27. 2. 2014

ID: 93746

Ochranná známka

Ustanovení § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách je možné aplikovat nejen na ochranné známky, ale i na označení vycházející z ochranné známky, pokud jsou užita v souladu s tímto ustanovením. Ustanovení § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách má kogentní povahu, nelze se od něj odchýlit ani dohodou stran. V případě, že jsou naplněny podmínky § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách, není možné platně sjednat, že po ukončení smlouvy nebude nadále jeden soutěžitel – účastník smlouvy - užívat ochranné známky a loga ve smlouvě vymezené (přičemž nehraje roli, zda druhá smluvní strana je či není majitelem ochranné známky či loga). Ujednání, které by takovou povinnost obsahovalo, by bylo neplatným dle § 39 občanského zákoníku pro rozpor se zákonem.

(Rozsudek Nejvyššího soudu České republiky sp.zn. 23 Cdo 2912/2011, ze dne 18.12.2013)

Nejvyšší soud České republiky rozhodl ve věci žalobkyň a) T. MOTOR CZECH spol. s r.o., se sídlem v P., b) T. J.K.K. s obchodní firmou T. Motor Corporation 1, se sídlem T., a c) T. Motor Europe NV/SA, se sídlem B., všech zastoupených JUDr. Ing. D.V., advokátem, se sídlem v P., proti žalované A. D. s.r.o., se sídlem v P., zastoupené JUDr. J.J., advokátem, se sídlem v P., o porušování práv k ochranné známce a o ochranu proti nekalé soutěži, vedené u Městského soudu v Praze pod sp. zn. 19 Cm 28/2008, o dovolání žalobkyň proti rozsudku Vrchního soudu v Praze ze dne 16. února 2010 (správně 2011), č. j. 3 Cmo 313/2010-318, tak, že rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 16. února 2010 (správně 2011), č. j. 3 Cmo 313/2010-318, s výjimkou výroku, jímž byl částečně potvrzen a částečně změněn rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 26. května 2010, č. j. 19 Cm 28/2008-284, ve výrocích pod body I. A), II v části, ve které soud prvního stupně rozhodl o nároku na zdržení se užívání označení prodejny vývěsním štítem, kombinované ochranné známky LEXUS ÚPV ČR č. 256542 (správně 56542) a slovní ochranné známky LEXUS OHIM č. 24406, a jímž byl potvrzen rozsudek soudu prvního stupně ve výroku pod bodem III, a rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 26. května 2010, č. j. 19 Cm 28/2008-284, s výjimkou výroků pod body I. A), II v části, ve které soud prvního stupně rozhodl o nároku na zdržení se užívání označení prodejny vývěsním štítem, kombinované ochranné známky LEXUS ÚPV ČR č. 256542 (správně 56542) a slovní ochranné známky LEXUS OHIM č. 24406, a III, se zrušují a věc se v tomto rozsahu vrací Městskému soudu v Praze k dalšímu řízení. Ve zbývajícím rozsahu se dovolání zamítá.

Z odůvodnění:

Městský soud v Praze rozsudkem ze dne 26. května 2010, č. j. 19 Cm 28/2008-284, zamítl žalobu s návrhem, aby byla žalované uložena povinnost odstranit z prodejny a okolí prodejny na adrese Praha, A) z vnější čelní strany prodejny vývěsní štít ve vyobrazené podobě, B) uvítací pylon umístěný před prodejnou v podobě vyobrazené v rozsudku (výrok pod bodem I), zamítl žalobu s návrhem, aby žalovaná byla uznána povinnou zdržet se při provozování prodejny, při prodeji a servisu osobních automobilů značky LEXUS a při používání materiálů a podkladů v souvislosti s prodejem, servisem a propagací vozů Lexus užívání následujících prvků: hlavního vchodu do prodejny v podobě válce - tzv. „zlatého sudu“, v odstínu zlaté barvy ve vyobrazené podobě, hlavního vchodu do prodejny v podobě válce v jakékoli barvě ve vyobrazeném provedení a tvaru, označení prodejny vývěsním štítem ve vyobrazené podobě, uvítacího pylonu ve vyobrazené podobě, kombinované ochranné známky LEXUS ÚPV ČR č. 256542 (správně č. spisu 56542, č. zápisu 167850), slovní ochranné známky LEXUS

OHIM č. 24406, venkovního směrového a informačního značení v okolních prostorách prodejny ve vyobrazených podobách, vnitřních nástěnných značek v prodejně, a to čtvercového tvaru, podkladová barva černá s bílým orámováním a písmem a/nebo značkami v barvě bílé (výrok pod bodem II), zamítl žalobu s návrhem, aby žalovaná byla uznána povinnou odstranit z internetových stránek specifikovaných ve výroku rozsudku informaci o tom, že žalovaná je autorizovaným prodejcem nebo autorizovaným servisem Lexus, a to vše do třiceti dnů od právní moci tohoto rozsudku, a nadále se zdržet šíření informace tom, že žalovaná je autorizovaným prodejcem a servisem Lexus nebo autorizovaným prodejcem Lexus nebo autorizovaným servisem Lexus, a to ve všech informačních, propagačních a reklamních materiálech v listinné, internetové, audio, video podobě (výrok pod bodem III), zamítl žalobu s návrhem, aby žalovaná byla uznána povinnou odstranit, příp. zajistit odstranění z internetových stránek www.autoduba.cz vyobrazení prodejny včetně kombinované ochranné známky Lexus vyobrazené ve výroku rozsudku (výrok pod bodem IV), zamítl žalobu s návrhem, aby byla žalovaná uznána povinnou odstranit, příp. zajistit odstranění z internetových stránek www.autoduba.cz v rozsudku uveřejněné vyobrazení prodejny včetně kombinované ochranné známky Lexus (výrok pod bodem V), zamítl žalobu s návrhem, aby žalovaná byla uznána povinnou odstranit z prodejny na adrese Praha, u hlavního vchodu válec v šedivostříbrné barvě (výrok pod bodem VI) a rozhodl o náhradě nákladů řízení (výrok pod bodem VII).

