17. 7. 2018

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Celkový dojem v ochraně průmyslových vzorů

Celkový dojem je klíčovým faktorem, který určuje rozsah ochrany průmyslového vzoru. Předmětem následujícího článku tak je rozbor pojmu celkového dojmu, když jeho obsah je základním stavebním kamenem pro posouzení, zda podobné výrobky spadají pod ochranu zapsaného průmyslového vzoru či nikoli. Článek neopomíjí ani pojmy informovaného a průměrného uživatele, které s předkládanou problematikou úzce souvisí.



Právní úprava

Úprava problematiky průmyslových vzorů má na národní úrovni poměrně dlouhou historii. Současným platným a účinným zákonem upravujícím průmyslové vzory je zákon č. 207/2000 Sb., o ochraně průmyslových vzorů (dále jen „*ZOPV*“). Jeho předchůdcem byl zákon č. 527/1990 Sb. o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích (dále jen „*SZOVPV*“), který po přijetí současného ZOPV přišel právě o část věnující se průmyslový vzorům.

Co se týče právní úpravy na nadnárodní evropské úrovni, tak zde hovoříme o Směrnici Evropského parlamentu a Rady 98/71/ES ze dne 13. října 1998 o právní ochraně (průmyslových) vzorů (dále jen „*směrnice*“) a Nařízení Rady (ES) č. 6/2002 ze dne 12. prosince 2001 o (průmyslových) vzorech Společenství (dále jen „*nařízení*“). Dále zde můžeme zahrnout i Dohodu o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví, tzv. dohodu TRIPS a samozřejmě i Pařížskou úmluvu na ochranu průmyslového vlastnictví.

Podmínky ochrany průmyslového vzoru

Pro to, aby průmyslový vzor byl způsobilý ochrany, je dle ust. § 3 odst. 1 ZOPV potřeba, je-li nový a má-li individuální povahu. Stejné podmínky pak stanoví i směrnice a nařízení. Oproti předchozí právní úpravě došlo k posunu, když se již nevyžaduje průmyslová využitelnost, která byla součástí definice průmyslového vzoru dle ust. § 36 SZOVPV.

Z uvedeného nám tak vyplývají dvě základní podmínky, a to podmínka novosti a individuální povahy. Tyto podmínky, ač takto rozlišeny, se v některých oblastech prolínají, o čemž ostatně hovořil i Úřad pro harmonizaci ve vnitřním trhu, tzv. OHIM, dnes znám jako Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví (European Union Intellectual Property Office - EUIPO) když ve svém rozhodnutí č. R-196/2006-3, stanovil, že: *„je zřejmé, že novost a individuální povaha, i když jsou zakotveny jako samostatné požadavky ochrany v článcích 4 až 6 nařízení 6/2002/ES, se do jisté míry překrývají. Jestliže jsou dva vzory identické a liší se pouze v nepodstatných detailech, budou vyvolávat shodný celkový dojem na informovaného uživatele. Stejně tak platí, že pokud dva vzory vyvolávají odlišný celkový dojem u informovaného uživatele, nemohou být shodné.*“

O tom, že se však nejedná o totožné podmínky, hovoří i skutečnost, že individuální povaha průmyslového vzoru (čl. 6 nařízení 6/2002/ES) má být posuzována z hlediska informovaného uživatele. V případě podmínky novosti však nařízení 6/2002/ES blíže neurčuje osobu, která má tuto kategorii hodnotit.

Novost

Pokud jsme si tedy určili, že jednou z podmínek pro ochranu je novost, tak průmyslový vzor se dle ust. § 4 ZOPV považuje za nový, nebyl-li přede dnem podání přihlášky nebo přede dnem vzniku práva přednosti zpřístupněn veřejnosti shodný průmyslový vzor. Průmyslové vzory se považují za shodné, jestliže se jejich znaky, tedy tzv. vzhledové znaky z definice průmyslového vzoru, liší pouze nepodstatně. (§ 4 ZOPV).

Individuální povaha

Druhou z podmínek je podmínka individuální povahy. Ust. § 5 ZOPV určuje, že průmyslový vzor vykazuje individuální povahu, jestliže celkový dojem, který vyvolává u informovaného uživatele, se liší od celkového dojmu, který u takového uživatele vyvolává průmyslový vzor, který byl zpřístupněn veřejnosti přede dnem podání přihlášky nebo přede dnem vzniku práva přednosti. Při posuzování individuální povahy průmyslového vzoru se přihlíží k míře volnosti, kterou měl při vývoji průmyslového vzoru jeho původce.

