

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

Vybrané právní aspekty corporate identity, zejm. ve vztahu k průmyslovým právům

Nezbytnou součástí obchodní strategie jakékoliv společnosti je budování jejího obrazu, který prezentuje veřejnosti, a to jak cíleně, tak neúmyslně v důsledku vlastních aktivit. Pro souhrn znaků, kterými společnost prezentují samy sebe a komunikují s veřejností, se užívá pojem corporate identity. Ačkoliv se v rámci corporate identity pohybujeme v oblasti marketingu, je na místě si uvědomit související právní aspekty, mezi něž se řadí i průmyslověprávní strategie. Tento příspěvek si klade za cíl upozornit na možnost aplikace vybraných průmyslových práv, zejm. pak práv na označení, v souvislosti s corporate identity.

Corporate identity představuje pojem, který zahrnuje soubor prvků z mnoha oblastí - jde například o určenou marketingovou strategii, způsob komunikace s veřejností, etický kodex, grafické nebo designové prvky, označení užívaná v obchodním styku, označení užívaná pro označení výrobků nebo služby, ale i problematiku doménových jmen. Jednotlivé prvky, které vytváří corporate identity, je tak třeba podpořit i odpovídajícím právním rámcem, který upravuje podobu nakládání s daným prvkem nebo který danému prvku zajišťuje právní ochranu. Je to tedy právě oblast práv k duševnímu vlastnictví, která se velmi úzce dotýká samotné existence již vytvořené nebo právě nově vytvářené corporate identity.

Nejviditelnější prvek corporate identity tvoří grafická prezentace společnosti, skrze kterou společnost komunikuje s veřejností. Jedná se tedy zejm. o různá označení a loga, která společnost používá při svých obchodních aktivitách. Zde se tak dostáváme do oblasti ochrany práv na označení, kdy hlavním institutem této oblasti je ochranná známka, prostřednictvím které je právě zajišťována ochrana vůči třetím osobám. Je proto vhodné již při vytváření grafické koncepce uvažovat o možném přihlášení ochranných známek. V současných podmínkách je ochranná známka dostupným prostředkem zajišťujícím ochranu společnosti a jejích výrobků nebo poskytovaných služeb vůči konkurenci. Stejně tak, ale přihlášená ochranná známka může pomoci při dalším prosazování na trhu. Navíc díky existujícím mezinárodním a regionálním systémům přihlašování ochranných známek je, mj. za příznivých nákladů, dostupná registrace i pro zahraniční trhy.

Kromě ochranné známky je možné označení chránit prostřednictvím i nezapsaného označení, které však nepožívá takové ochrany jako ochranná známka.

V souvislosti s ochrannými známkami je však třeba pamatovat i na skutečnost, že označení, resp. logo, může splňovat podmínky výtvarného díla ve smyslu autorského zákona. V takovém případě je nezbytné zohlednit příslušné autorskoprávní aspekty, které se týkají hlavně nakládání s majetkovými právy autorskými. Je třeba také důrazně rozlišovat, zda označení vzniklo v rámci povinnosti založené zaměstnaneckým poměrem, nebo bylo vytvořeno na objednávku třetí osobou. V souvislosti s vytvořením díla na objednávku je třeba upozornit na skutečnost, že pokud není určeno jinak, platí, že autor poskytl licenci k užívání díla pro účely vyplývající ze smlouvy. Za účelem nabytí výhradních práv lze doporučit zajistit si výhradní oprávnění k užití díla. Stejně tak je vhodné pamatovat na zakotvení souhlasu autora, aby objednatel mohl dílo přihlásit jako ochrannou známku.

Vytvoření konceptu grafické prezentace společnosti a její realizace tvoří však pouze část problematiky - stejně tak je nutné se zaměřit na další její existenci a způsob jejího využívání. Lze

proto doporučit vytvořit manuál, který by souhrnně upravoval podmínky užívání grafické prezentace. Takovýto manuál by mohl upravovat jak celkovou koncepci corporate identity, tak i její jednotlivé oblasti, jako je např. právě ona grafická prezentace nebo by se přímo mohl týkat již konkrétních prvků grafické prezentace, jako jsou jednotlivá označení, resp. loga. V souvislosti s již konkrétními prvky by tak mohlo být dosaženo pravidel upravujících způsob vyobrazení, velikost a barvu označení, stejně jako způsob umístění a to např. na internetových stránkách, v propagačních materiálech, v prodejně, ve výloze, nebo na konkrétních výrobcích nebo v souvislosti s poskytovanými službami. Rovněž je vhodné mít na zřeteli, že tímto manuálem mohou být upraveny i další podmínky jako např. to, že není zájem užívat označení společnosti ve vybraných souvislostech nebo ve spojení s určitou agendou. Vytvoření takového manuálu má však i další výhody, jednak jsou jasně určena pravidla užívání označení uvnitř společnosti, ale stejně tak je možné podmínkami uvedenými v manuálu zavázat případné obchodní partnery nebo nabyvatele licencí na ochranné známky.