Mezi účastníky nebylo v řízení sporným, že žalovaná společnost byla od svého vzniku autorizovaným prodejcem vozidel zn. LEXUS. Soud prvního stupně zjistil, že dne 16. srpna 2005 byla uzavřena mezi žalobkyní a) a žalovanou Standardní dohoda pro evropské autorizované prodejce LEXUS (dále jen „Dohoda“). Žalobkyně a) na základě rozvazovací podmínky tuto dohodu ke dni 1. října 2006 ukončila, neboť žalovaná nesplnila ve sjednaném termínu standardy prodejny vozidel LEXUS. Žaloba o určení, že právní vztah trvá i po 1. říjnu 2006, byla pravomocně zamítnuta rozsudkem Městského soudu v Praze ze dne 15. února 2008, č. j. 39 Cm 289/2006-225, ve spojení s rozsudkem Vrchního soudu v Praze ze dne 3. prosince 2008, č. j. 12 Cmo 225/2008-267. Soud prvního stupně proto vycházel z toho, že od 1. října 2006 žalovaná nebyla autorizovaným prodejcem LEXUS.

Soud prvního stupně zjistil, že žalobkyně b) je majitelem slovní komunitární ochranné známky LEXUS č. 24406 a národní kombinované ochranné známky LEXUS č. 167850, obou zapsaných ve tř. 12 pro motorová vozidla, jejich součásti a příslušenství. Dále bylo zjištěno, že žalovaná v prodejně automobilů otevřené před podáním žaloby na adrese Praha, prodává vozidla LEXUS jako nezávislý prodejce. Bylo zjištěno, že žalovaná užívá v souvislosti s prodejem vozidel k propagaci tohoto prodeje včetně označení na prodejně ochranné známky žalobkyně b), přičemž aktuální vzhled prodejny je žalovanou prezentován na jejích webových stránkách. Je rovněž nesporné, že pevnou součástí vchodu do předmětné prodejny žalované je půlkruhový válec se skleněnými otáčivými dveřmi, převyšující mírně střechu (v době podání žaloby ve zlaté barvě, v průběhu řízení bylo změněno na šedivostříbrnou). Soud prvního stupně dále z aktuální fotodokumentace zjistil, že prodejna žalované je označena značkami MAZDA, NISSAN a LEXUS. Na webových stránkách žalovaná ke dni vyhlášení rozsudku pod zobrazením prodejny v podobě, jak je uvedeno ve výroku pod bodem V, prezentuje nezávislý prodej a servis vozů LEXUS se zárukou 5 let na všechny vozy, autorizovaný prodej a servis vozů MAZDA se zárukou na 5 let na vybrané vozy a nezávislý prodej vozů TOYOTA s autorizovaným servisem TOYOTA. Bylo zjištěno, že na internetových stránkách a odkazech vyjmenovaných ve výroku pod bodem III je vždy u žalované společnosti v rámci prezentace jejího podnikání u vozů LEXUS uvedeno „nezávislý prodej a servis“. Soud prvního stupně dále zjistil, že autorizovaná prodejna LEXUS v Brně i nově otevřená autorizovaná prodejna LEXUS v Praze mají před hlavním vchodem umístěný mobilní dutý půlválec ve zlaté barvě na nožičkách přistavený ke dveřím, a to v podstatně nižším provedení než žalovaná. Z výpisu z obchodního rejstříku bylo zjištěno, že žalobkyně c) je jediným společníkem žalobkyně a).

Soud prvního stupně vyšel z ustanovení § 10 odst. 1 písm. c) a ustanovení § 11 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách (dále jen „zákon o ochranných známkách“), která byla převzata ze směrnice Rady č. 89/104/EHS, a odkázal na rozhodnutí Evropského soudního dvora ze dne 23. února 1999 ve věci C-63/97, BMW AG proti R. K. Deenik. Podle něj je majitel ochranné známky povinen strpět, pokud třetí strana užívá v obchodním styku ochrannou známku, je-li to za účelem informování veřejnosti o tom, že tato osoba se specializuje na prodej a je odborníkem na prodej nebo opravu a údržbu tohoto zboží, pokud se známka nepoužívá způsobem, který vytváří dojem, že existuje obchodní propojení mezi tímto podnikatelem a majitelem ochranné známky, například že se jedná o autorizovaného prodejce, a že se tak děje v souladu s poctivými obchodními zvyklostmi.

Soud prvního stupně dovodil, že z provedeného dokazování nevyplývá, že by žalovaná jednala způsobem, který by navozoval klamný dojem, že je autorizovaným prodejcem LEXUS. Žalobkyně netvrdily, že Standard programu značení firemní identity je chráněn průmyslovým právem. Soud prvního stupně dospěl k závěru, že v době vyhlášení rozsudku (§ 154 o. s. ř.) nebyl vzhled prodejny žalované zaměnitelný se vzhledem typizovaných budov žalobkyň určených pro autorizované prodejce. Zejména po změně barvy půlkruhového vstupu do budovy žalované lze konstatovat, že tento není z hlediska průměrného spotřebitele zaměnitelný s mobilními podstatně nižšími půlválci umístěnými před vstupem prodejen autorizovaných prodejců LEXUS v České republice.

Z hlediska nekalosoutěžního považoval soud prvního stupně rovněž za podstatné, že v době otevření prodejny v Praze byla v České republice pouze jedna autorizovaná prodejna v Brně. Z toho důvodu nelze dovodit, že vzhled této prodejny by byl na trhu vymezeném územím České republiky pro žalobkyni příznačný. Vzhled prodejen žalobkyň v zahraničí je pro posouzení nekalého soutěžního jednání žalované nerozhodný, jelikož se netýká českého trhu. Vzhled prodejny byl koncipován tak, aby splňoval v rámci dohody uzavřené s žalobkyní a) standardy žalobkyň. Nelze tudíž předpokládat, že žalovaná zvolila půlkruhový vchod ve zlaté barvě a úpravu značení záměrně za účelem získat neoprávněně soutěžní výhodu. Po pravomocném ukončení sporu o určení trvání vztahu z Dohody změnila žalovaná v rámci možností vzhled prodejny tak, aby se od prodejen žalobkyň odlišila. Soud prvního stupně dospěl k závěru, že současný vzhled prodejny žalované není zaměnitelný s prodejnami žalobkyně v České republice. Ve věci nebylo nařízeno předběžné opatření, soud proto nemá důvod předpokládat, že se žalovaná v budoucnosti vrátí k původnímu vzhledu prodejny.

