

UNIVERZITA KARLOVA

Právnická fakulta

Erik Duong

**Ochrana práv duševního vlastnictví v módním
průmyslu**

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: JUDr. IRENA HOLCOVÁ

Katedra: Ústav práva autorského, práv průmyslových a práva soutěžního

Datum vypracování práce (uzavření rukopisu): 18.12.2023

Prohlašuji, že jsem předkládanou diplomovou práci vypracoval samostatně, že všechny použité zdroje byly řádně uvedeny a že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Dále prohlašuji, že vlastní text této práce včetně poznámek pod čarou má 205 232 znaků včetně mezer.

Erik Duong

V Praze dne 18. 12. 2023

Tímto bych rád poděkoval vedoucí mé diplomové práce, JUDr. Ireně Holcové, a to zejména za její shovívavý přístup, spoustu velmi cenných rad a komentářů, rychlé a efektivní jednání, a hlavně za její nekonečnou trpělivost a čas, který mi při psaní této práce věnovala.

Obsah

ÚVOD	1
1. ZÁKLADNÍ POJMOSLOVÍ	5
1.1. Módní průmysl	5
1.2. Móda	6
1.3. Haute Couture a Ready-to-Wear	7
1.4. Fast fashion	7
1.4.1. Problémy spojené s rychlou módou	8
1.4.2. Historie rychlé módy	9
1.5. Slow Fashion	10
1.6. Padělání a kopírování v módním průmyslu	11
1.6.1. Padělky	11
1.6.2. Napodobeniny	12
1.7. Právo módního průmyslu	12
1.7.1. Ústav práva módního průmyslu	14
2. PRÁVO DUŠEVNÍHO VLASTNICTVÍ	15
2.1. Zásada teritoriality	16
2.2. Právní úprava	16
2.3. Systematika práva duševního vlastnictví	18
3. DESIGN	19
3.1. Souběh právních ochran designu	20
3.2. Druhy designu	21
3.2.1. Produktový design	21
3.2.2. Průmyslový design	21
3.2.3. Grafický design	21
3.2.4. Módní design	22
3.3. Design jako nehmotný statek	22
4. AUTORSKOPRÁVNÍ OCHRANA	23
4.1. Mezinárodní smlouvy týkající se autorského práva a práv souvisejících	26
4.1.1. Zásady cizineckého režimu	27
4.1.2. Zvláštní konvenční práva (iura ex conventione)	28
4.1.3. Bernská úmluva (1886)	28
4.1.4. Dohoda TRIPS	29
4.2. Unijní rámec autorského práva a práv souvisejících	29
4.3. Autorské právo a módní průmysl	30
4.4. Právní prostředky autorskoprávní ochrany	31
5. OCHRANA POSKYTOVANÁ PRŮMYSLOVÝM VZOREM	32
5.1. Mezinárodněprávní ochrana průmyslového vzoru	32
5.2. Unijní úprava průmyslového vzoru	33
5.2.1. Zapsaný průmyslový vzor Společenství	33
5.2.2. Nezapsaný průmyslový vzor Společenství	34
5.3. Zákon o ochraně průmyslových vzorů	35
5.4. Předpoklady zápisné způsobilosti	36
5.4.1. Novost	37
5.4.2. Individuální povaha	37
5.4.3. Zpřístupnění veřejnosti	38
5.5. Rozsah a doba ochrany	39
5.6. Locarnské třídění	40
5.7. Práva vyplývající ze zápisu	41
5.8. Řízení o přihlášce průmyslového vzoru	41

5.9.	Zánik a výmaz průmyslového vzoru	42
5.10.	Průmyslový vzor a jeho využití v módním průmyslu	42
5.10.1.	Karen Millen v. Dunnes Stores.....	43
5.10.2.	Crocs v. OHIM	44
5.11.	Právní prostředky ochrany designu jako zapsaného průmyslového vzoru	44
6.	OCHRANA POSKYTOVANÁ OCHRANNOU ZNÁMKOU	46
6.1.	Zápis ochranné známky.....	47
6.2.	Mezinárodněprávní aspekty ochrany	50
6.3.	Ochranné známky v módním průmyslu	51
6.3.1.	Zara vs. Zara Tapas Bar.....	52
6.3.2.	Adidas vs. Shoe Branding	53
6.3.3.	Christian Louboutin vs. Zara France	53
6.4.	Právní prostředky ochrany práv z ochranné známky	54
7.	OCHRANA PROTI NEKALÉ SOUTĚŽI.....	56
7.1.	Vyvolání nebezpečí záměny	56
7.2.	Parazitování na pověsti	57
7.3.	Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži	58
8.	CHRÁNIT ČI NECHRÁNIT?	60
8.1.	The Piracy Paradox.....	61
8.2.	Kritika doktríny The Piracy Paradox	62
ZÁVĚR	65

Úvod

Právo módního průmyslu, byť se jistě dostalo do povědomí nemalé části populace, v našich zeměpisných šířkách stále zůstává neprobádanou novinkou, do které zatím nepronikli ani samotní tvůrci české módy. To je ostatně patrné z malého množství české odborné literatury, která by se tímto tématem hlouběji zabývala.

Pro svět módy je charakteristické složité a dynamické prostředí, které se vyznačuje rychlými výrobními cykly, globálními dodavatelskými řetězci a značnou konkurencí. Tento prudký rozvoj si však vyžádal značné náklady, neboť módní průmysl je stále nedostatečně chráněn před rozličnými problémy a škodlivými praktikami. Jedním z hlavních faktorů decimujících uspokojivé životní podmínky pracovníků módního průmyslu a integrity módního průmyslu je výroba módních produktů s co nejnižšími náklady. Tohoto výrobního principu využívají především výrobci levné módy, označované v módním průmyslu, i pro účely této práce, též jako fast fashion značky, resp. tzv. značky rychlé módy (dále jen „**Rychlá móda**“ nebo „**Fast fashion**“). Dostupnost levných oděvů je umožněna neustálým snižováním výrobních nákladů, přičemž metody snižování výrobních nákladů a z nich vyplývající nízká cena módních produktů podporuje nadměrnou spotřebu a udržuje cyklus zhoršování životního prostředí, zdravotních rizik a vykořisťování pracovníků módního průmyslu.

S těmito skutečnostmi jsou spojena stále sílící environmentální rizika, která jsou další významnou výzvou hýbající napříč nejen tímto průmyslem. Negativní externality v každé fázi dodavatelského řetězce rychlé módy, od pěstování bavlny náročného na spotřebu vody až po zdravotně závadné vypouštění neupravených barviv do místních vodních zdrojů, vytvořily globální dilema environmentální spravedlnosti. Nedostatečná právní regulace v této oblasti nenapomáhá k vyřešení zátěže, kterou nesou lidé žijící v blízkosti textilních výrobních závodů, kdy stávající právní regulace se nedokáže uspokojivě vypořádat s miliony tun ročně vyprodukovaného textilního odpadu. V důsledku toho je nutné přijmout naléhavá opatření k vytvoření komplexních předpisů, které přispějí k omezení znečištění, zajištění udržitelných postupů a podpoří environmentální bezpečnost v módním průmyslu.

Vykořisťovací praktiky spojené s rychlou módou mají také dalekosáhlé negativní dopady na módní návrháře, kteří se často ocitají ve značné nevýhodě v konkurenci s průmyslovými giganty.

Neustálá snaha těchto na trhu zaběhlých módních značek o co nejnižší výrobní náklady ve svém důsledku zaplavuje trh kvantem levně vyrobených oděvů. Tyto postupy mají za následek, že se drobní a nezavedení módní návrháři na trhu udrží jen těžko. Jedním z hlavních problémů, jimž módní návrháři čelí, je neschopnost vyrovnat se nižším cenám, které nabízejí značky rychlé módy. Neustálé snižování výrobních nákladů umožňuje těmto značkám nabízet oděvy za ceny, které jsou pro módní návrháře, kladoucí důraz na spravedlivé mzdy, etické zdroje a udržitelné výrobní metody, mnohdy nedosažitelné. V důsledku toho jsou spotřebitelé přitahováni cenovou dostupností rychlé módy, takže módní návrháři mají často omezenou šanci na zviditelnění a zejména jsou negativně ovlivněni sníženou poptávkou po dražších, ale zodpovědně a udržitelně vyrobených oděvech.

Značky rychlé módy často také kopírují módní návrhy od velmi slavných, ale i méně známých módních návrhářů. Takticky v nich provádějí dílčí změny, aby se vyhnuly soudním sporům. Tato neetická strategie výrobcům umožňuje přiživovat se na práci původních módních návrhářů a těžit z jejich tvůrčí činnosti, aniž by návrhářům poskytli kompenzaci či alespoň náležité uznání. Kopírováním a upravováním konkrétních detailů se tyto módní značky úspěšně snaží obejít formy ochrany práva duševního vlastnictví a vytvořit jakousi fasádu originality. Povrchními úpravami, jako je změna barevné palety, změna drobných ozdob nebo úprava proporcí oděvů, se pokouší vytvořit dostatečnou odlišnost, aby mohly obhájit, že jejich návrhy jsou rozdílné od originálu. Takové pirátské jednání nejenže podkopává tvůrčí úsilí návrhářů, ale také snižuje hodnotu jejich práce. Nezávislí módní návrháři investují do vývoje svých jedinečných návrhů, které často odrážejí jejich uměleckou vizi a osobní styl, značné množství času, dovedností a zdrojů. Když však módní značky zabývající se rychlou módou tyto návrhy kopírují a manipulují s nimi, originalita a autenticita práce návrháře se rozmělní, což může vést ke ztrátě uznání a finančních příležitostí.

Kumulativní dopad těchto faktorů má dusivý účinek na motivaci, tvůrčí činnost a ekonomickou životaschopnost módních návrhářů. Jejich jedinečné návrhy, řemeslné zpracování a závazek k udržitelnosti a etickým postupům často zůstávají na trhu ovládaném rychlou módou bez povšimnutí. V důsledku toho se mnoho módních návrhářů potýká se značnými překážkami na cestě k úspěchu a snaží se prosadit jako vhodná alternativa k převládajícímu paradigmatu rychlé módy. V posledních letech došlo ke znatelnému posunu ve vnímání spotřebitelů ve vztahu k původu oblečení. Toto měnící se povědomí vyvolalo rostoucí zájem o udržitelnou módu, který v konečném důsledku může donutit velké hráče v módním průmyslu přehodnotit své postupy. Bude zajímavé sledovat, jak se v této měnící se situaci budou orientovat zavedené značky a zda

bude jejich závazek k udržitelnosti autentický, nebo se bude jednat pouze o marketingovou strategii.

Hlavním cílem této práce je objasnit naléhavé problémy, kterým čelí módní průmysl v současné době, provést komplexní analýzu různých právních forem ochrany duševního vlastnictví, které mohou být použity pro tento průmysl, zahrnující relevantní judikaturu SDEU a ze zahraničních proveniencí zejména judikatura ze zemí původu celosvětově úspěšných značek. V návaznosti na analýzu bude provedeno kritické posouzení dopadů rychlé výroby módních oděvů, které vedly k alarmujícímu vzestupu kopírování designu módních návrhářů, na módní průmysl. Nadto se předpokládá, že tato práce poskytne cenné vodítko pro začínající, ale i zkušenější módní návrháře, kteří se snaží zorientovat ve složité právní úpravě týkající se ochrany jejich návrhů.

Při psaní diplomové práce jsem vycházel převážně ze zahraničních zdrojů, a to z důvodu rozsáhlé dostupnosti výzkumných studií a komplexního zmapování tématu v zahraničí, které převyšují zdroje dostupné v České republice.

Tato práce se skládá z celkem 8 kapitol zabývajících se klíčovým vztahem mezi módním průmyslem a jeho právní ochranou v rámci práva duševního vlastnictví, přičemž základní terminologii módního průmyslu je věnována kapitola první, v níž jsou tyto pojmy náležitě objasněny.

V neustále se rozvíjejícím prostředí módního průmyslu je ochrana práv duševního vlastnictví nepostradatelným aspektem, chránícím originalitu původců nových designů, jež definují svět módy. S ohledem na název této práce, která se zabývá oblastí ochrany duševního vlastnictví v módním průmyslu, je nanejvýš důležité pochopit základy práva duševního vlastnictví, proto druhá kapitola bude zkoumat základní parametry práva duševního vlastnictví, jeho právní úpravy a systematiky.

Třetí kapitola pojednává o designu jako klíčovém předmětu ochrany práva duševního vlastnictví v módním průmyslu. Tím, že tato práce věnuje značnou pozornost přesnému vymezení rozsahu a povaze designu jako předmětu ochrany duševního vlastnictví, položí základ pro analýzu právních forem ochrany, které vstupují na scénu.

Kapitola čtvrtá až sedmá se zabývá vybranými formami právní ochrany designu, které jsou využitelné v módním průmyslu. Každá kapitola se zaměřuje na konkrétní formu ochrany duševního vlastnictví, osvětluje jeho význam a také prostředky jeho uplatnění. Mezi uvedené formy ochrany patří zejména v práci uváděná ochrana autorskoprávní, průmyslové vzory, ochranné známky a ochrana proti nekalé soutěži.

Když se ponoříme do rozsáhlé oblasti právní ochrany v módním průmyslu, je na místě se zamyslet nad tím, zda se úsilí vynaložené na ochranu tvůrčích snah skutečně vyplatí. Touto otázkou se zabývá závěrečná část této práce, jež se vydává na cestu zamyšlení a zkoumá otázku, zda je ochrana práv duševního vlastnictví v dynamickém a rychle se rozvíjejícím světě módy skutečně přínosná. Analýza bude vycházet z existujících výzkumů, včetně (i) tzv. teorie paradoxu pirátství, která zpochybňuje účinnost právní ochrany při omezování pirátství a porušování práv a (ii) novějších výzkumů, které nabízejí protiargumenty vyvracející tuto teorii a vrhají nové světlo na význam ochrany duševního vlastnictví v módním průmyslu.

1. Základní pojmosloví

Než se začneme zabývat jádrem tématu, je nezbytné představit rozličnou terminologii týkající se módního průmyslu, uvést definici práva módního průmyslu a další významné pojmy, které budou v rámci této práce dále využívány. Cílem této úvodní části je vytvořit pevný základ pro uchopení tématu a orientaci v celé práci.