Podmínka individuální povahy nám tak zavádí pojmy jako celkový dojem a informovaný uživatel a dále pracuje i s tzv. mírou volnosti, kterou měl při vývoji průmyslového vzoru jeho původce.

Rozsah ochrany průmyslového vzoru

S výše uvedenými pojmy se setkáváme v ZOPV dále i v ust. § 10, který hovoří o rozsahu ochrany průmyslového vzoru, když stanoví, že rozsah ochrany je dán vyobrazením průmyslového vzoru tak, jak je zapsán v rejstříku (§ 38) s výjimkou znaků, které jsou předurčeny technickou funkcí průmyslového vzoru, nebo znaků, které musí být nutně reprodukovány v přesném tvaru a rozměrech, aby mohl výrobek, v němž je průmyslový vzor ztělesněn nebo na kterém je aplikován, být mechanicky spojen s jiným výrobkem nebo umístěn do jiného výrobku, kolem něj nebo proti němu tak, aby oba výrobky mohly plnit svou funkci. Do rozsahu ochrany vyplývající ze zápisu průmyslového vzoru spadá každý průmyslový vzor, který nevyvolává u informovaného uživatele odlišný celkový dojem. Při posuzování rozsahu ochrany musí být přihlédnuto k míře volnosti, kterou měl jeho původce při vývoji průmyslového vzoru.

Při komparaci této naší právní úpravy obsažené v ust. § 10 ZOPV se stanovením rozsahu ochrany dle směrnice či dle nařízení, když tyto shodně stanoví, že: *„Rozsah ochrany práva k (průmyslovému) vzoru se vztahuje na jakýkoliv (průmyslový) vzor, který nezapůsobí na informovaného uživatele odlišným celkovým dojmem*“, si nelze nevšimnout, že naše právní úprava obsažená v ZOPV stanovuje jednu podmínku navíc, když hovoří o vyobrazení v rejstříku. Český zákonodárce tak rozsah ochrany přímo navázal na vyobrazení průmyslového vzoru v rejstříku, potažmo jej navázal na jednotlivé vzhledové znaky, které jsou vyobrazením zachyceny. Zvolením varianty s vyobrazením v rejstříku lze chápat jako snahu o zajištění větší právní jistoty ve vztazích vyplývajících z problematiky průmyslových vzorů.

Lze uzavřít, že podstatné pro posuzování, zda určitý **výrobek spadá do ochrany zapsaného průmyslového vzoru**, tak je převážně zda tento výrobek vyvolává u informovaného uživatele odlišný celkový dojem oproti celkovému dojmu průmyslového vzoru (v takovém případě do ochrany PV

nespadá) či zda nevyvolává odlišný dojem (v takovém případě spadá).

Odlišnost

S odlišností celkových dojmů se nicméně nabízí logická otázka, a to, jak moc velká má být tato odlišnost? A také, z čeho všeho si informovaný uživatel celkový dojem vytváří?

Bod 13 preambule směrnice a bod 14 preambule nařízení v podstatě shodně stanovují, že: posouzení individuální povahy by mělo být založeno na tom, zda celkový dojem, který na informovaného uživatele pohled na nový (průmyslový) vzor učiní, jej **významně** odliší od dojmu, který na něj učiní existující (průmyslový) vzor. Dle citovaných preambulí tak musí dojít k významnému odlišení. Paradoxem však je, že v jednotlivých článcích směrnice a nařízení se však již o významném odlišení nehovoří. Co se týče české právní úpravy, tak ani tato o významném odlišení nehovoří.

Tribunál EU ve svém rozhodnutí T-9/07 - Grupo Pomer Mon Graphic proti OHIM - PepsiCo se k posouzení odlišnosti průmyslových vzorů vyjádřil tak, že odlišnost posuzuje dle porovnávání jednotlivých vzhledových znaků: „*Co se týče odlišností mezi dotčenými (průmyslovými) vzory (…) zpochybněný (průmyslový) vzor při pohledu seshora obsahuje o dva soustředné kruhy více než starší (průmyslový) vzor. Z profilu se oba (průmyslové) vzory odlišují tím, že zpochybněný (průmyslový) vzor je vypouklejší. Je třeba nicméně konstatovat, že jelikož je vypouklost vzhledem k samotné malé tloušťce kotoučů nízká, není pro informovaného uživatele snadné si jí všimnout, zejména při pohledu seshora, což potvrzují takové na trh skutečně uváděné výrobky, jaké jsou uvedeny ve spisu OHIM předaném Tribunálu. S ohledem na uvedené podobnosti je třeba mít za to, že odlišnosti konstatované odvolacím senátem jsou nedostatečné k tomu, aby zpochybněný (průmyslový) vzor působil na informovaného uživatele celkovým dojmem, který je odlišný od celkového dojmu, kterým působí starší (průmyslový) vzor.*“ Tribunál tak stanovil, že pro určení odlišnosti jsou rozhodné konkrétní rozdíly mezi jednotlivými vzhledovými znaky.