K požadovanému nároku, o němž bylo rozhodnuto výrokem pod bodem IV, soud prvního stupně uvedl, že ke dni vyhlášení rozhodnutí nebylo zjištěno, že by žalovaná prezentovala na svých webových stránkách původní vzhled prodejny, resp. původní barevné provedení.

Příslušné články předmětné Dohody podle soudu prvního stupně nemají žádnou právní relevanci, neboť žalovaná užívá ochranné známky žalobkyně b) jako nezávislý prodejce v souladu s platným právem.

Soud prvního stupně shrnul, že žalovaná užívá ochranné známky jako nezávislý prodejce v souladu s obchodními zvyklostmi, dobrými mravy a pravidly hospodářské soutěže. Vztah mezi žalovanou a žalobkyněmi a) a c) je vztahem soutěžitelů na českém trhu, nejsou však naplněny další podmínky nekalé soutěže, tj. rozpor s dobrými mravy soutěže a újma žalobkyním jako soutěžitelům, když žalované nelze bránit ve svobodném podnikání nezávislého prodejce značky LEXUS, které je v souladu se zákonem.

K odvolání žalobkyň Vrchní soud v Praze rozsudkem ze dne 16. února 2010 (správně 2011), č. j. 3 Cmo 313/2010-318, změnil rozsudek soudu prvního stupně ve výrocích pod body I, II a IV jen tak, že žalovaná je povinna zdržet se užívání označení L LEXUS a LEXUS samostatně (tj. bez uvedení v provozovně nabízených služeb, provedeného ve shodné velikosti písma, jako např. PRODEJ A SERVIS

VOZŮ LEXUS) nebo ve spojení s názvem obce či její části a dále upravit vzhled své provozovny způsobem shora stanoveným do dvou měsíců od právní moci rozsudku a v téže lhůtě i fotografie provozovny na webových stránkách autoduba.cz, jinak v těchto výrocích a ve výrocích pod body III, V a VI rozsudek soudu prvního stupně potvrdil a rozhodl o náhradě nákladů řízení.

Odvolací soud, poté, co zčásti zopakoval dokazování, dovodil, že soud prvního stupně učinil pro své rozhodnutí skutková zjištění v potřebném rozsahu, proto na tato skutková zjištění odkázal. Dospěl ovšem k závěru, že použití ochranných známek žalobkyň žalovanou nevylučuje jednoznačně možnost navození dojmu, že žalovaná je oficiálním (autorizovaným) prodejcem vozů žalobkyň, resp. má jiné postavení než odpovídá skutečnosti.

Odvolací soud vyšel ze skutkového stavu, že žalobkyně b) je majitelkou slovní komunitární ochranné známky LEXUS č. 24406, zapsané v roce 1998, a národní kombinované ochranné známky LEXUS č. 167850 s právem přednosti od 18. září 1989, obou zapsaných ve třídě 12 pro motorová vozidla, jejich součásti a příslušenství. Žalovaná byla autorizovaným prodejcem vozidel zn. LEXUS a dne 16. srpna 2005 uzavřela Dohodu s žalobkyní a). Tento vztah zanikl ke dni 1. října 2006. Žalovaná je i nadále prodejkyní vozů Lexus a v souvislosti s tímto prodejem originálních výrobků v provozovně ve S. užívá k propagaci prodeje včetně označení na prodejně ochranné známky žalobkyně b), přičemž aktuální vzhled prodejny je žalovanou zčásti prezentován na jejích webových stránkách a plyne z fotografií, jež žalovaná založila do spisu v květnu 2010. Těmito fotografiemi v počtu 7 kusů odvolací soud také opakoval dokazování a zjistil, že vedle výrazného označení žalované (Autocentrum D.) a názvu obce S. obsahuje objekt provozovny žalované též výrazné označení MAZDA, NISSAN a LEXUS, u označení MAZDA s doplněním obrazové ochranné známky, u označení LEXUS pak s L v kruhu, v podobě obrazové ochranné známky OHIM č. 6412555. Na vnějším a vnitřním orientačním značení (vyjma zřejmě směrování k částem specializovaným na vozy dané značky) v provozovně označení žalobců používáno není. Z webových stránek žalované bylo zjištěno, že žalovaná pod zobrazením prodejny v podobě, jak měl soud prvního stupně zachyceno ve výroku pod bodem V, prezentuje mj. nezávislý prodej a servis vozů LEXUS, z dalších internetových stránek specifikovaných žalobkyněmi bylo zjištěno, že na uvedených stránkách a odkazech je vždy u žalované v rámci prezentace jejího podnikání u vozů LEXUS uvedeno, že je nezávislým prodejcem, až na zastaralé stránky dvou rozcestníků webových stránek, jak je označily i žalobkyně v odvolacím řízení. Současně bylo zjištěno, že pevnou součástí vchodu do prodejny žalované je půlkruhový válec se skleněnými otáčivými dveřmi převyšující mírně střechu, původně ve zlaté barvě, později v barvě šedivostříbrné. Podobné válce (menší) ve zlaté barvě mají prodejny Lexus v Brně a od roku 2009 prodejna v Praze.

Odvolací soud vyložil ustanovení § 44 odst. 1 obchodního zákoníku (dále jen „obch. zák.“) a ustanovení § 8 odst. 1 a 2 písm. a), § 11 a § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách. S odkazem na judikaturu ESD (C-337/95 Parfums Christian Dior SA proti Evora BV a C-63/97 BMW AG a BMW Nederland BV v. R. K. Deenik) došel k závěru, že pokud prodejce vedle dalších názvů výrobků, výrobců a ochranných známek, jež se vztahují k jím prodávanému zboží, uvádí v letácích, na štítu prodejny a na internetu i logo či ochrannou známku, jež užívá výrobce k označení své produkce a zboží tohoto výrobce v prodejně také nabízí, není jeho jednání protiprávní. U takového jednání nelze ani uvažovat o naplnění podmínky rozporu s dobrými mravy soutěže.