Jestliže se tedy společnost rozhodne pro registraci průmyslového práva, např. právě ochranné známky, a ta je ve prospěch společnosti následně zapsána, je třeba, aby byl o celkovém portfoliu kontinuálně udržován přehled. Tato potřeba vyvstává zejm. v oblasti ochranných známek, jelikož jsou neustále přihlašovány nové ochranné známky, které mohou již přiznané právo rušit. Jestliže je tak zájem na ochraně starší zapsané ochranné známky, je třeba námitky vůči nově přihlašované známce vznést v zákonné lhůtě.

V souvislosti s přiznanými průmyslovými právy je však možné uvést ještě jeden důležitý aspekt – průmyslová práva se podílí na vytváření hodnoty společnosti. Aktuální přehled přiznaných průmyslových práv tak může být využit i pro potřeby ocenění, které může být provedeno např. za účelem převodu průmyslových práv, za účelem poskytnutí příslušné licence, nebo za účelem ocenění celkového majetku společnosti pro její případný prodej.

Stejně jako součást corporate identity tvoří grafická prezentace společnosti, stejně tak je třeba upozornit, že corporate identity se může vázat i ke konkrétním výrobkům nebo službám nabízených společností. Vzhled výrobků může být chráněn průmyslovým vzorem a jiné, specifické funkce výrobků je možné chránit užitným vzorem nebo patentem.

Průmyslová práva jsou však poskytována výměnou za zveřejnění řešení. Může se však vyskytnout situace, kdy není na takovém zveřejnění zájem. Pro tyto situace se nabízí ochrana prostřednictvím obchodního tajemství. Jako příklad, kdy je příhodnější využití ochrany obchodním tajemstvím, je možné uvést ochranu různých receptur. Obchodní tajemství je ale možné využít i k ochraně konkrétních prvků corporate identity, např. ve vztahu k marketingovým strategiím nebo zamýšleným způsobům propagace.

Kromě potřeby přemýšlet o tom, jak corporate identity vytvořit a jak zajistit její další růst, je třeba i myslet na případy, kdy je do corporate identity zasahováno ze strany třetích osob. Vzhledem k významu corporate identity ve vztahu k aktivitám společnosti je na místě se proti takovýmto zásahům chránit. Obrana může spočívat ve využití prostředků soukromého práva, jako je např. ochrana proti nekalé soutěži nebo žaloba o zdržení se jednání porušující některé z práv duševního vlastnictví. Obrana však může spočívat i ve využití prostředků veřejného práva – zde je možné jako příklad uvést opatření celní správy k zabránění porušování práv duševního vlastnictví.

Závěr

Corporate identity představuje soubor mnoha prvků z mnoha oblastí. Ačkoliv se jedná spíše o pojem marketingový, je nezbytné jej vnímat i z hlediska práva. Proto při vytváření, udržování a dalším rozvoji je třeba brát ohled nejen na případnou konkurenci, ale i na další faktory, jako jsou právě

související právní aspekty. V souvislosti s právními aspekty corporate identity je tak třeba vnímat i související práva duševního vlastnictví a zohlednit i možnost chránit jednotlivé prvky příslušnými průmyslovými právy. Je tak nanejvýš vhodné zahrnout i strategii ochrany duševního vlastnictví společnosti do vytváření celkové koncepce corporate identity, stejně jako do celkového rozvoje společnosti. Správné využití práv duševního vlastnictví tak může pomoci společnosti k dalšímu rozvoji.



Mgr. et Mgr. Vojtěch Šmíd,
advokátní koncipient

[Advokátní kancelář Kříž a partneři s.r.o.](#)

Rybná 9
110 00 Praha 1

Tel.: +420 224 819 334

Fax: +420 224 819 343

e-mail: info@ak-kp.cz



© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [DEAL MONITOR](#)
- [Tři dekády v advokacii a otevřený pohled na to, co profesi i justici nejvíc škodí](#)
- [DEAL MONITOR](#)
- [Vybrané otázky poskytování zdravotních služeb na dálku](#)
- [DEAL MONITOR](#)
- [„Za každou kauzou je živý příběh“](#)
- [Ombudsman na Maltě - základní parametry a role. A v čem bychom se mohli poučit i my v Česku?](#)
- [DEAL MONITOR](#)

- [DEAL MONITOR](#)
- [Rozhovor s JUDr. Veronikou Janoušek Rudolfovou, samostatnou advokátkou specializující se na sportovní právo](#)
- [DEAL MONITOR](#)