1.1. Módní průmysl

V první řadě je nutné rozlišovat mezi dvěma úzce souvisejícími, avšak odlišnými pojmy: textilním průmyslem a módním průmyslem. Ačkoli jsou tato odvětví vzájemně propojena, vykazují zásadní rozdíly. Textilní průmysl se soustřeďuje především na výrobu materiálů zahrnujících vlákna, pryže, tkaniny a hotové textilní výrobky, zatímco módní průmysl se naopak zaměřuje především na tvůrčí proces navrhování a uvádění na trh oděvů a doplňků, které odpovídají aktuálním trendům. Textilní průmysl se zaměřuje na výrobu materiálů, zatímco módní průmysl tyto materiály přebírá a přetváří je ve finální oděvy.¹

Módní průmysl je významným světovým průmyslem, jehož ekonomická hodnota převyšuje celkový prodej knih, filmů a hudby.² Fenomén módy je studován z různých hledisek - jako odraz společenské třídy, sociálních změn, symbolického významu a kulturních ideálů. Reprezentuje charakteristiky modernity a prostupuje různými oblastmi společenského života. Cyklická povaha módy zahrnuje snahu o novost a inovaci, po níž následuje přechod k novějším trendům. Ve své podstatě začíná módní průmysl tvůrčí činností módních návrhářů, kteří přetvářejí svoje inspirace v objektivně vnímatelné a hmatatelné návrhy. Tyto návrhy pak procházejí fází výroby, kde se shánějí látky, pečlivě se vyrábějí oděvy a provádějí se opatření pro kontrolu kvality. Následný proces dodavatelského řetězce zahrnuje pohyb těchto módních výtvorů napříč globálními sítěmi, zahrnujícími zásobování, dopravu, skladování a logistiku. Na závěr je finální produkt nabízen koncovým zákazníkům.³

¹ Difference Between Textile and Apparel. *Textile Industry* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.textileindustry.net/difference-between-textile-and-apparel/>.

² HEMPHILL, S. - SUK J. The Law, Culture, and Economics of Fashion. *Stanford Law Review*. 2009, Vol. 61, No. 5, s. 1148-1151.

³ SAMPSON, Lynne. Fashion Supply Chain: Everything You Need to Know. *Oracle* [online]. 2023 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://www.oracle.com/retail/fashion/fashion-supply-chain/>.

Celosvětový oděvní průmysl v současnosti dosahuje tržby 1,7 bilionu dolarů (2021). Před pandemií Covid-19 se celosvětové tržby módního průmyslu podle dvou různých výzkumných zpráv společností Euromonitor a McKinsey odhadovaly na 1,7 až 2,5 bilionu dolarů.⁴ Běžný proces navržení oděvu, zahrnující období od prvotního konceptu až po předání do rukou spotřebitelů, trvá obvykle více než padesát dva týdnů nebo i déle.⁵ Kvůli dlouhé době přípravy módní návrháři představují své kolekce pro nadcházející podzimní sezónu během únorového týdne módy (anglicky *Fashion Week*); stejně tak kolekce vytvořené pro následující jarní sezónu jsou uváděny v září. Týden módy se koná dvakrát ročně v New Yorku, Londýně, Miláně a Paříži. Většina módních značek potřebuje šest a více měsíců na navržení a realizaci nových stylů, než je začne prodávat spotřebitelům.⁶

1.2. Móda

Pojem „móda“ (z francouzského slova *mode*, které vzniklo z latinského *modus* – míra, vzhled, způsob, pravidlo, předpis) se vztahuje především na oblečení a styl vzhledu. Přesahuje však rámec odívání a zahrnuje různé aspekty intelektuálního a společenského života. Móda proniká do mnoha sfér naší každodenní existence a samotné slovo nese více významů. Často se používá volně a mnohoznačně, přičemž převažuje zaměření na oděvní módu. Móda překračuje pouhá synonyma, jako je oděv, šaty nebo oblečení, protože se odlišuje svou podstatou, jako nehmotný statek. Na rozdíl od hmatatelných předmětů nemá móda jako nehmotný statek žádnou fyzickou podobu; je to jakýsi symbolický produkt. Její fyzická hmotná podoba se v reálném světě objevuje až prostřednictvím jejího vyjádření v objektivně vnímatelné podobě, jako je tomu u autorského díla. Právě toto vytváření symbolické hodnoty ve hmotné podobě je předmětem práv duševního vlastnictví. Z akademického hlediska je móda považována za interdisciplinární obor zahrnující psychologii, sociologii, umění, antropologii, ekonomii a sémiotiku.⁷

⁴ Global Fashion Industry Statistics. *FashionUnited* [online]. 2023 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>.

⁵ Fashion Seasons Explained: How It Started & How It's Going In 2022 And Beyond. *Techfashionista* [online]. 2021 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://thetechfashionista.com/fashion-seasons-explained/>.

⁶ WHEN IS FASHION WEEK?. *FWO FashionWeekOnline* [online]. 2023 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://fashionweekonline.com/when-is-fashion-week>.

⁷ DAHLÉN, Marianne. Copy or copyright fashion? Swedish design protection law in historical and comparative perspective. *Business History* [online]. 2012 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/00076791.2011.617211?scroll=top&needAccess=true&role=tab>, s. 90.

1.3. Haute Couture a Ready-to-Wear

Ready-to-wear a haute couture jsou dva odlišné přístupy k výrobě oděvů ve světě módy. Ready-to-wear, neboli konfekční oblečení, je oblečení prodávané "z regálu", což znamená, že se vyrábí ve standardizovaných velikostech, hromadnou průmyslovou výrobou ve velkém měřítku a je určeno k okamžitému nákupu a nošení, často bez úprav.⁸ Haute couture neboli vysoké šití, vysoká móda či vysoká krejčovina označuje špičkové, zakázkové oblečení, které je vyrobeno a ušito výhradně na míru zákazníkovi a výhradně ve Francii. Za otce haute couture je považován anglický rodák Charles Frederick Worth pocházející z devatenáctého století. Pojmy couture a haute couture by se neměly zaměňovat, neboť mají odlišný význam. Zatímco couture lze použít pro označení jakéhokoli ručně vyrobeného a jedinečného oděvu, haute couture je speciální označení pro oblečení vznikající ve Francii. Módní značky, které chtějí být považovány za haute couture, musí vlastnit ateliér v Paříži s nejméně patnácti zaměstnanci na plný úvazek a dvakrát ročně představit na přehlídce nejméně třicet pět modelů. Francouzská federace návrhářů vysoké módy (francouzsky *Fédération de la Haute Couture et de la Mode*) každoročně sestavuje seznam oficiálních módních domů, které splňují tyto požadavky. Pro úplnost je třeba dodat, že domy haute couture musí každou sezónu v lednu a červenci představit veřejnosti kolekci nejméně padesát nových originálních návrhů – denních i večerních oděvů.⁹ Federace má přibližně sto členů, mezi nimiž jsou nejvýznamnější značky na světové scéně jako je Balenciaga, Chanel, Givenchy, Saint Laurent a mnoho dalších.¹⁰

1.4. Fast fashion

Fast fashion neboli rychlá móda je termín používaný v módním průmyslu pro označení trendu rychlé výroby levného oblečení. Často se vyznačuje nekvalitními materiály (například syntetické tkaniny) a špatnou konstrukcí. Koncepce je podobná jako v průmyslu rychlého občerstvení, jehož cílem je neustálá obnova a rychlá distribuce výrobků. Aby toho dosáhly, přesunuly velké značky svou výrobu do chudých nebo rozvojových zemí, jako je ku příkladu Indie a Čína, které nabízejí flexibilitu a rychlou přizpůsobivost výrobních procesů. Krátká doba výroby a velká kapacita

⁸ What is the Difference Between Haute Couture and Ready to Wear? *artTECA* [online]. 2017 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://medium.com/@artteca/what-is-the-difference-between-haute-couture-and-ready-to-wear-48bcd2ea1710>.

⁹ Fashion Is Incorporating Haute Couture In The Modern Industry. *Fashinnovation* [online]. 2022 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://fashinnovation.nyc/watch/fashion-is-incorporating-haute-couture-in-the-modern-industry/>.

¹⁰ The Maisons. *Fédération de la Haute Couture et de la Mode* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://fhcm.paris/en/members/>.

umožnily Číně a Indii stát se světovými lídry v odvětví rychlé módy a přejít od dvou sezónních kolekcí ročně k více než padesát dva "mikrokolekcím" - přibližně jednu kolekci týdně. Cílem těchto častých kolekcí je vystupňovat spotřebu na maximum tím, že ve spotřebitelích vyvolávají pocit frustrace ze "staromódního" nebo zastaralého oblečení, což je vede k tomu, že si kupují více, se přizpůsobili aktuálním trendům. Úspěch rychlé módy spočívá také v přizpůsobení cen poptávce na trhu, což zajišťuje cenově dostupné a rychle vyrobené oděvy.¹¹

1.4.1. Problémy spojené s rychlou módou

Jedním z nejvýznamnějších problémů, kterým čelí průmysl rychlé módy, je vykořisťování lidí z chudších rozvojových zemí kvůli jejich levné pracovní síle. V těchto zemích jsou pracovníci nuceni pracovat ve špatných podmínkách často za velmi nízké mzdy. V minulosti také došlo k řadě známých požárů továren a zřícení budov, které měly za následek smrt tisíců pracovníků. Jednou z nejznámějších událostí je katastrofa v Rana Plaza. V dubnu 2013 se v Bangladéši zřítil osmipatrový komplex továrny na oděvy, což si vyžádalo více než tisíc obětí na životech a tisíce zraněných. Špatná konstrukce budovy a nezákonné stavební postupy byly zjevné, přesto byli dělníci nuceni do objektu vstoupit kvůli tlaku na dodržování výrobních termínů pro globální módní značky jako je Primark, Benetton, Mango a další.¹² V reakci na to bylo mnoho značek zabývajících se rychlou módou obviněno, že nedělají dost pro zajištění bezpečnosti a dobrých životních podmínek pracovníků, kteří vyrábějí jejich oblečení.¹³

Dalším problémem je porušování práv k duševnímu vlastnictví. Značky rychlé módy jako H&M, Zara či SHEIN se inspirují a často napodobují designy z přehlídkových mol, módních návrhářů a příspěvků na sociálních sítích, aby vytvořily napodobeniny (anglicky *knock-offs*) ve zlomku času.¹⁴ Kratší dodací lhůty při výrobě umožňují značkám rychlé módy vyrábět a prodávat toto zboží, dokud je ještě trendy. Koncepce rychlé módy narušuje tradiční obchodní model tím, že ještě více zkracuje dobu realizace výrobního cyklu, který může být dokončen již za dva týdny a vede k uvedení napodobenin, jejichž vývoj trval původnímu tvůrci mnohem déle, na trh.¹⁵ To

¹¹ MUTHU, S. S. Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption. *Textile Science and Clothing Technology*. 2019, s. 22-23.

¹² JEMIMA, E. 10 Years Have Passed Since the Rana Plaza Collapse, Here's Where We Are. *Remake* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://remake.world/stories/10-year-rana-plaza/>.

¹³ BECKER-LEIFHOLD, C. - HEUER, M. *Eco-friendly and fair: fast fashion and consumer behaviour*. London: Routledge, 2018, s. 27-28.

¹⁴ LIEBER, Chavie. Fashion brands steal design ideas all the time. And it's completely legal. *Vox Media* [online]. 2018 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://www.vox.com/2018/4/27/17281022/fashion-brands-knockoffs-copyright-stolen-designs-old-navy-zara-h-and-m>.

¹⁵ MUTHU, S. S. Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption. *Textile Science and Clothing Technology*. 2019, s. 3.

vedlo k řadě soudních sporů, v nichž luxusní značky žalují značky rychlé módy z porušení práv k duševnímu vlastnictví.¹⁶

Kromě těchto problémů čelí značky rychlé módy také kritice za svůj dopad na životní prostředí. Rychlý proces výroby oblečení vedl a vede ke zvýšení množství textilního odpadu a znečištění. Celá řada značek rychlé módy byla obviněna z toho, že nedělají dost pro snížení své ekologické stopy, a společnosti jako je Zara a H&M byly dokonce obviněny z používání nebezpečných chemikálií (aminy, nonylfenol ethoxyláty či hydroxid sodný)¹⁷ při výrobě oděvů.¹⁸

V souvislosti s trvalou poptávkou spotřebitelů po cenově dostupných a módních oděvech je pro značky rychlé módy zásadní, aby aktivně řešily problémy spojené s bezpečností a dobrými životními podmínkami pracovníků, kopírováním designů a dopadem na životní prostředí. Dosažení globálního řešení v boji proti rychlé módě se může zdát velmi obtížné, ale individuálními kroky, jako je edukace, podpora etických a udržitelných značek, využívání možností secondhandu, oprav, upcyklace nebo prodej použitého oblečení mohou výrazně zmírnit negativní dopad módního průmyslu na životní prostředí. Zavedením těchto činností můžeme podpořit kulturu, která v módním průmyslu prosazuje etické, udržitelné a odpovědné postupy pro udržitelnější budoucnost.¹⁹

1.4.2. Historie rychlé módy

Prvopočátky rychlé módy lze vysledovat už od konce devatenáctého století, kdy zdokonalení textilních technologií, jako je například tkalcovský stav a šicí stroj, umožnilo vyrábět oděvy ve velkém měřítku a s nízkými náklady. K rozvoji módního průmyslu přispěl také vznik obchodních domů a obchodních řetězců, které začaly nabízet širokou škálu oděvů za dostupné ceny.²⁰ Na počátku dvacátého století se módní průmysl začal měnit se zaváděním nových oděvních stylů a trendů. Ve dvacátých letech se prosadil styl „flapper“, který se vyznačoval kratšími střihy a svobodnějším přístupem k oblékání. Ve třicátých letech začal módu výrazně ovlivňovat

¹⁶ STRUMPF, D. China's Fast-Fashion Giant Shein Faces Dozens of Lawsuits Alleging Design Theft. *The Wall Street Journal* [online]. 2022 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.wsj.com/articles/chinas-fast-fashion-giant-shein-faces-dozens-of-lawsuits-alleging-design-theft-11656840601>.