Odvolací soud dovodil, že odpovědnost žalované závisí na zodpovězení otázky, zda prezentace žalované s označením Lexus, resp. L Lexus na objektu provozovny je korektní, tj. nenavozuje dojem o jiném vztahu žalované a žalobkyň, než odpovídá skutečnosti, zejména zda nepředstírá, že žalovaná je „oficiálním“ prodejcem, servisním místem i partnerem žalobkyň. Na rozdíl od soudu prvního stupně má soud odvolací za to, že současný vzhled prodejny takovou mylnou domněnku nevylučuje. Je nezbytné, aby vedle výrazně uvedené firmy žalované, shodně výrazně uvedených názvů všech značek vozidel, jež žalovaná v provozovně nabízí, resp. k nim poskytuje své služby, byl uveden zkráceně i druh v provozovně nabízených služeb. Je tedy vyloučeno pro jednoznačnost dojmu veřejnosti jen

samostatné užití značky (ochranné známky), případně doplněné jen názvem obce, jako např. Lexus S. To je typické pro provozovny zařazené do sítě žalobkyně c).

Odvolací soud proto uzavřel, že k naplnění podmínky úpravy § 11 zákona o ochranných známkách, resp. zachování souladu s obchodními zvyklostmi, dobrými mravy a pravidly hospodářské soutěže dle § 10 odst. 1 zákona o ochranných známkách, vyloučení porušení dobrých mravů soutěže podle § 44 odst. 1 obch. zák. a dodržení zákazu porušení Standardní dohody ze dne 16. srpna 2005 je na místě k odstranění závadného stavu uložit žalované upravit vzhled její provozovny. Ve zbývající části se odvolací soud zcela ztotožnil se skutkovým a právním hodnocením soudu prvního stupně. Pokud žalobkyně poukazovaly na celoevropský koncept Lexus týkající se vzhledu prodejen, neshledal ani odvolací soud tento argument důvodným, a to ani z hlediska odpovědnosti z nekalé soutěže. Současný vzhled prodejny žalované není dle názoru soudu obecně zaměnitelný se vzhledem typizovaných budov žalobkyň určených pro autorizované prodejce. Podstatné je, že v době otevření prodejny žalované byla v České republice pouze jedna autorizovaná prodejna v Brně a nelze dovodit, že vzhled této prodejny vytvořil příznačnost pro vzhled dalších autorizovaných provozoven Lexus na českém trhu. Další žalobou uplatněné nároky pak již vzhledem ke zjištění o aktuálním stavu jak faktickému u provozovny žalované, tak i zachycenému na webových stránkách, nejsou důvodné, jelikož pro rozsudek je dle ustanovení § 154 o. s. ř. rozhodný stav v době jeho vyhlášení.

Rozsudek odvolacího soudu napadly žalobkyně v celém rozsahu dovoláním. Jeho přípustnost v části, v níž bylo změněno rozhodnutí soudu prvního stupně, zakládají na § 237 odst. 1 písm. a) o. s. ř., v části, v níž bylo potvrzeno, zakládají přípustnost na § 237 odst. 1 písm. c) o. s. ř.

Žalobkyně uvedly, že nároky, které uplatnily v žalobě, lze rozdělit do tří částí:

1. Nároky z duševního vlastnictví – ochranných známek [žalobkyně a)].
2. Nároky z titulu nekalosoutěžního jednání [žalobkyně a) a c)].
3. Nároky ze smluvního vztahu [žalobkyně a)].

Dovolatelky namítají, že použití logotypu LEXUS na prodejně (podkladová barva černá v kombinaci s kombinovanou ochrannou známkou LEXUS ve specifickém odstínu zlaté barvy) s použitím ochranné známky LEXUS na prodejně žalované, na pylonu před prodejnou žalované i na jejích internetových stránkách jde nad rámec užití označení nezbytného k určení účelu výrobku nebo služby.

Žalovaná užívá vstup do prodejny v podobě válce, logo – fasádní značení na prodejně a na internetových stránkách a uvítací pylon před prodejnou, jak jsou zpracovány v SC (koncept značení) a CI (firemní identita) značení pro celou evropskou dealerskou síť. Předmětné SC a CI nemohou být chráněny právy duševního vlastnictví, nicméně jsou jasně a přesně definovány v určitých dokumentech, které si na vlastní náklady nechala zpracovat žalobkyně c) a společně s žalobkyní a) je užívá pro budování jednotné evropské sítě autorizovaných prodejců Lexus.

Žalobkyně jsou dále přesvědčeny, že jednání žalované naplňuje znaky nekalosoutěžního jednání minimálně dle ustanovení § 44 odst. 1 obch. zák. Dle odd. 7 čl. 7.7 písm. b) odst. (i) Standardní dohody je žalovaná povinna při ukončení Standardní dohody na své náklady odstranit a přestat používat obchodní značky a jakékoli názvy žalobkyně a/nebo výrobce a dále nechovat se záměrně či nezáměrně takovým způsobem, který by vedl třetí stranu k tomu, aby se domnívala, že žalovaná je autorizovaným prodejcem Lexus, a to vše ve vztahu k žalobkyni a). Dovolatelky namítají, že v rámci soukromého práva, kterým se vztah mezi žalobkyní a) a žalovanou řídí, je možné plnění výše definovaných povinností s žalovanou platně dohodnout a tedy že žalovaná je povinna odstranit a zdržet se užívání, jak požadováno žalobou, též na základě smluvního závazku. Žalovaná však tento závazek nikdy nesplnila.

Soudy dle názoru žalobkyň nesprávně aplikovaly ustanovení § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách a rozhodnutí Soudního dvora Evropské unie č. C-63/97/BMW AG v R.K. Deenik. Dovolatelky namítají, že předmětné ustanovení zákona i citované rozhodnutí hovoří o oprávnění užít označení (ochrannou známku), nikoli o oprávnění užít soutěžitelem reklamní materiály – logo (jehož součástí je ochranná známka) a prvky firemní identity jiného soutěžitele.

Dle dovolatelek spočívá rozhodnutí odvolacího soudu na nesprávném právním posouzení věci ve smyslu § 241a odst. 2 písm. b) o. s. ř., neboť užití prvků značení a reklamního označení žalobkyň tak, jak je užívá žalovaná, není k informaci zákazníků, že žalovaná prodává vozy Lexus, vůbec potřebné, a použití ochranné známky jako součást značení (firemní identity) autorizované sítě prodejců značky Lexus jde nad rámec informačního oprávnění, které je upraveno v ustanovení § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách. Na podporu tohoto názoru dovolatelky odkazují na rozhodnutí britského High Court (Chancery Division) ze dne 7. května 1999, ve věci Aktiebolaget Volvo vs. Heritage (Leicester) Limited.

