

9. 7. 2015

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

Lego a ochranné známky

Slavná dánská značka LEGO je druhým největším (podle některých zdrojů dokonce největším[1]) výrobcem hraček na světě, tedy je logické, že své místo na slunci musí často hájit právní cestou. Společnosti jako Ban Bao, CoCo, MegaBlocks a Best-Lock jsou těmi, které produkují výrobky označované jako Lego Clones[2], na první pohled vzhledově prakticky totožné a částečně nebo zcela kompatibilní s originálními Lego kostkami, tedy je možné navzájem propojovat a nahrazovat. Zdánlivě neotřesitelnou pozici dánské značky pak samozřejmě ohrožují, neboť díky úspoře za ochranné známky a masové produkci často pocházející z Číny lze tyto klony pořídit za zlomek hodnoty originálních Lego kostek.

Nejnovějším sporem[3], který se kolem značky Lego dostal k evropskému soudu (ECJ[4]), byla značka Best-Lock, což je britský výrobce z Lancashiru, který vyrábí plně kompatibilní kostky a další příslušenství. Předmětem sporu byli malí panáčci, které mělo Lego zaregistrováno od roku 2000 jako prostorovou ochrannou známku Společenství (CTM[5]) po tom, co jim skončila původní patentová ochrana z roku 1970[6]. Společnost Best-Lock rozporovala, že by tato ochranná známka spočívala ve vzhledu a vnější podobě figurek, ale argumentovala tím, že se jedná spíše o funkční záležitost a že se do ní počítá primárně schopnost figurek se spojovat s dalšími díly standardu Lego[7]. To by znamenalo, že je ochranná známka neplatná.

Soud rozhodl, že zde záleží právě i na vnějším vzhledu Lego figurek, který je snadno a jednoznačně rozlišitelný a jako takový je platnou ochrannou známkou. Samozřejmě je zde vždy možnost rozhodnutí v budoucnu zpochybnit. Tiskovou zprávu z šestnáctého června 2015 lze nalézt zde[8].

Situace je taková, že v minulosti Lego ne vždy zvítězilo, například v roce 2010 došlo ke sporu Lega a společnosti MEGA BLOCKS, která se snažila zastavit Lego v registraci své základní kostky (4x2 spojovací body) v červené barvě. Pokud by se tato registrace povedla, tak by efektivně zabránila všem svým napodobitelům používat tento typ spojovací kostky a zaručila značce Lego obrovskou konkurenční výhodu. Soudní dvůr Evropské unie došel k závěru, že systém osmi spojovacích bodů plní funkci čistě technického charakteru a jako takový nelze registrovat.

Právě proto plánuje Best-Lock rozhodnutí ECJ napadnout[9], neboť argumentuje tím, že ochrana u dílu Lega ve tvaru kvádrů by měla být pojata podobně jako u dílu ve tvaru panáčka, kde se klade hlavní důraz na jednotlivou vzájemnou propojitelnost a nikoliv na vnější vzhled a jeho odlišnost.

Tento příklad je dobrou ukázkou toho, jak v dnešní době nestačí chránit svou značku tím, že se zaplatí ochranná známka kryjící název celé společnosti, například Apple a druhá, která pokryje název produktu, například iPhone 6. Je naprosto běžné a dokonce ostrou situací na trhu vyžadované, aby se skrze prostorové ochranné známky chránil i vnější vzhled produktů, který je do jisté míry jedinečný. Proto došlo k registraci například tvaru láhve od nápoje Coca Cola[10], nebo čokolády Toblerone[11].

Některé registrace ovšem i přes všeobecnou známost nevyjdou. Příkladem může být značka KitKat (která vznikla v roce 1935, tedy se nejedná o žádnou novinku), které byla nedávno zamítnuta registrace tvaru čokoládové tyčinky[12], kterou lze snadno rozdělit na 4 tenčí pruhy. I přes to, že si výrobce nechal vyhotovit studii, ze které vyplynulo, že značku pozná na základě tohoto tvaru 90% respondentů, to pro úřad bylo stále nepřesvědčivé.

Stále více značek se snaží chránit své produkty i exotickými ochrannými známkami, byly zde pokusy registrovat například vůně[13], skrze chemický vzorec (např. $C_6H_5-CH = CHCOOCH_3$), chemický název (methylester kyseliny skořicové) nebo obecný popis (balzámově ovocná vůně s lehkým příděchem skořice). Podobně se registrují i zvukové ochranné známky a znělky, které jsou přece jenom běžnější, ale přesto exotické ve srovnání se standardním názvem, případně obrázkem.

Nejdražší značky, jako je SONY, Coca Cola, Microsoft, Apple, Google a další se pochopitelně snaží zúročit prostředky vložené do vlastní propagace a všemi možnými způsoby znepříjemnit protivníkům vstup na trh, popřípadě zastavit jejich snahy o přiživování se na pověsti. Společnost Lego to v tomto směru nemá úplně jednoduché, neboť na výše zmíněném iPhoneu z dílny Apple se toho dá ochránit více než na malé plastové kostičce, proto jsou podobné výroky, jako byl tento, klíčovými i pro ostatní podobné producenty relativně zaměnitelných výrobků.

Sám název Lego vznikl z dánských slov Leg godt „dobře si hraj“, nezbyvá tedy než popřát originálnímu výrobcovi z Billundu, aby si co nejlépe lidí dobře hrálo právě s jeho výrobky a ne s více či méně legálními kopiemi od společností uvedených v prvním odstavci.



Jan Metelka,
student Právnické fakulty UK

[1] Dostupné na www, k dispozici >>> [zde](#).

[2] Dostupné na www, k dispozici >>> [zde](#).

[3] Spisová značka T-395/14 a T-396/14

[4] European Court of Justice

[5] Community Trademark

[6] Dostupné na www, k dispozici >>> [zde](#).

[7] Dostupné na www, k dispozici >>> [zde](#).

[8] Dostupné na www, k dispozici >>> [zde](#).

[9] Dostupné na www, k dispozici >>> [zde](#).

[10] Dostupné na www, k dispozici >>> [zde](#).

[11] Ibid.

[12] Dostupné na www, k dispozici >>> [zde](#).

[13] Slavný případ C-273/00, Ralf Sieckmann v Deutsches Patent- und Markenamt, [2002] ECR I-11737.

Další články:

- [Novelizace nařízení EU o odlesňování \(EUDR\)](#)
- [Zneužití práva na přístup podle GDPR](#)
- [Doručování soudních písemností ze zahraničí do ČR](#)
- [Novinky z české a evropské regulace finančních institucí za měsíc únor 2026](#)
- [Digital Fairness Act a influencer marketing - cesta ke konci roztržité regulace?](#)
- [Novinky z české a evropské regulace finančních institucí za měsíc leden 2026](#)
- [IATA Travel & Cargo akreditace v letectví - v čem spočívají její výhody?](#)
- [Digital Omnibus o AI: návrh nařízení o zjednodušení pravidel pro umělou inteligenci](#)
- [Rozhodčí nálezy vydané ruskými rozhodčími soudy a jejich uznání a výkon na území EU](#)
- [Environmentální tvrzení společností v hledáčku EU: Jak se vyhnout greenwashingu a obstát v nové regulaci?](#)
- [AIFMD II v České republice: Schvalovací proces a co čeká investiční společnosti](#)