¹⁷ Greenpeace: "Zara most toxic apparel". *FashionUnited* [online]. 2012 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://fashionunited.uk/v1/fashion/greenpeace-qzara-most-toxic-apparelq/2012112012078>.

¹⁸ MUTHU, S. S. Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption. *Textile Science and Clothing Technology*. 2019, s. 2.

¹⁹ How can we reduce our Fashion Environmental Impact?. *Sustain Your Style* [online]. 2022 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.sustainyourstyle.org/en/reducing-our-impact>.

²⁰ MUTHU, S. S. Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption. *Textile Science and Clothing Technology*. 2019, s. 3-5.

Hollywood a představil nové, okouzující styly oblečení. V období po druhé světové válce došlo k posunu směrem k ležérnějším stylům oblečení, protože nástup generace "Baby Boomer" vedl k poptávce po všednějším a pohodlnějším oblečení. Pro šedesátá a sedmdesátá léta byl charakteristický vzestup kultury mládeže a kontrakultury, kdy se objevily nové styly oblečení, například minisukně a zvonové kalhoty.²¹ V osmdesátých a devadesátých letech se začal rozvíjet průmysl rychlé módy, který byl poháněn rostoucí poptávkou spotřebitelů po levném a trendovém oblečení. K rozvoji rychlé módy přispěl rozvoj světového obchodu a rostoucí obliba „módy na vyhození“ (anglicky *throwaway fashion*), protože módní značky začaly vyrábět a prodávat oblečení rychlým tempem, aby uspokojily poptávku spotřebitelů.²² V posledních letech se objevují termíny jako „ultra fast fashion“, tedy ultrarychlé módní značky, jejichž typickým zástupcem je čínská značka SHEIN. Ultrarychlé módní značky způsobily revoluci v módním průmyslu díky svým digitálním maloobchodním strategiím a jedinečnému přístupu k dodavatelskému řetězci. Využívají platformy sociálních médií, jako je TikTok, vlivu generace Z a algoritmy k rychlé reakci na poptávku zákazníků. S ohromující rychlostí módní značka na své webové stránky průběžně zavádí více než 30 000 nových položek ročně. Ještě pozoruhodnější je obrovský výběr produktů za velmi nízké ceny, které vyhovují rychlému tempu a rozpočtovým preferencím moderních spotřebitelů. Tento přístup nově definoval způsob výroby a distribuce módy a vychází vstříc dynamickým preferencím dnešních digitálně zdatných zákazníků.²³

1.5. Slow Fashion

Slow fashion, neboli pomalá móda, je opakem rychlé módy. Klade důraz na kvalitu před kvantitou a snaží se spotřebitelům usnadnit nákup kvalitnějších výrobků, které déle vydrží. Její hlavní zásady spočívají v čistších výrobních procesech, používání udržitelných materiálů a spravedlivém zacházení s pracovníky a v konečném důsledku snížit negativní dopad tohoto průmyslu na životní prostředí. Pomalá móda spočívá ve vytváření promyšlených, kurátorských kolekcí založených na kvalitních povrchových úpravách oproti masovému produkování velkého množství sezónního a trendy oblečení. Rozdíl mezi zákazníky rychlé a pomalé módy spočívá v jejich nákupním chování. Zákazníci rychlé módy hledají potěšení ve velkých nákupech u velkých

²¹ ATASOY, A. How Fashion Industry Has Been Changed According to Generations Bloomers, X, Y, Z (In Terms of Clothing Brands).” How Fashion Industry Has Been Changed According to Generations Bloomers, X, Y, Z (In Terms of Clothing Brands)?. *Department of Music and Fine Arts, METU*. 2016, s. 5-8.

²² BECKER-LEIFHOLD, C. - HEUER, M. *Eco-friendly and fair: fast fashion and consumer behaviour*. London: Routledge, 2018, s. 19.

²³ Fashion is getting even faster: the rise of ultra-fast fashion. *Textile Consult* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.textileconsult.co.uk/2022/11/04/fashion-is-getting-even-faster-the-rise-of-ultra-fast-fashion/>.

prodejců, zatímco spotřebitelé pomalé módy nakupují vědomě a udržitelně a zaměřují se spíše na kvalitu než na kvantitu.²⁴

1.6. Padělání a kopírování v módním průmyslu

Padělání představuje pro módní průmysl obrovskou výzvu, která má rozsáhlé ekonomické důsledky. Zatímco někteří považují padělání za formu lichocení, názory na jeho ekonomický dopad se liší. Optimistické teorie naznačují, že padělání může zvýšit povědomí o značce a rozšířit přístup ke značce pro spotřebitele, kteří by si jinak autentický výrobek nekoupili.²⁵ Tento potenciální přínos je však zastíněn negativními aspekty padělání, jako je ztráta prodeje a poškození pověsti původní značky. Tyto teorie budou dále zkoumány v poslední kapitole.

Jen v roce 2022 zajistila Česká obchodní inspekce (dále též „ČOI“) 36 349 kusů padělků za téměř 81 milionů Kč.²⁶ Padělky se běžně vyskytují i v kamenných prodejnách, kde klamou zákazníky známými značkami, jako jsou Calvin Klein, GUCCI nebo Crocs.

1.6.1. Padělky

Padělky (anglicky *counterfeits*) jsou v kontextu módního průmyslu nelegální identické kopie originálních značkových výrobků. Padělky jsou nepovolené reprodukce značkových výrobků, které mají záměrně uvádět spotřebitele v omyl tím, že používají totožné nebo velmi podobné ochranné známky, loga, vzory nebo obaly a vytvářejí tak iluzi pravosti.²⁷ Podle ustanovení § 2 odst. 1 písm. n) bodu 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (dále též „**zákon o ochraně spotřebitele**“) je padělkem „výrobek, včetně jeho obalu, na němž je bez souhlasu majitele ochranné známky umístěno označení stejné nebo zaměnitelné s ochrannou známkou, porušující práva majitele ochranné známky podle zvláštního právního předpisu, dále veškeré věci nesoucí takové označení (značky, loga, etikety, nálepky, prospekty, návody k použití, doklady o záruce apod.), a to i tehdy, jsou-li uváděny samostatně, a samostatné obaly, na nichž je umístěno takové označení.“

²⁴ MUTHU, S. S. Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption. *Textile Science and Clothing Technology*. 2019, s. 12-13.

²⁵ Např. Teorie paradoxu pirátství (anglicky *The Piracy Paradox*) - RAUSTIALA, K. - SPRINGMAN, Ch. The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. *Virginia law review*. 2006, Vol.92 (8), s.1687-1777.

²⁶ ČOI v roce 2022 zajistila 36 349 kusů padělků za téměř 81 milionů korun. *Česká obchodní inspekce* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.textileconsult.co.uk/2022/11/04/fashion-is-getting-even-faster-the-rise-of-ultra-fast-fashion/>.

²⁷ BURBIDGE, R. *European fashion law: a practical guide from start-up to global success*. Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2019, s. 371.

1.6.2. Napodobeniny

Napodobeniny (anglicky *knockoffs*) jsou úzce inspirovány původním výrobkem a velmi se jim podobají, avšak zpravidla nejsou identické. Na napodobeninách může být například úmyslně nesprávně uveden název značky na výrobku a spotřebitelům může být jasné, že si nekupují originální výrobek.²⁸ Vzhledem k rychlému tempu a dynamickému prostředí módního průmyslu vyžadují neúspěšné výrobky často značné slevy, aby se mohly prodat, zatímco úspěšné výrobky jsou na trhu rychle spotřebovány. V důsledku toho vzniká tendence rychle uvádět na trh podobné výrobky. To vede k tomu, že módní značky navzájem napodobují své úspěšné výrobky.²⁹ V této fázi se vedle standardních konkurentů objevují jako klíčoví hráči i značky rychlé módy. Na rozdíl od padělků se napodobeniny obvykle nepovažují za protiprávní, pokud poškozená módní značka neprokáže, že podobnost je natolik blízká, že by spotřebitel mohl být uveden v omyl. V ustanovení § 2 odst. 1 písm. n) bodu 2 zákona o ochraně spotřebitele je tzv. nedovolená napodobenina definována takto: „výrobek, který je rozmnoženinou nebo zahrnuje rozmnoženinu vyrobenou bez souhlasu majitele autorských práv nebo práv souvisejících s právem autorským nebo bez souhlasu majitele práv k průmyslovému vzoru, jestliže pořízení rozmnoženiny porušuje tato práva podle zvláštních právních předpisů.“

1.7. Právo módního průmyslu

Podle některých poprvé použila termín „Fashion law“ kanadská advokátka Jeanne Belhumeurová v roce 2000, kdy vydala knihu Mezinárodní právo módního průmyslu (francouzsky *Droit International de la Mode*), jež vznikla na základě její disertační práce na Ženevské univerzitě. Toto mělo významný dopad, neboť právě po vydání této publikace se téma začalo studovat a analyzovat.³⁰

V květnu 2004 skupina francouzských právníků pod vedením Annabelle Gaubertiové vydala v prestižním francouzském právnickém časopise *Revue Lamy Droit des Affaires* přílohu s názvem "Droit du luxe", což v překladu znamená "právo luxusního zboží" nebo "právo luxusu". Tato příloha se zabývala různými specifickými právními a daňovými otázkami, které se týkají módy a luxusního zboží, byla taktéž jednou z prvních publikací zaměřených na vzájemné působení mezi

²⁸ MARTIN, T. Fashion Law Needs Custom Tailored Protection for Designs. *University of Baltimore law review*. 2019, Vol. 48 (3), s. 455-456.

²⁹ BURBIDGE, R. *European fashion law: a practical guide from start-up to global success*. Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2019, s. 371.

³⁰ CASTRO, S. – MARTINS, S. Fashion industry in Brazil: Productive and spatial profile and the emergence of fashion law. *International Journal of Development Research*. 2021, Vol. 11, Issue, 06, pp. 48027-48032, s. 3.

právem, módním průmyslem a luxusním zbožím. Výše uvedené publikace se ale zaměřovaly pouze na dílčí specifickou část práva módního průmyslu.³¹

Mezitím v USA, Susan Scadifi, profesorka, která je považována za zakladatelku práva módního průmyslu, a to nejen v USA, v roce 2005 založila blog Counterfeit Chic, na kterém diskutovala o soudních případech a každodenních příkladech duplikací výrobků módního průmyslu. Americká advokátní komora uznala její webové stránky za jedny ze sta nejvlivnějších v americké právní praxi.³² Blogu Counterfeit Chic si všimla i řada médií jako je New York Times.³³ Susan Scadifi byla vůbec první profesorkou, která nabízela kurz práva módního průmyslu a je mezinárodně uznávaná za své vůdčí schopnosti při zavádění tohoto oboru. Díky ní již v roce 2008 začala Fordham Law School nabízet kurzy práva módního průmyslu. V roce 2010 profesorka Scadifi spolu s Fordham University vytvořila první Institut módního práva (anglicky *Fashion Law Institute*), který nabízí studium LL.M. a dvoutýdenní intenzivní bootcamp v oblasti práva módního průmyslu. V návaznosti na rostoucí potřebu odborných znalostí v oblasti práva módního průmyslu začaly i další právnické fakulty v USA nabízet kurzy a programy věnované této specializované oblasti. Podle profesorky Scadiové nejsou právníci v této oblasti dost vyškoleni, a módní značky považují za neefektivní a finančně nevýhodné investovat prostředky do vzdělávání právníků o složitostech své podnikatelské činnosti. Dokonce i tamní advokátní komory si všimly rostoucí potřeby odborných znalostí v oblasti módního práva a zřídily výbory, které podporují růst této oblasti praxe. Federální advokátní komora pořádá každý rok v New Yorku konferenci o právu módního průmyslu.³⁴

Ačkoli móda existuje již od nepaměti, právo módního průmyslu se začalo profilovat jako samostatné právní odvětví teprve nedávno. Zatímco USA nebo Velká Británie považují právo módního průmyslu za samostatné právní odvětví, v České republice je zatím stále neprobádanou oblastí.³⁵ Pojem „právo módního průmyslu“ není oficiální, nicméně je nejčastěji odbornými články používaným překladem od anglického pojmu „Fashion law“. Otázkou k úvaze pak je

³¹ Tamtéž, s. 4.

³² SCADIFI, S. *Navigating fashion law: leading lawyers on exploring the trends, cases, and strategies of fashion law*. Boston: Aspatore, 2012, s. 9.

³³ MITCHELL, D. Fashion's Cutthroat Edge. *The New York Times* [online]. 2006 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2006/08/12/business/12online.html>.

³⁴ MARTIN, T. Fashion Law Needs Custom Tailored Protection for Designs. *University of Baltimore law review*. 2019, Vol. 48 (3), s. 471-472.

³⁵ RYGLOVÁ, R. Právo módního průmyslu: výstřelek, nebo perspektivní obor?. *Právní prostor* [online]. 2014 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.pravniprostor.cz/clanky/obcanske-pravo/pravo-modniho-prumyslu-vystrelek-nebo-perspektivni-obor>.

opodstatněnost a potřebnost existence takového práva s ohledem na českou právní úpravu *de lege lata*, tedy zda by vůbec pro módní průmysl v České republice mělo existovat samostatné právní odvětví.