Současně jsou žalobkyně přesvědčeny, že jednání žalované splňuje znaky nekalé soutěže dle ustanovení § 44 odst. 1 obch. zák. Přisvojila-li si žalovaná reklamní materiály (logo, fasádní značení a reklamní pylon) vytvořené dříve jiným soutěžitelem a definované v jeho dokumentech a užila-li je pro propagaci svého zboží, musí jít o jednání v rozporu s dobrými mravy, které je způsobilé přivodit újmu jinému soutěžiteli. Rozhodnutí, kterým odvolací soud uložil žalované užívat dovětek např. „PRODEJ A SERVIS VOZŮ LEXUS“ může paradoxně ještě více vzbuzovat dojem zákazníků o tom, že žalovaná je autorizovaným prodejcem vozů Lexus.

S ohledem na výše uvedené vznášejí žalobkyně následující otázky:

- Vztahuje se informační oprávnění dle § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách na užití loga (v posuzovaném případě černý podklad a nápis ve zlaté barvě) a dalších reklamních materiálů a prvků firemní identity (v posuzovaném případě fasádní značení a uvítací pylon) patřící jednomu soutěžiteli v hospodářské soutěži jiným soutěžitelem?

- Je k informování zákazníků dle § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách nezbytné použít ochrannou známku jako součást značení používaného autorizovanou sítí jiného soutěžitele?

- Je nekalosoutěžním jednáním soutěžitele ve smyslu § 44 odst. 1 obch. zák., pokud užívá ve svém podnikání logo a další reklamní materiály a prvky firemní identity jiného soutěžitele, které si na své náklady dříve nechal vytvořit tento jiný soutěžitel, definoval je ve svých interních dokumentech a dříve je i v hospodářské soutěži začal užívat a nadále je užívá?

Dovolatelky uplatňují i dovolací důvod dle § 241a odst. 2 písm. a) o. s. ř., tj. že řízení je postiženo vadou, která mohla mít za následek nesprávné rozhodnutí ve věci. Žalobkyně uplatnily své nároky mj. i ze závazkového vztahu. V řízení tvrdily, že žalovaná byla s ohledem na ukončení Standardní dohody povinna nechovat se záměrně či nezáměrně takovým způsobem, který by vedl třetí stranu k tomu, aby se domnívala, že žalovaná je autorizovaným prodejcem Lexus, a to vše ve vztahu k žalobkyni a). Soudy se těmito tvrzeními a k nim předloženými důkazy vůbec nezabývaly.

Z toho důvodu vznesly žalobkyně další otázku zásadního právního významu: mohou si dva soutěžitelé v rámci soukromého práva platně dohodnout ve smlouvě, že po ukončení smlouvy nebude nadále jeden soutěžitel (účastník smlouvy) užívat ochranné známky a loga druhého účastníka smlouvy, příp. jiné osoby, které v rámci plnění smlouvy užíval?

Z výše uvedených důvodů dovolatelky navrhly, aby Nejvyšší soud zrušil rozsudek odvolacího soudu i rozsudek soudu prvního stupně a věc vrátil soud prvního stupně k dalšímu řízení.

Žalovaná ve vyjádření k dovolání namítla, že žalobkyně v řízení neprokázaly existenci tvrzené firemní identity, a to jak z důvodu, že konečnými zákazníky v České republice takto není a nemůže být vnímána, tak z toho důvodu, že tvrzené znaky nejsou používány, jak žalovaná prokázala, všemi autorizovanými prodejci, kteří prodávají výrobky druhé žalobkyně. Označení prodejny nápisem LEXUS – prodej a servis považuje žalovaná za označení zcela běžné u prodeje osobních automobilů, tedy že prodejce umísťuje na svoji provozovnu grafické znázornění automobilové značky (povětšinou ochranné známky), kterou prodává.

Pokud žalobkyně uvádějí, že žalovaná používá prvky jejich firemní identity a další reklamní materiály, tak bylo jejich právem, aby si nechaly tyto prvky při minimální ostražitosti ochránit průmyslovým vzorem. Pokud tak neučinily, nelze se domáhat jejich ochrany.

Žalovaná dále namítá, že otázka formulovaná dovolatelkami, která se týká dohody o ukončení používání ochranných známek druhého účastníka, nebyla předmětem žalobního žádání. Soudy obou stupňů neposuzovaly platnost či neplatnost smluvního ujednání, ale výlučně nároky žalobkyně z tvrzeného nekalosoutěžního jednání. Žalovaná přesto namítá, že toto ujednání ve smlouvě je podle § 39 obč. zák. neplatné, jelikož je v rozporu s čl. 7 směrnice 89/104/EHS.

Žalovaná navrhla, aby Nejvyšší soud dovolání odmítl, případně zamítl.

Ke stanovisku žalované se vyjádřily dovolatelky, když uvedly, že judikaturu zmiňovanou žalovanou i soudy obou stupňů nelze na věc použít, neboť řeší otázku užívání ochranné známky, nikoliv loga. Dovolatelky dále uvedly, že čl. 7 Směrnice 89/104/EHS řeší vztah mezi majitelem ochranné známky a třetí osobou, avšak soukromoprávní závazek žalované ze Standardní dohody je ve vztahu k žalobkyni a) (tedy nikoliv vůči majiteli ochranné známky) a dle názoru žalobkyň je možné takový závazek v této rovině převzít.

Se zřetelem k bodu 7 článku II zákona č. 404/2012 Sb., kterým se mění zákon č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony, Nejvyšší soud České republiky (dále jen „Nejvyšší soud“) jako soud dovolací (§ 10a o. s. ř.) dovolání projednal a rozhodl o něm podle občanského soudního řádu ve znění účinném před 1. 1. 2013, tj. před novelou občanského soudního řádu provedenou zákonem č. 404/2012 Sb.

Nejvyšší soud po zjištění, že dovolání bylo podáno včas (§ 240 odst. 1 o. s. ř.), oprávněnými osobami a že dovolatelky jsou řádně zastoupeny advokátem (§ 241 odst. 1 o. s. ř.), nejprve zkoumal, zda je dovolání přípustné.

Vzhledem k tomu, že soud prvního stupně zamítl žalobu v celém rozsahu, je rozhodnutí odvolacího soudu ve vztahu k žalobkyním rozhodnutím potvrzujícím, neboť žalobkyním nebylo vyhověno v plném rozsahu jejich uplatněných nároků. Dovolání proto není přípustné podle § 237 odst. 1 písm. a) o. s. ř.