Britský odvolací soud (UK Court of Appeal) ve svém rozhodnutí Procter & Gamble Co proti Reckitt Benckiser (UK) Ltd. [2007] EWCA Civ 936 pro změnu uvedl, že posuzování odlišností (co do intenzity a kvality) spočívá pouze v tom „*co projde myslí, když jsou průmyslové vzory vzájemně vizuálně porovnávány*“. Nezabýval se tedy konkrétními vzhledovými znaky jako Tribunál EU, ale pouze celkovým náhledem.

Oproti tomuto český Úřad průmyslového vlastnictví v rozhodnutí PVZ 2010-38201 k posuzování individuální povahy stanovil, že: „*V této souvislosti je třeba uvést, že individuální povahu dodává průmyslovému vzoru skutečnost, že představuje takový souhrn vzhledových znaků, který jako celek při srovnání s dříve zveřejněným vzhledem výrobku vyvolává u hodnotitele, kterým má být informovaný uživatel, odlišný celkový dojem. Individuální povahu průmyslovému vzoru nemůže dodat skutečnost, že se od vzhledu výrobku s dřívějším právem přednosti odlišuje v řadě detailů (tedy drobných vzhledových znaků). Absence individuální povahy je pro konstatování nezpůsobilosti průmyslového vzoru k ochraně ve smyslu ustanovení § 3 odst. 1 zák. č. 207/2000 Sb., postačující. Při posuzování individuální povahy průmyslových vzorů je tedy nutno vycházet z váhy jednotlivých vzhledových znaků pro jejich celkový vzhled, tj. zda se jedná o znaky podstatné (dominující ve vzhledu výrobku, soustřeďující na sebe pozornost a vytvářející celkový dojem) nebo o znaky nepodstatné - detaily (s relevantním rozsahem v celkovém vzhledu výrobku nevýznamné), které se na celkovém dojmu nepodílejí rozhodujícím způsobem*“.

Z uvedeného vyplývá, že ÚPV zvolil střední cestu, která individuální povahu průmyslového vzoru posuzuje na základě vztahu konkrétních vzhledových znaků s celkovým dojmem a dále na základě rozlišení jednotlivých vzhledových znaků do kategorií dle jejich důležitosti na podstatné a

nepodstatné.

Informovaný uživatel

Co se týče dalšího pojmu pojícího se s individuální povahou a celkovým dojmem, informovaného uživatele, tak česká judikatura tento pojem vysvětluje následovně:

Rozsudek NS ze dne 25. 11. 2014, sp. zn. 23 Cdo 2887/2013, uvádí: *„Informovaným uživatelem je uživatel, který vykazuje nikoli průměrnou pozornost, ale zvláštní ostražitost, ať už z důvodu své osobní zkušenosti či rozsáhlé znalosti daného odvětví, a ačkoli není návrhářem či technickým odborníkem, zná různé průmyslové vzory existující v dotyčném odvětví, má určitý stupeň znalostí prvků, které tyto průmyslové vzory obvykle obsahují, a v důsledku svého zájmu o dotyčné výrobky vykazuje při jejich užívání relativně vysoký stupeň pozornosti*".

Tímto svým rozhodnutím odkázal NS na rozsudek Soudního dvora EU ze dne 20. 10. 2011 ve věci C 281/10 P, kde soudní dvůr EU se vyjádřil k pojmu informovaného uživatele následovně: Čím je volnost původce při vývoji zpochybněného (průmyslového) vzoru omezenější, tím spíše **mohou drobné rozdíly** mezi dotčenými (průmyslovými) vzory postačovat k tomu, aby na informovaného uživatele působily odlišným celkovým dojmem.