Oblast práva módního průmyslu v užším smyslu je úzce spjata s právem duševního vlastnictví, protože v něm hrají klíčovou roli autorská práva, průmyslové vzory a ochranné známky. Je to oblast práva, která pojímá právní stránku designu a zahrnuje všechny právní otázky, které mohou nastat v průběhu života oděvu, počínaje prvním nápadem návrháře a konče vyhotovením oděvu pro konečného spotřebitele. Je zřejmé, že právo duševního vlastnictví je nesporně zcela zásadním, charakteristickým prvkem práva módního průmyslu, nicméně tento obor zahrnuje mnohem širší škálu právních otázek, mezi něž patří občanské právo, obchodní právo, pracovní právo, právo mezinárodního obchodu a další související oblasti, což je ale typické i pro jiná právní odvětví včetně práv duševního vlastnictví. Tuzemská právní teorie označuje právo módního průmyslu jako právní odvětví horizontální neboli průřezové, neboť nemá vlastní komplexní úpravu a neobsahuje vlastní pojmosloví.³⁶

1.7.1. Ústav práva módního průmyslu

Ústav práva módního průmyslu (dále též „ÚPMP“) je nezisková organizace v České republice, jejímž cílem je prosazovat a podporovat rozvoj právních předpisů v oblasti módního průmyslu a pomoc návrhářům k lepší orientaci mezi právními a obchodními úskalími podnikání ve světě módy. Byl založen v roce 2015 Zuzanou Šimonovskou a Barborou Donathovou, advokátkami specializujícími se na právo duševního vlastnictví. Hlavním posláním ÚPMP je poskytovat platformu pro diskusi a spolupráci mezi právními odborníky, profesionály z módního průmyslu a zástupci státní správy. Organizace si klade za cíl vytvořit most mezi právní profesí a módním průmyslem s cílem podpořit udržitelnější, etičtější a efektivnější módní průmysl v České republice. ÚPMP poskytuje svým členům řadu služeb, včetně právního poradenství, informací o vývoji módního práva a příležitostí k navazování kontaktů a profesnímu rozvoji. Dále pořádá semináře, konference a další akce s cílem zvýšit povědomí o problematice práva módního průmyslu, vzdělávat odborníky v módním průmyslu o důležitosti ochrany módních značek a módních návrhů a zasazuje se o účinnější zákony na ochranu duševního vlastnictví v České republice.³⁷

³⁶ Tamtéž; SCAFIDI, S. *Navigating fashion law: leading lawyers on exploring the trends, cases, and strategies of fashion law*. Boston: Aspatore, 2012, s. 11.

³⁷ Móda. Právo. Talent. *UPMP* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.upmp.cz/>.

2. Právo duševního vlastnictví

Právo duševního vlastnictví je odvětvím práva zabývající se ochranou takových nehmotných statků, mezi které patří výsledky tvůrčí činnosti nebo výsledky lidské hospodářské činnosti. Duševním vlastnictvím dnes označujeme práva vztahující se k nehmotným statkům.³⁸ Definice v českém právním řádu zatím neexistuje.

Definici „duševního vlastnictví“ nalezneme v článku 2 písm. viii) Úmluvy o zřízení Světové organizace duševního vlastnictví z roku 1967,³⁹ který stanoví, že jsou: "*duševním vlastnictvím*" práva

- *k literárním, uměleckým a vědeckým dílům,*
- *k výkonům výkonných umělců, zvukovým záznamům a rozhlasovému vysílání,*
- *k vynálezům ze všech oblastí lidské činnosti,*
- *k vědeckým objevům,*
- *k průmyslovým vzorům a modelům,*
- *k továrním, obchodním známkám a známkám služeb, jakož i k obchodním jménům a obchodním názvům,*
- *na ochranu proti nekalé soutěži*
- *a všechna ostatní práva vztahující se k duševní činnosti v oblasti průmyslové, vědecké, literární a umělecké.*

Právo duševního vlastnictví představuje oblast práva, která má povahu jak práva soukromého, tak i práva veřejného (upravující například průběh zápisných řízení). Předmětem práva duševního vlastnictví jsou primárně soukromá subjektivní práva k nehmotným statkům, ale taktéž se na něho vztahují veřejná subjektivní práva. Jedná se kupříkladu o případy, kdy se přihlašovatel nehmotného statku (vynálezu, ochranné známky apod.) brání vůči postupu orgánu státu (Úřadu průmyslového vlastnictví), který jeho žádosti o udělení příslušné ochrany nevyhověl. Přezkum rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví (dále též "ÚPV") se odehrává před správními soudy podle správního řádu soudního, nikoliv před civilními soudy podle části V. občanského soudního

³⁸ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Úvod do práv k duševnímu vlastnictví. [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/cDT34>, Kapitola 1.4.

³⁹ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 1 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

řádu.⁴⁰ V příloze preambule Dohody o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (dále též „**Dohody TRIPS**“ nebo „**TRIPS**“) se uvádí, že: „Členové (...) uznávají, že práva k duševnímu vlastnictví jsou práva soukromá.“

Právo duševního vlastnictví je v objektivním smyslu soubor právních norem, které zakládají absolutní práva působící *erga omnes*, přičemž hlavní podstatou těchto práv je možnost vyloučit ostatní subjekty z užívání určitého (nehmotného) statku.⁴¹

2.1. Zásada teritoriality

Právo duševního vlastnictví je omezeno hranicemi konkrétního státu. Každá země má svůj vlastní soubor právních předpisů v oblasti duševního vlastnictví. Práva udělená v rámci jedné jurisdikce se nemusí automaticky vztahovat na jinou jurisdikci. Jinými slovy, pokud je například průmyslový vzor zapsán v České republice, požívá ochrany pouze v České republice. Aby mohl průmyslový vzor požívat ochrany v zahraničí, musí absolvovat registrační řízení v příslušných zemích. Tento proces může být však velmi náročný. S ohledem na rostoucí potřebu mezinárodního obchodu byla zásada teritoriality překonána mezinárodními smlouvami, které zaručují ochranu i v jiných signatářských státech než v zemi původu. Proto se nabízí možnost získat zápis ve více zemích v rámci jedné přihlášky na základě mezinárodních smluv.⁴²

2.2. Právní úprava

Základní úpravu práva duševního vlastnictví v ústavní rovině nalezneme v Listině základních práv a svobod (dále též „**Listina**“ nebo „**LZPS**“). Článkem 11 Listina zaručuje právo vlastnit majetek, čímž chrání i majetková práva k duševnímu vlastnictví. Majetkem je myšleno i právo k duševnímu vlastnictví, který tvoří majetek určité osoby ve smyslu ustanovení § 495 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále též „**OZ**“). Nicméně nelze k předmětům práva duševního vlastnictví dovozovat vlastnické právo *stricto sensu* ve smyslu ustanovení § 1012 a násl. OZ. Duševní vlastnictví není vlastnictvím, označuje toliko nehmotné

⁴⁰ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Úvod do práv k duševnímu vlastnictví. [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/cDT34>, Kapitola 1.4.

⁴¹ HOLCOVÁ, Irena. Komentář k § 2 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

⁴² KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Úvod do práv k duševnímu vlastnictví. [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/cDT34>, Kapitola 1.4.

předměty, které jsou způsobilé být chráněny soukromými subjektivními právy absolutní povahy.⁴³ Názory na to, zda duševní vlastnictví je vlastnictvím v pravém slova smyslu se různí. Holcová uvádí, že například osobnostní práva autorská nespádají pod definici věci v právním smyslu podle ustanovení § 489 OZ. Stejně tak majetková autorská práva, i když by teoreticky mohla vyhovovat definici v ustanovení § 489 OZ, tak nespádají pod tuto definici zejména kvůli jejich nepřevoditelné povaze, tzn. jsou to práva, jejichž povaha to nepřipouští (ustanovení § 496 odst. 2 OZ). Toto platí mimo jiné i pro osobnostní a majetková práva výkonného umělce týkající se jeho výkonu. OZ se oproti zákonu č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (dále též „OZ64“) vrátil k přirozenoprávnímu pojetí věci, tj. k širšímu pojetí věci v právním smyslu, a oproti OZ64 obsahuje i věci nehmotné. Aby věc byla věcí ve smyslu ustanovení § 489 OZ, musí být rozdílné od osoby, sloužit k potřebě lidí a musí být ovladatelný ve smyslu objektivní možnosti věc užívat. Nehmotné statky, které jsou výsledkem tvůrčí duševní činnosti (autorská díla, průmyslové vzory, technická řešení, vynálezy) nejsou věcmi v právním smyslu, neboť jsou spjaty s osobností člověka; nelze je beze zbytku odlišit od osoby ve smyslu § 489 OZ. Jinými slovy, pokud je k nehmotnému předmětu dovozováno právo osobnostní, a to i v případě v kombinaci s majetkovými právy, nelze takové předměty považovat za věc v právním smyslu. Dále bychom měli rozlišovat i nehmotné statky, které jsou věcmi ve smyslu ustanovení § 489 OZ, a to ochrannou známku, obchodní firmu, obchodní tajemství a know-how.⁴⁴

Podle článku 15 odst. 2 Listiny je zaručena svoboda vědeckého bádání a umělecké tvorby. Její článek 34 odst. 1 stanoví povinnost pro zákonodárce, aby na zákonné úrovni chránil práva k výsledkům tvůrčí činnosti, přičemž zákonem se rozumí autorský zákon, zákon o ochraně průmyslových vzorů, zákon o ochranných známkách, zákon o ochraně průmyslového vlastnictví a další. Domáhat se tohoto práva může každý již přímo na ústavním základě (článek 41 odst. 1 Listiny *a contrario*). Za tvůrčí činnosti lze považovat zejména autorská díla, vynálezy či průmyslové vzory. Práva k duševnímu vlastnictví, u nichž prvek tvorby přítomen není (práva netvůrčí), nezůstávají bez ochrany. Moravec uvádí, že se jich lze dovolat zejména s odkazem na právo na pokojné užívání majetku podle článku 11, resp. článku 1 Protokolu č. 1 k Evropské úmluvě o ochraně lidských práv.⁴⁵

⁴³ Tamtéž.

⁴⁴ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 1 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

⁴⁵ MORAVEC, O. Komentář k čl. 34. In: HUSSEINI, F. – BARTOŇ, M. – KOKEŠ, M. *Listina základních práv a svobod: komentář*. 1. vydání (1. aktualizace). Praha: C. H. Beck, 2021, s. 961.

2.3. Systematika práva duševního vlastnictví

Systematicky právo duševního vlastnictví můžeme kategorizovat tradičně na autorská práva a práva související a práva průmyslového vlastnictví. Základem pro všechny oblasti je občanský zákoník. Autorské právo spolu s právem souvisejícím autorskému právu a zvláštními právy pořizovatele databáze upravuje jednotně autorský zákon, který je ve vztahu k občanskému zákoníku zákonem speciálním.⁴⁶

Právo průmyslového vlastnictví, které chrání jednak výsledky tvůrčí činnosti (výtvory) jako jsou vynálezy, zlepšovací návrhy, užité vzory, průmyslové vzory, topografie polovodičových výrobků a odrůdy rostlin, jednak chrání výsledky netvůrčí povahy (výkony) jako jsou ochranné známky, označení původu, zeměpisná označení a obchodní firmu. Do oblasti práva průmyslového vlastnictví jsou někdy řazena také práva související s právem průmyslovým jako jsou obchodní tajemství, know-how, doménová jména a loga (nezapsané obrazové označení). Právo průmyslového vlastnictví nemá jednotnou právní úpravu jako u práva autorského, ale je upraveno v různých právních předpisech.⁴⁷

⁴⁶ TELEČ, I. Autorské právo a práva související jako součást práv k duševnímu vlastnictví. In: SRSTKA, J. - BARTÁK, J. - DOBŘICHOVSKÝ, T. et al. *Autorské právo a práva související: vysokoškolská učebnice*. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019, s. 41-42.

⁴⁷ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Úvod do práv k duševnímu vlastnictví. [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/cDT34>, kapitola 1.5.

3. Design

Abychom se mohli náležitě zabývat různými formami právní ochrany v módním průmyslu, je nezbytné začít přesným vymezením rozsahu a povahy předmětu, který si takovou ochranu zaslouží. Design je pojem, který se používá při popisování vnějšího vzhledu předmětů. Působí především na náš zrak, a je používán při hodnocení estetické stránky (vyjádření) užitných předmětů. Na počátku své existence je design pouze nehmotným nápadem v hlavě tvůrce. V momentě, kdy je design inkorporován na svůj hmotný nosič, se stává hmotným objektem, který můžeme vnímat prostřednictvím našich smyslů. Design zároveň zůstává nehmotným, protože jeho vzhled je zachycen v myslích lidí, hlavně u svého tvůrce.⁴⁸ Design je úzce spojen s užitnými předměty, tzn. k užité stránce předmětu se připojuje stránka estetická, která ve výsledku z prostého užitého předmětu učiní předmětem speciálním. Právo u designu chrání toliko tvůrčí složku, která tvoří vzhled produktu, a naopak není chráněn vzhled, který vychází z technické povahy výrobku nebo užitého předmětu.⁴⁹ Ochrana designu je důležitá zejména v oblastech módního průmyslu, automobilového průmyslu a v oblasti nábytkářského průmyslu.⁵⁰

Design je způsobilý být některým z předmětů ochrany duševního vlastnictví při naplnění konkrétních právních požadavků. Nejčastějšími formami ochrany designu je ochrana právy absolutními jako je ochrana autorskoprávní, ochrana poskytovaná zapsanými a nezapsanými průmyslovými vzory či ochrana prostřednictvím ochranných známek, kterým se budu věnovat v následujících kapitolách.⁵¹ Design může být podpůrně také chráněn pomocí relativních majetkových práv, jakož i nekalosoutěžní ochranou, například prostřednictvím ochrany před vyvoláním nebezpečí záměny podle § 2981 OZ. Různé formy právní ochrany designu jsou na sobě v podstatě nezávislé. V případech, kdy určitý design splňuje kritéria pro více forem ochrany (například je autorským dílem i zapsanou ochrannou známkou), může požívat výhod některé nebo všech těchto právních forem ochrany, ale současně musí vyloučit zásah do jiných forem právní ochrany, zejména autorskoprávní.⁵²

⁴⁸ KOUKAL, P. *Právní ochrana designu - průmyslové vzory, autorská díla*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, s. 5-6.

⁴⁹ Tamtéž, s. 7-8.

⁵⁰ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Ochrana designu [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/cDT34>, Kapitola 4.1.

⁵¹ Tamtéž, kapitola 4.2.