Přípustnost dovolání je tak nutno posuzovat podle § 237 odst. 1 písm. c) o. s. ř.

Podle § 237 odst. 1 písm. c) o. s. ř. je dovolání přípustné proti rozsudku odvolacího soudu a proti usnesení odvolacího soudu, jimiž bylo potvrzeno rozhodnutí soudu prvního stupně, jestliže dovolání není přípustné podle písmena b) a dovolací soud dospěje k závěru, že napadené rozhodnutí má ve věci samé po právní stránce zásadní význam.

Rozhodnutí odvolacího soudu má po právní stránce zásadní význam zejména tehdy, řeší-li právní otázku, která v rozhodování dovolacího soudu dosud nebyla vyřešena nebo která je soudy rozhodována rozdílně, nebo má-li být dovolacím soudem vyřešená právní otázka posouzena jinak; k okolnostem uplatněným dovolacími důvody podle § 241a odst. 2 písm. a) a § 241a odst. 3 se nepřihlíží.

Dovolání je přípustné, neboť dovolací soud doposud neřešil otázku, zda se informační oprávnění dle § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách vztahuje na užití loga (v posuzovaném případě černý podklad a nápis ve zlaté barvě) a na fasádní značení, a otázku, jaký trh je relevantní z hlediska příznačnosti označení používaných dovolatelkami, resp. jejich smluvně vázanými autorizovanými prodejci.

Dovolatelky uplatňují dovolací důvod dle § 241a odst. 2 písm. b) o. s. ř., tedy že rozhodnutí odvolacího soudu spočívá na nesprávném právním posouzení věci, a dovolací důvod dle § 241a odst. 2 písm. a) o. s. ř., tj. že řízení je postiženo vadou, která mohla mít za následek nesprávné rozhodnutí ve věci.

Dovolání je zčásti důvodné.

Nesprávným právním posouzením věci se rozumí omyl soudu při aplikaci právních předpisů na zjištěný skutkový stav. O mylnou aplikaci právních předpisů se jedná, jestliže soud použil jiný právní předpis, než který měl správně použít, nebo soud aplikoval sice správný právní předpis, ale nesprávně jej vyložil.

Dle § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách vlastník ochranné známky není oprávněn zakázat třetím osobám užívat v obchodním styku označení nezbytné k určení účelu výrobku nebo služby, zejména u příslušenství nebo náhradních dílů, pokud užívání je v souladu s obchodními zvyklostmi, dobrými mravy a pravidly hospodářské soutěže.

Dle § 44 odst. 1 obch. zák. je nekalou soutěží jednání v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům. Nekalá soutěž se zakazuje.

Žalobkyně nejprve namítají nesprávnost použití judikatury ESD (týkající se ochranných známek) soudy obou stupňů na situaci, na kterou se nevztahuje, neboť nejde o ochranné známky, ale o logo, fasádní značení, další reklamní značení a uvítací pylon.

„Logem“ dovolatelky rozumí provedení černobílé ochranné známky v černo-zlaté úpravě. Jedná se tedy o označení nezapsané. Známkoprávně je chráněno provedení černobílé a toto černobílé provedení se může užívat způsobem dle § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách. Názor dovolatelek, podle kterého není možno zboží či službu prezentovat zákazníkovi pomocí uvedeného „loga“ – tedy ochranné známky provedené v jiné barvě – je nesprávný, ochrana nezapsaného označení by tak byla silnější než ochrana známkoprávní. Odnímá-li totiž zákonodárce pro určité vymezené případy ochranu zapsané ochranné známce, tím spíše není pro tyto případy chráněno ani označení nezapsané (v tomto případě nezapsané označení vycházející z ochranné známky) a aplikace § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách je namístě. Za „fasádní značení“ dovolatelka považuje (dle obsahu podání) vývěsní štít s označením L Lexus – zde ovšem platí totéž, co bylo uvedeno v případě „loga“.

Co se týče „uvítacího pylonu“, z odůvodnění rozhodnutí soudu prvního stupně a soudu odvolacího nijak nevyplývá, že by na posouzení tohoto pylonu (jako celku, nikoliv ohledně na něm použité ochranné známky) byl aplikován právě § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách (z rozhodnutí vyplývá, že pylon byl posuzován z nekalosoutěžního hlediska při hodnocení „celoevropského konceptu Lexus“). „Další reklamní materiály“ dovolatelky nijak nevymezují, pokud však mají na mysli v petitu žaloby uvedené směrové a informační značení, platí totéž, co bylo uvedeno k „uvítacímu pylonu“.

Nesprávná je i argumentace dovolatelek ohledně vztažení závěrů rozhodnutí ESD ve věci C-63/97

BMW AG a BMW Nederland BV v. R. K. Deenik ze dne 23. února 1999 a ve věci C-337/95 Parfums Christian Dior SA proti Evora BV ze dne 4. listopadu 1997. Jak již bylo vysvětleno shora v odůvodnění ohledně první otázky dovolatelek, § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách (transponovaný ze směrnice, k níž se vztahuje výklad provedený ESD ve zmiňovaných rozhodnutích), lze užít i pro logo a fasádní značení, proto bylo na místě i užití závěrů ESD. Uvítací pylon jako celek a další reklamní značení pak odvolací soud posuzoval z nekalosoutěžního hlediska.

Dovolatelky dále napadají rozhodnutí odvolacího soudu v tom směru, že dle jejich názoru jde užívání ochranné známky žalovanou nad rámec užívání nezbytného „k určení účelu výrobku nebo služby, zejména u příslušenství nebo náhradních dílů“.

Je však nepochybné, že pro informování zákazníka o prodeji automobilů příslušné značky je nutné používat takové označení, pod jakým jsou tyto automobily uváděny na trh. Je-li takové označení chráněno jako ochranná známka, je užití takové ochranné známky nezbytné k informování zákazníka. Užívání ochranné známky v různých variantách v/a na prodejně je běžnou praxí i u neautorizovaných prodejen (nejen) automobilů. Pokud takové užívání splňuje další podmínky § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách (zejména soulad s obchodními zvyklosti, dobrými mravy a pravidly soutěže – takový nesoulad by mohl nastat například v případě, kdy by užívání ochranné známky mohlo vyvolat klamný dojem o napojení na majitele ochranné známky), jde o užívání oprávněné.