Zaprvé je třeba uvést, že nařízení č. 6/2002 pojem „informovaný uživatel" nedefinuje. Je však třeba jej chápat – jak generální advokát správně uvedl v bodech 43 a 44 svého stanoviska – jako pojem nacházející se mezi pojmem „průměrný spotřebitel" použitelným v oblasti ochranných známek, po kterém není požadována žádná specifická znalost a který zpravidla neprovádí přímé srovnání mezi kolidujícími ochrannými známkami, a pojmem „osoba specializovaná v dané oblasti", což je odborník s důkladnou technickou kvalifikací. Pojem „informovaný uživatel" tak lze chápat jako pojem označující uživatele, který vykazuje nikoli průměrnou pozornost, ale zvláštní ostražitost, ať už z důvodu své osobní zkušenosti či rozsáhlé znalosti daného odvětví.

Zadruhé, jak uvedl generální advokát v bodech 51 a 52 svého stanoviska, je pravda, že samotná povaha informovaného uživatele, tak jak byl definován výše, znamená, že je-li to možné, provede přímé srovnání dotčených (průmyslových) vzorů. Nelze však vyloučit, že takové srovnání je neproveditelné nebo v dotyčném odvětví neobvyklé, zejména z důvodu specifických okolností nebo vlastností předmětů, které dotčené (průmyslové) vzory představují.

Zatřetí, pokud jde o úroveň pozornosti informovaného uživatele, je třeba připomenout, že jím není průměrný spotřebitel běžně informovaný a přiměřeně pozorný a obezřetný, který vnímá obvykle (průmyslový) vzor jako celek **a nezabývá se jeho jednotlivými detaily** (viz obdobně rozsudek ze dne 22. června 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C 342/97, Recueil, s. I 3819, body 25 a 26), ani odborník nebo osoba specializovaná v dané oblasti, která je schopná podrobně pozorovat minimální rozdíly, které mohou existovat mezi kolidujícími (průmyslovými) vzory. Přívlastek „informovaný" tak naznačuje, že uživatel, ačkoli není návrhářem či technickým odborníkem, zná různé (průmyslové) vzory existující v dotyčném odvětví, má určitý stupeň znalostí prvků, které tyto (průmyslové) vzory obvykle obsahují, a v důsledku svého zájmu o dotyčné výrobky vykazuje při jejich užívání relativně vysoký stupeň pozornosti.

Závěr

Na závěr lze stanovit, že i přesto, že důvodová zpráva k ZOPV uvádí, že není důležitý fakt, že lze zjistit rozdíly průmyslových vzorů v podrobnostech a dále, že rozhodnutí ÚPV uvádí, že individuální povahu průmyslovému vzoru nemůže dodat skutečnost, že se od vzhledu výrobku s dřívějším právem

přednosti odlišuje v řadě detailů (tedy drobných vzhledových znaků), budou právě tyto jednotlivé detaily či podrobnosti hrát tu větší, tu menší roli ve stanovení celkového dojmu informovaným uživatelem.

Nelze tak říci, že detaily na celkový dojem nebudou mít žádný vliv. Jak velkou roli budou hrát tyto detaily je pak otázkou, která bude určena dle míry volnosti, kterou měl původce při vývoji průmyslového vzoru a dále s přihlédnutím k nutným technickým aspektům jednotlivých výrobků, v neposlední řadě dle oblastí, do kterých daný průmyslový vzor bude spadat, neboť si lze zcela jistě představit, že u drobných předmětů budou hrát jednotlivé detaily vzhledových znaků velkou roli, kdežto u velkých předmětů budou hrát jednotlivé detaily pouze zanedbatelnou roli pro stanovení celkového dojmu informovaným uživatelem.

Mgr. Jan Mučka,
advokátní koncipient

HSP & Partners advokátní kancelář v.o.s.

Vodičkova 710/31
110 00 Praha 1

Tel.: +420 734 363 336
e-mail: ak@akhsp.cz

© EPRAVO.CZ – Sbírka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- Lze sjednat kupní smlouvu s „utajenou“ kupní cenou?
- Novela stavebního zákona: přehled změn a dopadů do praxe po dokončení legislativního procesu
- Energetická náročnost budovy jako cenotvorný faktor
- Přechodná ustanovení novely stavebního zákona – co s vydaným závazným stanoviskem a JES?
- Koncentrace řízení v aktuální judikatuře Nejvyššího soudu
- Aktuální závěry ÚS a ESLP k právům biologického otce (První část – judikatura Ústavního soudu ČR)
- Podílové spoluvlastnictví manželů po rozsudku SDEU ve věci C-300/25 Duftošek
- Předkupní právo jako možná past
- Sleva z kupní ceny vadné nemovitosti podle aktuální judikatury Nejvyššího soudu
- Povinnosti transparentnosti podle AI Actu
- Když rodič nepředá dítě - náhradní péče a úhrada nákladů podle novely rodinného práva