⁵² HOLCOVÁ, Irena. Komentář k § 1 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. *Autorský zákon: Komentář*, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

3.1. Souběh právních ochran designu

Jak je uvedeno výše, design může být současně chráněn více formami právní ochrany. Ustanovení § 1 odst. 2 zákona č. 207/2000 Sb., o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů (dále též „ZOPV“) nebo deklaratorní ustanovení § 105 zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (dále též „AZ“ nebo „autorský zákon“) stanovují, že ochrana autorským právem nebo ochrana průmyslovými vzory nevyklučuje ochranu stanovenou zvláštními předpisy. Tyto ustanovení poukazují na možnost souběhu různých režimů ochrany. Rovněž článek 96 Nařízení Rady (ES) č. 6/2002 ze dne 12. prosince 2001 o (průmyslových) vzorech Společenství (dále též „nařízení č. 6/2002“) stanovuje, že uplatňováním ochrany průmyslových vzorů Společenství *„nejsou dotčena žádná ustanovení práva Společenství nebo právních předpisů členských států týkající se nezapsaných (průmyslových) vzorů, ochranných známek a ostatních rozlišujících znaků, patentů a užitných vzorů, typů písma, občanskoprávní odpovědnosti a nekalé soutěže.“* Existuje několik možností vztahů mezi autorskoprávní ochranou a ochranou vyplývající z průmyslových práv. Níže je nastíněna možnost souběhu autorskoprávní s pro účely této diplomové práce vybranými instituty průmyslové ochrany a vztah ochranné známky a průmyslového vzoru.

Určitý nehmotný statek musí pro dosažení souběhu ochrany obsahovat jak pojmové znaky autorskoprávní ochrany, tak splňovat požadavky pro zápis ochranné známky nebo průmyslového vzoru. Díky neformálnosti vzniku autorských práv bude ve většině případů autorskoprávní ochrana předcházet ochraně průmyslovými vzory nebo známkoprávní ochraně. V takové situaci je nezbytné, aby osoba, která chce zapsat autorské dílo jako ochrannou známku či jako průmyslový vzor, získala souhlas k užití od autora daného autorského díla nebo nositele jeho majetkových práv. V opačném případě hrozí přihlašovatel, který si nesjednal svolení k užití autorského díla formou licence, že jeho zapsaný průmyslový vzor nebo ochranná známka může být prohlášena za neplatnou [srov. ustanovení § 32 ve spojení s § 7 odst. 1 písm. g) zákona č. 441/2003 Sb. o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách) (dále též „ZOZ“) a § 27 odst. 1 písm. f) ZOPV].

Při posuzování souběhu ochrany průmyslovými vzory a ochrany prostřednictvím ochranných známek se situace liší. Na rozdíl od ochrany autorskoprávní, ochrana prostřednictvím ochranných známek není založena na principu neformálnosti, v důsledku čehož nemusí nutně předcházet ochraně průmyslovými vzory. Možnost souběhu ochrany prostřednictvím ochranných známek je možný v zásadě potud, pokud konkrétní nehmotný statek splňuje jak kritéria zápisné způsobilosti podle ZOPV (individuální povaha a novost), tak ZOZ (rozlišovací způsobilost).⁵³

3.2. Druhy designu

Podle druhů předmětů, na kterých je design inkorporován, můžeme rozlišovat různé typy designu. Design zasahuje do široké škály oborů, mezi něž řadíme produktový design, obalový design, webdesign, software design, grafický design, divadelní design, design barev, architektonický design, automobilový design, environmentální design, módní design, design nábytku, zahradní design, průmyslový design, interiérový design a městský design.⁵⁴ Koukal řadí mezi základní druhy produktový, průmyslový, grafický a módní design.⁵⁵

3.2.1. Produktový design

Produktový design je takový design, který se aplikuje na průmyslově vyráběném výrobku (hračky, nábytek) obvykle sloužícímu k běžnému spotřebitelskému používání. Produktový design je převážně chráněn průmyslovými vzory.⁵⁶

3.2.2. Průmyslový design

Oproti produktovému designu je průmyslový design aplikován na výrobcích určených k hromadné (průmyslové) výrobě. Na rozdíl od produktového designu, kde je konečným spotřebitelem zpravidla koncový uživatel, průmyslový design zahrnuje zejména klientelu tvořenou výrobcí. Průmyslový design je převážně chráněn průmyslovými vzory.⁵⁷

3.2.3. Grafický design

Grafický design zahrnuje tvorbu log, značek, obalů, reklam, webových stránek a dalších. Grafický design zahrnuje tvorbu vizuálního obsahu pro cílovou skupinu, která se obvykle dělí na

⁵³ KOUKAL, P. Souběh ochrany průmyslových vzorů s ochranou autorskoprávní a známkoprávní, Theses, Disertační práce [online]. 2007 [cit. 2023-11-20]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/xnait/>.

⁵⁴ PILA, J. – SEVILLE, C. *Seville's Eu Intellectual Property Law and Policy*. 3rd ed. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 2022, s. 294-295.

⁵⁵ KOUKAL, P. *Právní ochrana designu - průmyslové vzory, autorská díla*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, s. 8.

⁵⁶ Tamtéž.

⁵⁷ Tamtéž, s. 9.

primární a sekundární adresáty. Primární cílovou skupinou jsou objednatelé a sekundární zákazníci objednatele. Celkově hraje grafický design klíčovou roli v marketingu a při budování značky, neboť pomáhá módním značkám vizuálně vyprávět jejich příběhy a účinně předávat sdělení. Grafický design je převážně chráněn jako autorské dílo.⁵⁸

3.2.4. Módní design

Módní design se zaměřuje na tvorbu oděvů a doplňků. Zahrnuje různé prvky jako je estetika, funkčnost a kulturní a sociální vlivy. Ve světě módy se módním designem rozumí proces tvorby a konceptualizace nových stylů, podob oděvů, doplňků a dalších módních produktů. Módní návrháři v módním průmyslu jsou odpovědní za tvorbu inovativních a kreativních výrobků, které reflektují současné trendy a odpovídají požadavkům a přáním koncových zákazníků. Designování zahrnuje širokou škálu činností, včetně kreslení skic, výroby modelů a získávání materiálů. Návrháři při tvorbě svých návrhů mohou pracovat s různými prostředky, jako jsou tkaniny, barvy, vzory a textury. Úspěšní návrháři často vytvářejí specifický styl nebo vlastní techniku, která odlišuje jejich módní značku od konkurence. Kromě tradičního módního designu mnoho módních značek zkoumá nové a inovativní způsoby využití technologií ke zlepšení, zefektivnění a zrychlení postupu navrhování. Někteří módní návrháři využívají například software pro 3D modelování, umělou inteligenci, virtuální realitu a další digitální nástroje, aby své návrhy oživil a vytvořili produkty, které jsou nejen stylové, ale i funkční.⁵⁹ Módní design bývá převážně chráněn jako nezapsaný průmyslový vzor, jako autorské dílo či obojí.⁶⁰

3.3. Design jako nehmotný statek

Nehmotný statek je zvláštní druh předmětu (objektu), který má nehmotnou povahu. Nehmotné statky lze pojímat jako ideu, která je zhmotněna v určitém předmětu. Ideje dělíme na statické a dynamické. Statické ideje jsou takové ideje, jejichž obrazem v hmotném světě je určitý předmět, zatímco u dynamických idejí je obrazem určitý postup, proces, činnost nebo metoda. Design řadíme mezi ideje statické, neboť je vždy zachycen na určitém předmětu. Nehmotné statky jsou úzce spjaty s člověkem a jeho schopnostmi myslet a tvořit. Zatímco hmotné statky existují bez ohledu na osobnost člověka, nehmotné statky by bez zvláštních schopností lidí neexistovaly. Aby mohly být nehmotné statky chráněny, musí být vyjádřeny objektivně seznatelným způsobem, tj.

⁵⁸ Tamtéž, s. 10-11.

⁵⁹ KOCHAR, S. Top 9 Technology Trends Reshaping The Fashion Industry In 2023, *Techpacker* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://techpacker.com/blog/design/top-9-fashion-technology-trends/>.

⁶⁰ KOUKAL, P. *Právní ochrana designu - průmyslové vzory, autorská díla*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, s. 11.

způsobem odděleným od osoby tvůrce. Nestací pouhý nápad v jeho hlavě, ale je třeba nehmotný statek od osoby tvůrce rozlišit.⁶¹ Nehmotný statek lze doktrinálně chápat jako zastřešující pojem v systému práv k nehmotným statkům, jehož podmnožinou jsou právo duševního vlastnictví a všeobecná práva osobnostní.⁶²

Další charakteristikou nehmotných statků je potenciální ubikvita, kterou se rozumí výsledek lidské činnosti coby nehmotný statek potenciálně využitelný neomezeně kdykoli a kdekoli na světě blíže neurčeným počtem osob. Nehmotné statky, které jsou chráněny právem duševního vlastnictví je dále třeba odlišovat od hmotného statku, neboť právní osud nehmotného statku nemusí následovat právní osud hmotného předmětu, tj. nehmotné statky nejsou existenčně spjaty se svým nosičem, tudíž při zničení nosiče, práva, která jsou spjata k nehmotnému statku, nezanikají.⁶³

4. Autorskoprávní ochrana

Hlavním právním předpisem v oblasti autorského práva je autorský zákon. Předmět úpravy spočívá předně v ochraně osoby autora a některých dalších osob, kterým autorský zákon přiznává buď jejich autorská práva nebo práva s právem autorským související. Autorské právo je dílčím způsobem upraveno také v občanském zákoníku. Ve vztahu k obecné úpravě občanského zákoníku je autorský zákon *lex specialis*, a proto má jako zvláštní úprava přednost před úpravou obecnou, která se uplatní jen tam, kde zvláštní úprava věc samu neupravuje. Nicméně úprava licence je zásadně upravena v občanském zákoníku, a pro oblast duševního vlastnictví se jedná o úpravu speciální (srov. § 2358 a násl. OZ). Autorský zákon vychází ze zásad kontinentálního autorského práva, tj. je založen na principu absolutních práv, neformálnosti vzniku ochrany a principu teritoriality.⁶⁴ Autorské právo je také založeno na obecných principech soukromého

⁶¹ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Úvod do práv k duševnímu vlastnictví. [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://shorturl.at/cDT34>, kapitola 1.2.

⁶² HOLCOVÁ, I. Komentář k § 1 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

⁶³ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Úvod do práv k duševnímu vlastnictví. [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://shorturl.at/cDT34>, kapitola 1.2.

Srov. ustanovení § 10 odst. 2 AZ: „zničením věci, jejímž prostřednictvím je dílo vyjádřeno, nezaniká autorské právo k dílu.“

⁶⁴ KOUKAL, P. *Právní ochrana designu - průmyslové vzory, autorská díla*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, s. 23.

práva, jež jsou nastíněny v občanském zákoníku a mají základní oporu v ústavním řádu České republiky.⁶⁵

Autorský zákon poskytuje ochranu subjektivním soukromým právům, jejichž taxativní výčet je uveden v ustanovení § 1. Tato práva jsou systematicky rozložena do tří skupin. První skupinu tvoří práva autora k jeho dílu (právo autorské), druhou skupinu práva související s právem autorským a skupina třetí zahrnuje zvláštní právo (*sui generis*) pořizovatele databáze k jím pořízené databázi.⁶⁶ Podle ustanovení § 2 odst. 1 AZ „*předmětem práva autorského je dílo literární a jiné dílo umělecké a dílo vědecké, které je jedinečným výsledkem tvůrčí činnosti autora a je vyjádřeno v jakékoli objektivně vnímatelné podobě včetně podoby elektronické, trvale nebo dočasně, bez ohledu na jeho rozsah, účel nebo význam*“. Ústředním pojmem autorského zákona je autorské dílo. Aby autorské dílo bylo předmětem autorskoprávní ochrany, musí naplnit následující kumulativní pojmové znaky:

- 1) Jedná se o dílo literární, jiné umělecké či vědecké, a to ve smyslu tvůrčí kategorie díla. Z dikce autorského zákona vyplývá, že zákon rozlišuje činnosti trojího druhu, která spočívá výlučně v literární tvůrčí činnosti, v jiné umělecké tvůrčí činnosti a ve vědecké tvůrčí činnosti. Vylučovací metodou bychom došli k tomu, že módní design spadá do kategorie děl jiných uměleckých než literárních, která se ještě štěpí do několika podkategorií jako jsou díla hudební, divadelní, fotografická a díla vyjádřená postupem podobným fotografii, audiovizuální, výtvarná, architektonická, díla umění užitého a jiná díla umělecká. Design bude nejčastěji dílem užitého umění. Dílo umění užitého se vztahuje k výrobkům, které kombinují funkční stránku s estetickou. Používá se často pro předměty jako jsou nábytek, oblečení nebo další předměty, které mají praktický účel při zabezpečování běžných životních potřeb, ale zároveň mají estetickou hodnotu a jsou navrženy s ohledem na krásu a styl.⁶⁷
- 2) Dílo je výsledkem tvůrčí činnosti autora (fyzické osoby). Tvůrčí činností se rozumí vždy činností duševní, která spočívá „*ve „vytvoření“ nehmotného artefaktu s tím, že dosažení tohoto cíleného i necíleného výsledku závisí v osobních vlastnostech tvůrce, bez nichž by*

⁶⁵ TELEEC, I. - TŮMA, P. § 1 [Předmět úpravy]. In: TELEEC, I. - TŮMA, P. Autorský zákon. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019, s. 4.

⁶⁶ Tamtéž, s. 3-4.