Za takové oprávněné užívání je třeba považovat užívání vývěsního štítu z vnější čelní strany prodejny v podobě vyobrazené ve výroku rozsudku soudu prvního stupně pod bodem I. A a označení prodejny vývěsním štítem v podobě vyobrazené ve výroku rozsudku soudu prvního stupně pod bodem II (se změnami provedenými soudem odvolacím). V tomto rozsahu tedy odvolací soud učinil správný právní závěr. Totéž se týká výroku rozsudku soudu prvního stupně pod bodem II, jímž byla zamítnuta žaloba v části, ve které žalobkyně požadovaly zákaz užívání kombinované ochranné známky LEXUS ÚPV ČR č. 56542 a slovní ochranné známky LEXUS OHIM č. 24406 při provozování prodejny, při prodeji a servisu osobních automobilů značky LEXUS a při používání materiálů a podkladů v souvislosti s prodejem, servisem a propagací vozů Lexus, neboť nelze takto obecně formulovanému žalobnímu požadavku vyhovět, přičemž odvolací soud navíc za účelem zamezení možné klamavosti užívání ochranné známky žalovanou ji uložil povinnost neužívat ochranné známky samostatně či pouze ve spojení s místním názvem.

Nelze přisvědčit námitce dovolatelek obsahující argumentaci právními závěry z rozhodnutí britského soudu (High Court, Chancery Division) ve věci Aktiebolaget Volvo v. Heritage (Leicester) Limited ze dne 7. května 1999. Přes značnou podobnost ustanovení čl. 11 britského zákona o ochranných známkách s § 10 zákona o ochranných známkách je nutno mít na zřeteli, že zmiňovaný případ vycházel z odlišného skutkového stavu, neboť v britské věci v neprospěch žalovaného hovořila skutečnost, že svým zákazníkům rozeslal dopisy, které vyvolávaly dojem o napojení na majitele ochranné známky Volvo (inzeroval poskytování „všech služeb Volva, personálem školeným Volvem a za užití zařízení Volva“ Jak vyplývá ze shrnutí, na které odkazují dovolatelky, dostupného z https://ipo.gov.uk/ipcass-dcats/ipcass-volvo.htm: Furthermore the defendant had written a letter to its customers including a section headed "Exciting News" which stated "as an Independent Volvo Specialist we will be able to provide you with an unrivalled service by offering you the full range of Volvo services from our fully trained Volvo staff utilising our Volvo specialist equipment";). Oproti tomu v posuzované věci žalovaná zákazníky neoslovovala aktivně a nesnažila se tím vytvářet dojem, že je nadále autorizovaným prodejcem vozů Lexus, závěry britského soudu tedy už jen z tohoto důvodu nelze na posuzovanou věc aplikovat.

Jak vyplývá ze zjištění soudu prvního stupně, podnikání žalované je na webových stránkách specifikovaných ve výroku III rozsudku soudu prvního stupně prezentováno jako nezávislý prodej a servis vozů Lexus – i v případě, že by takové označení umísťovala na předmětné webové stránky

přímo žalovaná, šlo by o označení, které splňuje podmínky § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách; zamítnutí žaloby v tomto rozsahu tedy bylo správné a odvolací soud tento výrok správně potvrdil.

Dovolatelky dále namítaly, že rozhodnutí nižších soudů spočívá na nesprávném právním posouzení i z pohledu nekalosoutěžního jednání dle ust. § 44 odst. 1 obch. zák.

Je tedy nutno posuzovat, zda jednání žalované bylo jednáním v hospodářské soutěži nebo hospodářském styku, v rozporu s dobrými mravy soutěže a způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům (§ 44 odst. 1 obch. zák.). Není sporu o tom, že jednání žalované je vedeno soutěžním záměrem, jde tedy o jednání v hospodářské soutěži. Nelze mít pochybnosti ani o tom, že jednání žalované jakožto nepřímého konkurenta dovolatelek je způsobilé jim přivodit újmu. V rozporu s dobrými mravy soutěže by v tomto případě bylo jednání, kterým by žalovaná užívala označení, která se v důsledku předchozího užívání v síti autorizovaných prodejen smluvně napojených na dovolatelky stala pro tyto dovolatelky příznačnými – jednání žalované by tak bylo jednáním minimálně parazitujícím, ne-li přímo klamavým. Odvolací soud posuzoval otázku příznačnosti označení pouze z hlediska českého trhu. Toto teritoriální omezení však nijak nezdůvodnil.

Odvolací soud i soud prvního stupně věc nesprávně právně posoudily, když posuzovaly otázku příznačnosti označení pouze z hlediska českého trhu. Trh, na kterém je možno získat příznačnost označení, je třeba hodnotit s ohledem na dostupnost příslušných provozoven pro zákazníky a s ohledem na charakter zboží. Automobily značky Lexus, které jsou předmětem prodeje a servisu žalované a smluvních partnerů dovolatelek (autorizovaných prodejců), lze považovat za zboží luxusního charakteru, pro jehož získání je potenciální zákazník ochoten podstoupit delší cestu, než pro zboží obyčejné. S ohledem na volný pohyb zboží, služeb, osob a kapitálu v členských zemích Evropské unie nejsou takovému potenciálnímu zákazníku kladeny překážky, aby požadované luxusní zboží získal na prodejních místech, která leží mimo území České republiky, ale jsou tomuto zákazníku např. geograficky bližší. V posuzovaném případě by tedy příznačnost označení používaných dovolatelkami, resp. jejich smluvně vázanými autorizovanými prodejci, měla být posuzována alespoň na trhu střední Evropy. Nesprávné právní posouzení z uvedených důvodů se tak týká výroku rozsudku odvolacího soudu v části, ve které odvolací soud rozhodoval o výrocích soudu prvního stupně pod body I. B, II v části, ve které soud prvního stupně rozhodl o nároku na zdržení se užívání hlavního vchodu do prodejny v podobě válce – tzv. „zlatého sudu“, v odstínu zlaté barvy, hlavního vchodu do prodejny v podobě válce v jakékoliv barvě, uvítacího pylonu, venkovního směrového a informačního značení, v okolních prostorách prodejny, vnitřních nástěnných značek v prodejně, a to čtvercového tvaru, podkladová barva černá s bílým orámováním a písmem a/nebo značkami v barvě bílé, IV, V (ve výrocích IV a V je totiž zobrazen vstupní válec, u něhož je rovněž nutno posuzovat příznačnost) a VI.

