírající se např. o nějaký veřejný zájem.

Žalobce rovněž má pochyby o tom, že v případě politické strany lze hovořit o „uměleckém projevu“, když autorsky chráněná umělecká díla může vytvořit jen člověk a politická strana jako právnická osoba může pouze získat práva k jejich užití. Proto výtky žalovaného v tom smyslu, že soud prvního stupně nevycházel z presumpce dovolenosti ochrany umělecko-politického projevu politických stran, považuje žalobce za nedůvodné.

V závěru této části svého odvolání se žalovaný opět vrací k problematice dodatečného ověření, že zde neexistuje určitá forma spojení mezi účastníky ze strany veřejnosti. Žalovaný opět dovozuje, že pro odstranění nebezpečí vytvoření asociace mezi ním a žalobcem stačilo

umístění odkazu na webové stránky www.pirati.cz, jejichž prohledáním by si zájemce mohl ověřit, že žádné spojení tu není. Jak již žalobce uvedl výše, nelze očekávat a spoléhat se na to, že by si, byť i informovaný, opatrný a v rozumné míře i pozorný divák spotu aktivně sám po jeho zhlédnutí zjišťoval další údaje nebo informace. Zvláště v případě, pokud odkaz směřuje pouze na domovskou stránku žalovaného, z něhož by případný divák musel dále pátrat na dalších podstránkách.

K mimosoudnímu řešení sporu, k němuž účastníky nabádal soud prvního stupně, uvádí žalobce pouze tolik, že dle jeho názoru umístění upozornění, že mezi účastníky neexistuje žádná vazba, by neřešilo podstatu sporu. Žalobce považuje za daleko jednodušší řešení to, že žalovaný prostě přestane napodobeniny jeho ochranných známek užívat vůbec a stále nerozumí úporné snaze žalovaného užívat napodobeniny jeho výrobků v audiovizuálních spotech, když by pouze stačilo vytvořit počítačový model originálních postav, které nebudou mít tvary připomínající figurky LEGO. Scénář spotu by mohl zůstat zcela stejný a bylo by dosaženo zcela stejného výsledku a účinku na veřejnost.

Soud prvního stupně posuzoval konkrétní okolnosti konkrétního případu a zevšeobecnění, které vyvozuje žalovaný v odstavci 81 odvolání, že totiž každé porušení ochranné známky s dobrým jménem by muselo automaticky znamenat i porušení dobrého jména, není platné právě s ohledem na okolnosti této věci. Soud prvního stupně správně přihlédl ke kontextu, v němž žalovaný napodobeniny ochranných známek žalobce užil. Žalovaný je svévolně užil v oblasti politické kampaně jako prostředek získání pozornosti adresátů této kampaně. Tímto užitím tak mohl navodit dojem, že je žalobce podporovatelem žalovaného, což mohlo poškodit dobrou pověst žalobce u té části veřejnosti, která není podporovatelem politiky žalovaného, anebo považuje angažování podnikatelských subjektů v politické kampani za nevhodné či nesprávné. Žalobce byl jednáním žalovaného „vtažen“ do politické kampaně, aniž by na toto jednání měl jakýkoliv vliv.

* * *

Ze shora uvedených důvodů považuje žalobce rozsudek soudu prvního stupně za správný a navrhuje, aby odvolací soud napadený rozsudek potvrdil.

JUDr. Karel Čermák jr., Ph. D., LL. M., advokát
v plné moci LEGO JURIS A/S