⁶⁷ TELEEC, I. - TŮMA, P. § 2 [Autorské dílo]. In: TELEEC, I. - TŮMA, P. Autorský zákon. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019, s. 16-23; HOLCOVÁ, I. Komentář k § 2 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

tento výtvor (duševní plod tvůrčí povahy literární, jiné umělecké nebo vědecké) nebyl vůbec dosažen.“⁶⁸

- 3) Dílo musí být jedinečným výsledkem, tj. chápáno jako požadavek, že dílo musí být vytvořeno nezávisle a musí mít dostatečný stupeň kreativity nebo originality. Podle Knapa a Kunze existují tři základní skupiny pojetí individuality díla: absolutní individualita díla, relativní individualita díla a autorskoprávní individualitě se kladou na roveň skutečnosti, které nenáleží do autorské tvůrčí činnosti - tzv. labour and skill.⁶⁹ K absolutní individualitě Chaloupková uvádí, že „jedinečnost je třeba chápat, jako nemožnost vzniku dvou totožných děl.“⁷⁰ Telec naopak uvádí, že „jedinečnost je také chápána jako kvantitativní kritérium „objemu“ vynaložené tvůrčí individuality“.⁷¹ Další pohled poskytuje Holcová, která mimo jiné zmiňuje také závěry Nejvyššího soudu ČR,⁷² že *jedinečnost díla odpovídá pojmu neopakovatelnost. Při tomto pojetí díla jako předmětu práva autorského tedy nejde o stoprocentní individualitu díla, ale jen o jedinečnost, která se blíží jedinečnosti absolutní.*⁷³
- 4) Dílo musí být vyjádřeno v jakékoli objektivně (smysly) vnímatelné podobě (ve vnější formě). Není přitom podstatné, zda je vyjádření trvalé, dočasné, v nehmotné nebo hmotné podobě. Autorské právo chrání pouze vyjádření myšlenek, nikoli samotné myšlenky nebo nápady.⁷⁴

Oproti právu průmyslového vlastnictví, kde se uplatňuje princip registrace, se autorskoprávní ochrana poskytuje neformálně, vzniká automaticky vytvořením autorského díla, resp. po jeho vyjádření v jakékoli objektivně vnímatelné podobě, aniž by bylo nutné provést jakoukoli formální registraci. Po splnění všech výše uvedených pojmových znaků je autorské dílo předmětem autorského práva, ledaže by bylo vyloučeno z ochrany ve veřejném zájmu.⁷⁵

⁶⁸ Tamtéž.

⁶⁹ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 2 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

⁷⁰ CHALOUPKOVÁ, Helena, HOLÝ, Petr. § 2 [Autorské dílo]. In: CHALOUPKOVÁ, H., HOLÝ, P.. Autorský zákon. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2017, marg. č. 3.

⁷¹ TELEC, I. - TŮMA, P. § 2 [Autorské dílo]. In: TELEC, I. - TŮMA, P. Autorský zákon. 2. vydání. Praha: C. H. Beck, 2019, s. 21-22.

⁷² Rozhodnutí Nejvyššího soudu ze dne 24. 6. 2015, sp. zn. 30 Cdo 360/2015

⁷³ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 2 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X;

⁷⁴ Tamtéž.

⁷⁵ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 3 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

Autorská práva absolutní rozlišujeme na výlučná osobnostní a výlučná majetková práva. Podle ustanovení § 11 odst. 4 a § 26 odst. 1 AZ jsou obě práva nepřevoditelná a nelze se jich vzdát. Po smrti autora zanikají osobnostní práva a nikdo si nemůže nárokovat autorství díla. Kromě toho musí být při užití díla dodržen požadavek na nesnižování jeho hodnoty a uvádění autorství za zákonných podmínek. Ochrany se může domáhat kromě autora samého také osoba autorovi blízká, právnická osoba sdružující autory nebo příslušný kolektivní správce (jak je uvedeno v ustanovení § 11 odst. 4 a 5 AZ). V ustanovení § 11 AZ je výčet osobnostních práv autora, mezi něž řadíme právo autora rozhodnout o zveřejnění svého díla, osobovat si autorství, právo na nedotknutelnost svého díla a právo na autorský dohled. Majetková práva na rozdíl od osobnostních práv smrtí autora nezanikají, a trvají obecně po dobu autorova života a 70 let po jeho smrti (ustanovení § 27 a násl. AZ). Po uplynutí doby trvání majetkových práv se z autorského díla stane tzv. volné dílo, který může každý bez dalšího volně užít s přihlédnutím k užívání způsobem nesnižujícím hodnotu díla. Ustanovení § 87a AZ přiznává každému, kdo poprvé zveřejní dosud nezveřejněné dílo, k němuž uplynula doba trvání majetkových práv, výlučná majetková práva v rozsahu, v jakém by náležela autorovi díla, pokud by jeho majetková práva k dílu ještě trvala. Při užívání volného díla musí být také uveden autor díla. Mezi majetková práva řadíme právo dílo užít, právo na odměnu při opětném prodeji originálu díla uměleckého, právo na odměnu v souvislosti s rozmnožováním díla pro osobní potřebu a právo na odměnu v souvislosti s pronájmem originálu nebo rozmnoženiny díla. Obsahem práva na užití díla je výlučné právo autora užít dílo samotným autorem a výlučné právo autora udělit jiné osobě svolení k výkonu tohoto práva, tedy svolení, a to smlouvou licenční (srov. ustanovení § 2358 a násl. OZ). Bez svolení autora může jiná osoba dílo užít pouze v případech stanovených AZ. Mezi jednotlivými případy mimosmluvního užití díla se zařazuje užití děl vyňatých z ochrany ve veřejném zájmu podle ustanovení § 3 AZ, užití volného díla podle ustanovení § 28 AZ, volné užití díla podle ustanovení § 30, § 30a odst. 1 písm. a) AZ a zákonných licencí zejména podle ustanovení § 30a odst. 1 písm. b) až d), § 30b až 39 AZ.⁷⁶

4.1. Mezinárodní smlouvy týkající se autorského práva a práv souvisejících

Vznik mezinárodních úmluv a dohod o autorském právu a práv souvisejících s autorským právem znamenal významný vývoj v oblasti práva duševního vlastnictví. Tradičně fungovaly autorské zákony v rámci národních jurisdikcí a poskytovaly ochranu autorským dílům na svém

⁷⁶ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 12 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

území v souladu s principem teritoriality. Avšak s tím postupnou globalizací tvůrčí díla překračovala hranice a začalo být zřejmé, že je zapotřebí komplexnějšího přístupu k řešení problémů souvisejících s přeshraničním porušování autorských práv. Přestože princip teritoriality zůstává mezi základními principy autorského práva, potažmo práva duševního vlastnictví, mezinárodní smlouvy přinesly strategie k překonání omezení tohoto principu. K překonání důsledků teritoriality používají mezinárodní úmluvy o právu autorském dvě základní metody, a sice zásady cizineckého režimu a zvláštní konvenční práva.⁷⁷

4.1.1. Zásady cizineckého režimu

Jednou z klíčových zásad cizineckého režimu v mezinárodním právu autorském je **princip národního zacházení**, resp. princip formální reciprocity či asimilace, obsažený v každé jednotlivé mezinárodní smlouvě z oblasti autorských a souvisejících práv (např. článek 2 odst. 1 Římské úmluvy⁷⁸ nebo článek 2 TRIPS). Princip národního zacházení vyžaduje, aby signatářské země poskytovaly práva na ochranu cizozemcům na stejném základě jako svým vlastním státním příslušníkům. To znamená, že cizozemští nositelé práv mají právo podniknout právní kroky proti porušování svých práv v cizí zemi a využívat výhod plné ochrany v této zemi, a to ve stejném rozsahu jako tuzemští nositelé práv.⁷⁹

Zásada materiální reciprocity oproti tomu funguje opačně. Podle této zásady má cizinec s bydlištěm ve státě ochrany nárok jen na takovou ochranu, jaká odpovídá ochraně ve státě původu. Je proto nutné provést srovnání úrovně a rozsahu ochrany ve státě původu a státě ochrany.⁸⁰

Princip nejvyšších výhod (anglicky *most-favoured-nation treatment*) je klíčovým prvkem Dohody TRIPS. Princip nejvyšších výhod vyžaduje, aby si členové Světové obchodní organizace vzájemně poskytovali stejnou úroveň ochrany práv duševního vlastnictví, jakou poskytují svým zvýhodněným obchodním partnerům. Jinými slovy, pokud země poskytne vyšší úroveň ochrany

⁷⁷ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 1 AZ [Systém ASPI]. In: HOLCOVÁ, I. a kolektiv. Autorský zákon: Komentář, Wolters Kluwer 2019 [cit. 2023-08-27]. ASPI_ID KO121_2000CZ. Dostupné v Systému ASPI. ISSN: 2336-517X.

⁷⁸ Vyhláška č. 192/1964 Sb. Vyhláška ministra zahraničních věcí o Mezinárodní úmluvě o ochraně výkonných umělců, výrobců zvukových záznamů a rozhlasových organizací.

⁷⁹ DOBŘIČHOVSKÝ, T. Mezinárodní smlouvy, úmluvy a dohody týkající se autorského práva. In: SRSTKA, J. - BARTÁK, J. - DOBŘIČHOVSKÝ, T. et al. *Autorské právo a práva související: vysokoškolská učebnice*. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019, s. 380-381.

⁸⁰ Tamtéž.

příslušníkovi jiné země, musí stejnou úroveň ochrany poskytnout i příslušníkům ostatních členských států.⁸¹

4.1.2. Zvláštní konvenční práva (*iura ex conventione*)

Dobřichovský dále zakotvuje mezi metody překonání zásady teritoriality vedle zásad cizineckého režimu také „národní minimální úroveň ochrany autorských práv, kdy hovoříme o tzv. zvláštních konvenčních právech, která vyplývají a jsou poskytována přímo na základě mezinárodní smlouvy. Tato úprava zvláštních konvenčních práv již obsahuje katalogy konkrétních majetkových a osobnostních práv, popř. navazující dovolené výjimky a omezení těchto práv.“⁸²

4.1.3. Bernská úmluva (1886)

Bernská úmluva o ochraně literárních a uměleckých děl z roku 1886 (dále též „**Bernská úmluva**“) byla první mezinárodní úmluvou, která se zabývá uznáváním zahraničních autorských práv a stanovila minimální úroveň ochrany autorských práv pro členské státy, označované jako státy Unie. Podle článků 5 odst. 1 a 3 Bernské úmluvy jsou členské státy povinny chránit autorská práva alespoň na minimální úrovni zakotvené v Bernské úmluvě. Bernské úmluvě jsou dále vlastní zásady neformální ochrany, teritoriality, asimilace a zásada nezávislosti ochrany ve státě ochrany na ochraně ve státě původu.⁸³

Bernská úmluva rozlišuje mezi díly užitého umění, která jsou chráněna průmyslovými vzory a mezi díly, která jsou chráněna autorským právem. Základním principem je princip národního zacházení, který vyžaduje, aby členské země poskytovaly stejnou úroveň ochrany dílům pocházejícím z jiných členských zemí jako dílům pocházejícím z jejich vlastní země. Článek 2 odst. 7 Bernské úmluvy umožňuje odchýlit se od tohoto principu v případě děl užitého umění a uplatňuje tzv. princip materiální reciprocity: „(...) *pro díla, jež jsou ve státě původu chráněna pouze jako vzory a modely, lze se v jiném státě Unie dovolávat jen zvláštní ochrany, jaká se přiznává v tomto státě vzorům a modelům.*“ To znamená, že pokud je dané dílo užitého umění chráněno ve formě průmyslových vzorů ve státě původu, lze se v ostatních státech dovolávat pouze průmyslověprávní ochrany, a to i v případě, že tento stát poskytuje autorskoprávní ochranu u děl užitého umění. Princip materiální reciprocity se neuplatňuje v rámci EU.⁸⁴

⁸¹ Tamtéž.

⁸² Tamtéž.

⁸³ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 1 AZ. In: HOLCOVÁ, I. et al. *Autorský zákon a předpisy související (včetně mezinárodních smluv a evropských předpisů). Komentář.* Praha: Wolter Kluwer ČR, 2019, 1692 s. 4-5.

⁸⁴ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. *Ochrana designu* [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/iktzZ>, kapitola

4.1.4. Dohoda TRIPS

Dohoda TRIPS vznikla v roce 1994 simultánně se Smlouvou Světové organizace duševního vlastnictví o právu autorském z roku 1996.⁸⁵ Dohoda TRIPS upravuje celou oblast práva duševního vlastnictví, tedy včetně práv průmyslových. V oblasti autorského práva a práv souvisejících s právem autorským odkazuje na minimální úroveň ochrany podle Bernské úmluvy. Dohoda TRIPS navíc obsahuje ustanovení o vymáhání práv duševního vlastnictví, rovněž přinesla účinnější možnosti řešení potenciálně vzniklých sporů, zavedla základní třístupňový test pro uplatnění výjimek a omezení výlučných autorských práv a některá práva související s právem autorským. Dohoda TRIPS jako jediná mezinárodní smlouva ve svém článku 3 obsahuje zásadu zacházení podle nejvyšších výhod.⁸⁶

4.2. Unijní rámec autorského práva a práv souvisejících

Evropská unie ani v oblasti autorského práva nezůstává pozadu a usiluje o harmonizační akty v nejrůznějších oblastech autorského práva a práv souvisejících s právem autorským. Přehled nařízení a směrnic EU o autorském právu a právech souvisejících s právem autorským je na webu ministerstva kultury a Evropské komise.⁸⁷ Významným hráčem v právu EU je Soudní dvůr Evropské unie, který poskytuje výklad pojmů právních předpisů EU. V oblasti autorského práva Soudní dvůr Evropské unie (dále též „SDEU“) již vyložil například pojem parodie⁸⁸, rozmnožování⁸⁹, sdělování veřejnosti⁹⁰, a mnoho dalších.⁹¹

4.3;

Rozsudek SDEU ze dne 30. 6. 2005 ve věci *Tod's SpA a Tod's France SARL s. Heyraud* (C-28/04), bod. 29 a násl.

⁸⁵ Sdělení č. 33/2002 Sb. m. s. Sdělení Ministerstva zahraničních věcí o přístupu České republiky ke Smlouvě Světové organizace duševního vlastnictví o právu autorském.

⁸⁶ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. *Ochrana designu* [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/iktzZ>, kapitola 4.3.

⁸⁷ Nařízení a směrnice EU o autorském právu a právech souvisejících s právem autorským, *Ministerstvo kultury* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/narizeni-a-smernice-eu-o-autorskem-pravu-a-pravech-souvisejicich-s-pravem-autorskym-cs-695>;

The EU copyright legislation, *European Commission* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/copyright-legislation>.

⁸⁸ Rozsudek SDEU ze dne 3. 9. 2014 ve věci *Johan Deckmyn a Vrijheidsfonds VZW v Helena Vandersteen a ostatní* (C-201/13).

⁸⁹ Rozsudek SDEU ze dne 16. 7. 2009 ve věci *Infopaq International A/S a Danske Dagblades Forening* (C-5/08).