Na získání příznačnosti však nemůže mít vliv zpracování konceptu značení a firemní identity v interních dokumentech dovolatelek, neboť tyto dokumenty nepůsobí navenek a ze své povahy tak nemohou vést k získání příznačnosti z pohledu osob, z jejichž hlediska je nutno tuto příznačnost posuzovat – tedy u zákazníků.

Dovolatelky dále namítaly, že řízení je postiženo vadou, která mohla mít za následek nesprávné rozhodnutí ve věci, neboť žalobkyně uplatnily své nároky mj. i ze závazkového vztahu. Uvedly, že v řízení tvrdily, že dle odd. 7 čl. 7.7 písm. b) odst. (i) a písm. (c) Standardní dohody byla žalovaná povinna při ukončení Standardní dohody na své náklady odstranit a přestat používat obchodní značky (ochranné známky, loga apod. – viz čl. 6.17 Standardní dohody) a jakékoliv názvy žalobkyně a/nebo výrobce a dále nechovat se záměrně či nezáměrně takovým způsobem, který by vedl třetí stranu k tomu, aby se domnívala, že žalovaná je autorizovaným prodejcem Lexus, a to vše ve vztahu

k žalobkyni a). Soudy se těmito tvrzeními a k nim předloženými důkazy vůbec nezabývaly. Dovolatelky vznesly současně i otázku, zda si dva soutěžitelé mohou v rámci soukromého práva platně dohodnout ve smlouvě, že po ukončení smlouvy nebude nadále jeden soutěžitel (účastník smlouvy) užívat ochranné známky a loga druhého účastníka smlouvy, příp. jiné osoby, které v rámci plnění smlouvy užíval.

Tvrzení dovolatelek, že se soudy touto otázkou nezabývaly, však není důvodné.

Soud prvního stupně v odůvodnění svého rozsudku uvedl, že odkaz žalobkyň ne příslušné články předmětné Standardní dohody nemá z hlediska tohoto sporu žádnou právní relevanci, neboť žalovaný užívá ochranné známky žalobkyně b) jako nezávislý prodejce v souladu s platným právem.

Odvolací soud změnil rozsudek soudu prvního stupně jen tak, jak je shora uvedeno.

Již výše bylo vysvětleno, ustanovení § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách je možné aplikovat nejen na ochranné známky, ale i na označení vycházející z ochranné známky, pokud jsou užita v souladu s tímto ustanovením. Ustanovení § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách má kogentní povahu, nelze se od něj odchýlit ani dohodou stran. V případě, že jsou naplněny podmínky § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách, tak není možné platně sjednat, že po ukončení smlouvy nebude nadále jeden soutěžitel – účastník smlouvy užívat ochranné známky a loga ve smlouvě vymezené (přičemž nehraje roli, zda druhá smluvní strana je či není majitelem ochranné známky či loga). Ujednání, které by takovou povinnost obsahovalo, by bylo neplatným dle § 39 občanského zákoníku pro rozpor se zákonem.

S touto otázkou souvisí i námitka dovolatelek týkající se závazkového vztahu mezi žalovaným a žalobkyní a) založeného Standardní dohodou ze dne 16. srpna 2005. Není pravdou, že se jí nižší soudy vůbec nezabývaly. Byť se jí odvolací soud zabýval jen okrajově, nelze z ničeho usuzovat, že by podrobnější zkoumání Standardní dohody mělo vliv na rozhodnutí ve věci – ani z tvrzení dovolatelek není patrné, že by z této Standardní dohody vyplývaly povinnosti, které by nebyly v rozporu s kogentním ustanovením § 10 odst. 1 písm. c) zákona o ochranných známkách, či které by bylo třeba posuzovat dle jiných kriterií, než které je třeba uplatnit při posuzovaní věci z hlediska nekalosoutěžního – avšak vzhledem k tomu, že odvolací soud vycházel při posuzovaní věci z hlediska nekalosoutěžního z nesprávného teritoriálního rozsahu trhu, na němž je třeba posuzovat získání příznačnosti, je i v případě posuzování závazku ze Standardní dohody rozhodnutí soudu založeno na nesprávném právním posouzení věci.

Z uvedených důvodů proto Nejvyšší soud rozsudek odvolacího soudu, s výjimkou výroku, jímž byl částečně potvrzen a částečně změněn rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 26. května 2010, č. j. 19 Cm 28/2008-284, se, ve výrocích pod body I. A), II v části, ve které soud prvního stupně rozhodl o návrhu na zdržení se užívání označení prodejny vývěsním štítem, kombinované ochranné známky LEXUS ÚPV ČR č. 256542 (správně 56542) a slovní ochranné známky LEXUS OHIM č. 24406, a jímž byl potvrzen rozsudek soudu prvního stupně ve výroku pod bodem III, podle § 243b odst. 2 věty za středníkem o. s. ř. zrušil. Protože důvody, pro které byl zčásti zrušen rozsudek odvolacího soudu, platí i na rozsudek soudu prvního stupně, Nejvyšší soud podle § 243b odst. 3 o. s. ř. zrušil i rozsudek soudu prvního stupně s výjimkou výroků pod body I. A), II v části, ve které soud prvního stupně rozhodl o návrhu na zdržení se užívání označení prodejny vývěsním štítem, kombinované ochranné známky LEXUS ÚPV ČR č. 256542 (správně 56542) a slovní ochranné známky LEXUS OHIM č. 24406, a III, a věc v tomto rozsahu vrátil soudu prvního stupně k dalšímu řízení. Ve zbývajícím rozsahu Nejvyšší soud dovolání žalobkyň zamítl.

(zdroj: www.nsoud.cz)

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

Další články:

- Odpovědnost za újmu
- Odměna advokáta
- Obydlí
- Územní plán
- Základní vzdělávání (exkluzivně pro předplatitele)
- Žalobní argumentace (exkluzivně pro předplatitele)
- Zastavení exekuce
- Majetková podstata (exkluzivně pro předplatitele)
- Náhrada škody (exkluzivně pro předplatitele)
- Náhrada škody zaměstnancem
- Náklady řízení (exkluzivně pro předplatitele)