⁹⁰ Rozsudek SDEU ze dne 13. 2. 2014 ve věci *Nils Svensson and Others a Retriever Sverige AB* (C-466/12).

⁹¹ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 1 AZ. In: HOLCOVÁ, I. et al. *Autorský zákon a předpisy související (včetně mezinárodních smluv a evropských předpisů)*. Komentář. Praha: Wolter Kluwer ČR, 2019, 1692 s. 12.

4.3. Autorské právo a módní průmysl

Módní průmysl provází neustálá snaha jeho aktérů o vytvoření jedinečných a inovativních módních kousků, které vyniknou na konkurenčním trhu. Dosáhnout absolutní originality je však složitý úkol vzhledem k různým faktorům, jako je obrovské množství existujících návrhů a vliv trendů. Není tedy výjimkou situace, kdy výsledek tvorby nesplňuje předpoklad jedinečnosti. Takové tendence se často objevují u kolekcí ready-to-wear. V takových případech je splnění požadavku jedinečnosti obtížné, nicméně není vyloučeno, že se mezi ready-to-wear kolekcemi vyskytují i originální kusy. Jinak je to u kategorie zakázkové tvorby zpravidla pro jednoho zákazníka, jemuž je oděv ušit na míru. V tomto případě se pravděpodobně bude jednat o výrobek, u něhož bude splnění požadavků na jedinečnost snazší, neboť se pravděpodobně bude jednat o jediný kus, podobně jako v případě haute couture. Originalita je u haute couture zásadním prvkem, takže o autorskoprávní ochraně v rámci haute couture není pochyb.⁹²

V České republice doposud není k dispozici judikatura zabývající se předmětnou právní oblastí. Častým zdrojem sporů o autorská práva v zahraničí jsou spory mezi designérskými značkami a značkami rychlé módy, které se často inspiřují až příliš podrobně, nad rámec běžné inspirace. Vzhledem k tomu, že módní návrhy jsou často inspiřovány minulými trendy, mohou být nároky na originalitu i těch nejzavedenějších luxusních módních domů zmařeny, pokud je nejnovější trend příliš inspiřován dřívějším módním návrhem.⁹³

Módní návrhářka Vanessa Bruno zažalovala společnost Zara, protože jedna z halenek značky rychlé módy kopířovala části jejích šatů z roku 2008. Po bližším prozkoumání pařížský odvolací soud zjistil, že původní součásti šatů se dříve objevily v módních publikacích z dvacátých a osmdesátých let minulého století ve vydání časopisu Vogue. Vzhledem k tomu, že se nejednalo o jedinečný design, nebylo možné k jeho ochraně použít autorská práva. Žaloba Vanessy Bruno byla proto zamítnuta.⁹⁴ To svědčí o tom, že domoci se ochrany prostřednictvím autorských práv pro

⁹² BLAAZER, E. The contrast between haute couture and ready-to-wear. *FashionUnited* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://fashionunited.com/news/background/the-contrast-between-haute-couture-and-ready-to-wear/2023063054605>.

⁹³ BURBIDGE, R. *European fashion law: a practical guide from start-up to global success*. Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2019, s. 60-61.

⁹⁴ Rozsudek Tribunal de grande instance de Paris ze dne 1. 4. 2011 ve věci Vanessa Bruno proti Zara France (č. 2008/16795).

módní tvorbu může být náročné. V důsledku toho je zcela běžné, že módní značky v EU uplatňují souběžně také nárok na právo k průmyslovým vzorům.⁹⁵

4.4. Právní prostředky autorskoprávní ochrany

Užití autorského díla bez svolení autora k užití autorského díla formou licence ve smyslu ustanovení § 12 odst. 1 AZ, vykonavatelů majetkových autorských práv či v rozporu s podmínkami daného svolení, představuje porušení práva autorského nebo práv souvisejících s právem autorským. Následky neoprávněného zásahu do autorských práv lze obecně rozdělit do dvou hlavních kategorií. První z nich jsou soukromoprávní následky, které se týkají oblasti občanského práva a mají za cíl ochranu práv vlastníka autorského díla. Druhou kategorií jsou následky veřejnoprávní týkající se trestního práva a mají za úkol stíhat a sankcionovat osoby, které se dopustí porušení podle ustanovení § 270 zákona č. 40/2009 Sb., trestního zákoníku (dále též „TZ“) – porušení autorského práva, práv souvisejících s právem autorským a práv k databázi. Mezi dalšími veřejnoprávními následky ještě existují postihy na úrovni přestupků, v případě, že vznikne nepatrný zásah do autorských práv ve smyslu ustanovení § 105a AZ.⁹⁶

Ustanovení § 40 odst. 1 AZ stanovuje obecnou specifikaci nároků, kterých se může autor domáhat v případě porušení jeho práva, a to jak osobnostně právní povahy, tak i povahy ryze majetkové. Mezi tyto nároky patří například nárok na určení jeho autorství, zákaz ohrožení jeho práva, zákaz neoprávněné výroby, neoprávněného obchodního odbytu, dovozu nebo vývozu originálu nebo rozmnoženiny či napodobeniny díla. Autorský zákon také taxativně přiznává autorům (příp. odvozeně i dalším osobám) práva vůči celním orgánům a orgánům vykonávajícím státní statistickou službu, aniž by museli být účastníky celního řízení, právo na informace. Kromě toho se může autor podle ustanovení § 43 AZ rovněž domáhat sdělení údajů o původu neoprávněně zhotovených rozmnoženin, o způsobu jejich užití a o totožnosti osob, které se neoprávněného zhotovení rozmnoženin účastní, jakož i uveřejnění vykonatelného předběžného opatření nebo pravomocného rozsudku. Vedle toho se autor může mimo jiné domáhat poskytnutí přiměřeného zadostiučinění za způsobenou nemajetkovou újmu, práva na náhradu škody, práva uveřejnit rozsudek na náklady účastníka a vydání bezdůvodného obohacení. Porušení autorského práva je založena na objektivní odpovědnosti, tj. vzniká nezávisle na zavinění.⁹⁷

⁹⁵ BURBIDGE, R. *European fashion law: a practical guide from start-up to global success*. Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2019, s. 60-61.

⁹⁶ HOLCOVÁ, I. Komentář k § 105a AZ. In: Žikovská, I. et al. *Autorský zákon a předpisy související (včetně mezinárodních smluv a evropských předpisů)*. Komentář. Praha: Wolter Kluwer ČR, 2019, s. 736-739.

⁹⁷ Tamtéž.

5. Ochrana poskytovaná průmyslovým vzorem

Základem průmyslového vzoru je design, tj. vzhled výrobku nebo jeho části. ZOPV pracuje s pojmem „průmyslový vzor“, zatímco slovenský zákon č. 444/2002 Z. z., o dizajnoch, ve znění pozdějších předpisů používá přímo pojmu „dizajn“ z anglického *design* (původ z francouzského „*désigner*“). Anglicky se průmyslový vzor označuje jako „*industrial design*“. Právní úprava průmyslových vzorů spadá do oblasti průmyslového práva, avšak průmyslový vzor se odlišuje od ostatních předmětů v této oblasti. Na rozdíl od vynálezů a užitných vzorů, které představují technická řešení v širším slova smyslu, jsou průmyslové vzory výsledkem tvůrčí činnosti designérů.⁹⁸

5.1. Mezinárodněprávní ochrana průmyslového vzoru

V českém právním řádu platí pro práva duševního vlastnictví již výše zmíněná zásada teritoriality. Jinými slovy, pokud je průmyslový vzor zapsán v České republice, požívá ochrany pouze v České republice. Pokud původce průmyslového vzoru chce mít zajištěnu právní ochranu i v zahraničí, musí absolvovat zápisné řízení v příslušných zemích. Tento proces může být však velmi namáhavý a nákladný, proto se nabízí vhodnější způsob pro získání zápisu ve více zemích v rámci jedné přihlášky na základě mezinárodních smluv. Při využití mezinárodního zápisu průmyslového vzoru podle Haagského systému, musí původce průmyslového vzoru podat přihlášku u mezinárodního úřadu Světové organizace duševního vlastnictví, aby získal zápis pro více zemí. Česká republika není přímo stranou Ženevského aktu Haagské dohody, ale díky členství v Evropské unii, která je její stranou, je Česká republika stranou zprostředkovaně.⁹⁹ Přihláška je nejprve podrobena formálnímu průzkumu a v případě kladného výsledku se průmyslový vzor zapíše do Mezinárodního rejstříku a zveřejní ve Věstníku WIPO. Věcný průzkum provádí do šesti (případně až dvanácti) měsíců úřady států, ve kterých má být průmyslový vzor chráněn. Základní doba ochrany je pět let, po uplynutí je třeba požádat o prodloužení, přičemž maximální dobu ochrany si určuje každý jednotlivý stát sám.¹⁰⁰

⁹⁸ ČADA, K. Průmyslové vzory. In: HORÁČEK, R. – ČADA, K. – HAJN, P. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, s. 251.

⁹⁹ Rozhodnutí Rady ze dne 18. prosince 2006, kterým se schvaluje přistoupení Evropského společenství k Ženevskému aktu Haagské dohody o mezinárodním zápisu průmyslových vzorů, přijatému v Ženevě dne 2. července 1999.

¹⁰⁰ ČADA, K. Průmyslové vzory. In: HORÁČEK, R. – ČADA, K. – HAJN, P. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, s. 294-295.

5.2. Unijní úprava průmyslového vzoru

Evropská komise vnímala rozdíly v národních předpisech týkajících se práv k duševnímu vlastnictví v souvislosti s vyvíjející se situací v oblasti průmyslových vzorů, která se vyznačuje technologickým pokrokem, globalizací a měnícími se požadavky spotřebitelů, jako překážku jednotného vnitřního trhu. Uvědomila si potřebu přizpůsobit stávající rámce právní ochrany průmyslových vzorů těmto změnám a snažila se harmonizovat právní předpisy v oblasti duševního vlastnictví a vytvořit jednotný systém ochrany průmyslových vzorů mezi členskými státy. Na počátku současné unijní regulace průmyslových vzorů stála tzv. Zelená kniha o právní ochraně průmyslových vzorů (anglicky *Green Paper on the Legal Protection of Industrial Design*), která se vyslovila pro přijetí autonomních právních předpisů Společenství, tzn. harmonizaci právních úprav členských států a unifikaci práva průmyslových vzorů na komunitární úrovni. Po dlouhých konzultačních slyšeních a četných diskusích, jejichž cílem bylo vyhovět různým potřebám různých odvětví průmyslových vzorů (od hraček přes textilní průmysl, módu, lehké strojírenství, optiku až po automobilový průmysl), došlo k přijetí směrnice Evropského parlamentu a Rady ze dne 13. října 1998 č. 98/71/CE o právní ochraně průmyslových vzorů (dále též „**směrnice o ochraně průmyslových vzorů**“) a nařízení č. 6/2002, které přineslo dvě celoevropská práva k průmyslovým vzorům, a sice zapsaný a nezapsaný průmyslový vzor Společenství. Bez ohledu na formu ochrany má právo k průmyslovému vzoru Společenství stejný účinek v celé EU. Původci průmyslových vzorů, kteří se původně rozhodli pro národní zapsané právo a chtějí následně vstoupit do tržního prostoru EU vyzbrojeni širším právem, se mohou spolehnout (pokud to připadá v úvahu) na svá národní data podání, aby získali právo přednosti pro zapsaný průmyslový vzor Společenství, nebo dokonce získat právo přednosti mimo region EU ve smluvních státech Pařížské úmluvy nebo Haagské dohody.¹⁰¹

5.2.1. Zapsaný průmyslový vzor Společenství

Řízení o zápisu průmyslových vzorů Společenství probíhá před Úřadem Evropské unie pro duševní vlastnictví (dále též „**EUIPO**“). EUIPO provádí pouze formální věcný průzkum zápisné způsobilosti, tj. pověřuje pouze, zda se jedná o průmyslový vzor podle článku 3 písm. a) nařízení č. 6/2002 a nikoliv předpoklady novosti a individuální povahy. Ty jsou řešeny až v rámci sporného

¹⁰¹ Legal review on industrial design protection in Europe. *European Commission*. 2016, MARKT2014/083/D [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://www.ecar-alliance.eu/wp-content/uploads/ET-04-16-452-EN-N.pdf>, s. 25-26; Vyhláška ministra zahraničních věcí č. 64/1975 Sb., o Pařížské úmluvě na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 20. března 1883, revidované v Bruselu dne 14. prosince 1900, ve Washingtonu dne 2. června 1911, v Haagu dne 6. listopadu 1925, v Londýně dne 2. června 1934, v Lisabonu dne 31. října 1958 a ve Stockholmu dne 14. července 1967, ve znění vyhlášky ministra zahraničních věcí č. 81/1985 Sb.

řízení o prohlášení neplatnosti před EUIPO nebo některým ze soudů pro průmyslové vzory Společenství. Po úspěšném zápisu průmyslového vzoru Společenství (dále též „RCD“) poskytuje vlastníku výlučné právo na užívání, a to po dobu pět let s maximálním prodloužením na dvacet pět let. Zápis průmyslového vzoru Společenství může být vlastníkem průmyslového vzoru převeden a převody jsou na žádost zapsány do rejstříku.¹⁰² Žádost o zápis převodu u mezinárodního průmyslového vzoru s vyznačením Evropské unie však musí být podána u mezinárodního úřadu (článek 16 Ženevského aktu Haagské dohody o mezinárodním zápisu průmyslových vzorů). Stejně jako u průmyslového vzoru v českém právním řádu vlastní RCD může také poskytnout souhlas s užíváním průmyslového vzoru jiným osobám prostřednictvím licencí.¹⁰³

5.2.2. Nezapsaný průmyslový vzor Společenství

Nezapsaný průmyslový vzor Společenství (dále též „UCD“) vzniká pouhým zveřejněním a zakládá ochranu po dobu tří let od data zveřejnění. Tímto neformálním právem bylo vyhověno požadavkům průmyslu a tvůrců na právo na ochranu průmyslového vzoru, které by poskytovalo širokou územní ochranu a bezpečnost pro výrobky s krátkou životností bez složitého a nákladného postupu zápisu. Hmotněprávní podmínky pro získání ochrany jsou stejné pro zapsané i nezapsané průmyslové vzory, a sice průmyslový vzor musí být nový a mít individuální povahu podle článku 4 odst. 1 nařízení č. 6/2002. Průmyslový vzor, ať už zapsaný nebo nezapsaný, je podle článku 5 odst. 1 písm. a) nařízení č. 6/2002 považován za nový, pokud před datem, kdy byl design poprvé zpřístupněn veřejnosti, nebyl veřejnosti zpřístupněn žádný shodný design. Podle článku 5 odst. 2 nařízení č. 6/2002 se průmyslové vzory se považují za shodné, pokud se jejich znaky liší pouze v nepodstatných detailech. Novost se zkoumá na základě individuálního srovnání s již existujícími průmyslovými vzory. Pokud byl průmyslový vzor zpřístupněn veřejnosti v EU v souladu s postupy stanovenými v článku 11 odst. 2 nařízení č. 6/2002, požívá ochrany jako UCD, aniž by bylo nutné podat formální žádost o zápis průmyslového vzoru. Podle článku 19 odst. 2 nařízení č. 6/2002 je ochrana poskytovaná vlastníku UCD omezená, neboť vlastník je chráněn pouze proti kopírování svého průmyslového vzoru. Objektivně dochází ke kopírování, pokud napodobovaný vzor vyvolává u informovaného uživatele stejný celkový dojem jako nezapsaný vzor Společenství. Subjektivně se za kopírování chráněného průmyslového vzoru nepovažuje užití průmyslového vzoru, které je výsledkem nezávislé tvůrčí práce původce, o němž se lze důvodně domnívat, že

¹⁰² Design guidelines, 11.2.4. Transfers. *EUIPO* [online]. 2022 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://guidelines.euipo.europa.eu/1934976/1949675/designs-guidelines/11-2-4-transfers>.

¹⁰³ Design guidelines, 11.2.5.1 General principles. *EUIPO* [online]. 2022 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://guidelines.euipo.europa.eu/1934976/1949679/designs-guidelines/11-2-5-1-general-principles>.

není obeznámen s průmyslovým vzorem, který vlastník zpřístupnil veřejnosti. V takovém řízení leží důkazní břemeno ohledně existence napodobeniny na vlastníku nezapsaného průmyslového vzoru.¹⁰⁴

5.3. Zákon o ochraně průmyslových vzorů

ZOPV plně implementuje směrnici o ochraně průmyslových vzorů. Směrnice o ochraně průmyslových vzorů stanoví povinnost členských států zahrnout do svých národních právních řádů *sui generis* režim ochrany, který umožňuje zápis průmyslových vzorů. Podle ustanovení § 37 ZOPV je ochrana zapsaných průmyslových vzorů postavena na registračním principu s plným věcným průzkumem zápisné způsobilosti, což je v mezinárodním měřítku raritou v porovnání s Francií, Španělskem, Itálií nebo zeměmi Beneluxu, kde se věcný průzkum neprovádí. Pracovník ÚPV provádí tedy nejen formální průzkum, tj. zda má přihláška průmyslového vzoru požadované náležitosti, ale také zkoumá, zda předmět přihlášky je vůbec průmyslovým vzorem, zda splňuje kritéria novosti, individuální povahy a soulad s dobrými mravy a veřejným pořádkem, a zda nekoliduje s tzv. staršími právy.¹⁰⁵ Dále je ochrana průmyslových vzorů spojená s principem teritoriality a principem poplatkovým.¹⁰⁶

Průmyslovým vzorem je podle ustanovení § 2 písm. a) ZOPV „*vzhled výrobku nebo jeho části, spočívající zejména ve znacích linií, obrysů, barev, tvaru, struktury nebo materiálů výrobku samotného, nebo jeho zdobení*“ a výrobkem se podle ustanovení § 2 písm. b) ZOPV rozumí „*průmyslově nebo řemeslně vyrobený předmět, včetně součástí určených k sestavení do jednoho složeného výrobku, obal, úprava, grafický symbol a typografický znak, s výjimkou počítačových programů*“.

Příkladem průmyslového vzoru může být slavnostní doktorský talár a čepice k slavnostnímu doktorskému taláru (číslo zápisu 35844, číslo přihlášky 2012-38980, původce Mgr. Anna Benešová, vlastník Metropolitní univerzita Praha, o.p.s., Locarnské zatřídění 02-02, 02-03, tj. třída

¹⁰⁴ HIRSCH, B. Unregistered community designs: a secret weapon in design protection? *Schoenherr* [online]. 2021 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.schoenherr.eu/content/unregistered-community-designs-a-secret-weapon-in-design-protection/>.

¹⁰⁵ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Ochrana designu [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/iktzZ>, kapitola 4.5.

¹⁰⁶ KOUKAL, P. *Právní ochrana designu - průmyslové vzory, autorská díla*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, s. 21.

oděvní výrobky a galanterie, podtřída oblečení a pokrývky hlavy).¹⁰⁷ Více o Locarnském zatřídění dále.

Obrázek

Vyobrazení



1. 1



2. 1

108

Podle ustanovení § 2 písm. d) ZOPV se osobě, která vytvoří průmyslový vzor vlastní tvůrčí činností, nazývá původce. Pokud se na této tvůrčí činnosti podílí více osob, označují se jako spolupůvodci.

5.4. Předpoklady zápisné způsobilosti

Pro ochranu designu jako zapsaného průmyslového vzoru je nezbytné, aby daný design splňoval kritéria novosti a individuální povahy. Pokud se jedná o průmyslový vzor aplikovaný na součástku výrobku, tato součástka podle ustanovení § 3 odst. 2 ZOPV musí zůstat viditelná i po začlenění do složeného výrobku při běžném užívání a musí obsahovat znaky novosti a individuální povahy. Podle ustanovení § 7 ZOPV se při posuzování zápisné způsobilosti neberou v úvahu znaky, které jsou nezbytné pro technickou funkci průmyslového vzoru nebo pro mechanické spojení s jiným výrobkem.¹⁰⁹

¹⁰⁷ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Ochrana designu [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/iktzZ>, kapitola 4.5.

¹⁰⁸ Slavnostní talár [fotografie]. Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2023 [cit. 2022-08-04]. Dostupné z: <https://isdv.upv.cz/>.

¹⁰⁹ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Ochrana designu [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://shorturl.at/iktzZ>, kapitola 4.5.

5.4.1. Novost

Ustanovení § 4 ZOPV stanovuje, že: „*průmyslový vzor se 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 liší pouze nepodstatně*“. Podle důvodové zprávy je novost designu chápána jako absolutní světová novost. Toto kritérium je objektivní, a pro určení novosti není rozhodující, zda tvůrce vytvořil svůj design nezávisle. Nelze tudíž chránit průmyslové vzory, které již byly v minulosti zveřejněny.¹¹⁰

5.4.2. Individuální povaha

Ustanovení § 5 odst. 1 ZOPV stanovuje, 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*“. Podle ustanovení § 5 odst. 2 ZOPV se při posuzování tohoto znaku bere v úvahu míra volnosti, kterou měl tvůrce při vývoji vzoru. V případě, že návrhář má velkou volnost při navrhování, jak je tomu například u šatů, bude rozsah ochrany větší než u výrobku, kde je volnost při navrhování menší, jako u hodinek.¹¹¹ Individuální povaha průmyslového vzoru je určena celkovým dojmem, který vyvolá u informovaného uživatele. Definice této fiktivní osoby není důležitá pouze pro zjištění zvláštností průmyslového vzoru, nýbrž také pro stanovení rozsahu ochrany, která vyplývá z jeho zápisu do rejstříku. Stejně jako u právní ochrany technických řešení, kde se předpokládá, že průměrný odborník je obeznámen se stavem techniky, u ochrany průmyslových vzorů se předpokládá, že informovaný uživatel má určitou znalost o vnějších úpravách výrobků.¹¹² Informovaným uživatelem je tedy osoba, která má určité množství znalostí a uvědomění v oboru (zde v oblasti módy).

Definici informovaného uživatele také upřesnil Soudní dvůr EU ve věci *PepsiCo, Inc. v. Grupo Promer mon Graphic SA*, v bodě 53: „*nařízení č. 6/2002 pojem „informovaný uživatel“ nedefinuje. Je však třeba jej chápat (...) 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*

¹¹⁰ Důvodová zpráva k zákonu č. 207/2000 Sb. ze dne 10. 2. 2000. In: CODEXIS ACADEMIA [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 2023-08-04].

¹¹¹ BURBIDGE, R. *European fashion law: a practical guide from start-up to global success*. Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2019, s. 86.

¹¹² Důvodová zpráva k zákonu č. 207/2000 Sb. ze dne 10. 2. 2000. In: CODEXIS ACADEMIA [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 2023-08-04].

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.“. V bodě 59 dále: „(...) 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.“¹¹³

Předpoklady novosti a individuální povahy jsou zásadní, neboť brání tomu, aby módní značky získaly monopol na standardní oděvní výrobky, jako jsou pružovaná trička nebo džíny s krátkým střihem. Neznamena to, že není možné získat ochranu průmyslového vzoru pro trička nebo džíny, ale tento vzor musí být „nový“ a nesmí být považován za „běžný“ v oblasti průmyslových vzorů, a zároveň musí splnit kritérium individuální povahy.¹¹⁴

5.4.3. Zpřístupnění veřejnosti

Pro posouzení novosti a individuální povahy průmyslového vzoru je podle ustanovení § 6 odst. 1 ZOPV klíčové tzv. zpřístupnění veřejnosti, což zahrnuje jakékoli zveřejnění, které proběhlo bez výslovného nebo předpokládaného požadavku na důvěrnost. Výhrada nebo podmínka důvěrnosti může být uplatněna v rámci obchodních jednání, kdy je průmyslový vzor zpřístupněn obchodnímu partnerovi, který není oprávněn sdělit jeho podstatu třetím stranám nebo provést jiné kroky, které by porušily tuto podmínku. Podle ustanovení § 6 odst. 2 ZOPV se dále ze zpřístupnění veřejnosti vyjímají případy, které byly zpřístupněny veřejnosti původcem průmyslového vzoru nebo jeho právním nástupcem jako důsledek poskytnuté informace nebo jednání během 12 měsíců předem dnem podání přihlášky.¹¹⁵

Soudní dvůr EU se zabýval otázkou zpřístupnění veřejnosti ve svém rozsudku ve věci H. Gautzsch Großhandel GmbH & Co. KG proti Münchener Boulevard Möbel Joseph Duna GmbH. V roce 2006 uvedla společnost Gautzsch Großhandel na trh zahradní altán, který byl podobný altánu vyvinutému společností MBM Joseph Duna v roce 2004. Společnost MBM Joseph Duna tvrdila, že její vzor byl zveřejněn v katalogu a distribuován obchodníkům v roce 2005. Společnost

¹¹³ Rozsudek SDEU ze dne 20. 10. 2011 ve věci PepsiCo, Inc. v. Grupo Promer mon Graphic SA (C-281/10).

¹¹⁴ BURBIDGE, R. *European fashion law: a practical guide from start-up to global success*. Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2019, s. 86.

¹¹⁵ Důvodová zpráva k zákonu č. 207/2000 Sb. ze dne 10. 2. 2000. In: CODEXIS ACADEMIA [právní informační systém]. ATLAS consulting [cit. 2023-08-04].

Gautzsch Großhandel však tvrdila, že její vzor byl vyvinut dříve a zpřístupněn ve výstavních prostorech v Číně a v Belgii. SDEU musel rozhodnout, zda byl vzor zpřístupněn veřejnosti a zda se stal známým v odborných kruzích v Evropské unii. SDEU dospěl k závěru, že obchodní použití je způsobem zpřístupnění vzoru veřejnosti. Distribuce vzoru obchodníkům v rámci Unie postačuje k tomu, aby se vzor stal známým v odborných kruzích specializovaných v daném oboru. SDEU rovněž stanovil, že distribuce nezapsaného průmyslového vzoru obchodníkům v rámci Unie postačuje k tomu, aby bylo možné mít za to, že se vzor stal známým v odborných kruzích specializovaných v daném oboru. S ohledem na to, že Čína nemusí sledovat trh obvyklým způsobem, bylo otázkou, zda je zpřístupnění vzoru na jejím území relevantní. SDEU však došel k závěru, že není nutné, aby k zpřístupnění došlo na území Unie. Vzor však nemůže být považován za zpřístupněný veřejnosti, pokud události zakládající zpřístupnění nebyly známé v odborných kruzích v rámci Unie a specializovaných v daném oboru během obvyklých obchodních činností. Dané skutečnosti by však musel posoudit vnitrostátní soud.¹¹⁶

Po zveřejnění běží dvanácti měsíční tzv. ochranná lhůta. Během této lhůty může původce vzor užívat, ale aby získal ochranu zapsaným průmyslovým vzorem, musí podat přihlášku do dvanácti měsíců od okamžiku, kdy byl průmyslový vzor poprvé zveřejněn. Podle ustanovení § 8 a 9 ZOPV průmyslový vzor nesmí být v rozporu s veřejným pořádkem, dobrými mravy a nesmí kolidovat se staršími právy, například se nemůže jednat o vulgární nebo urážlivé symboly na oblečení.¹¹⁷

5.5. Rozsah a doba ochrany

Podle ustanovení § 10 odst. 1 ZOPV je rozsah ochrany dán vyobrazením průmyslového vzoru v rejstříku 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.*“

¹¹⁶ Rozsudek SDEU ze dne 13. 2. 2014 ve věci H. Gautzsch Großhandel GmbH & Co. KG proti Münchener Boulevard Möbel Joseph Duna GmbH (C-479/12).

¹¹⁷ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Ochrana designu [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/iktzZ>, kapitola 4.5.

Doba ochrany průmyslového vzoru činí pět let od podání přihlášky, a lze opakovaně prodlužovat po pěti letech až na maximální dobu dvacet pět let (ustanovení § 11 odst. 2 ZOPV). S žádostí o obnovu je žadatel povinen zaplatit správní poplatek.¹¹⁸

Stanovení rozsahu ochrany je klíčové pro užívání průmyslového vzoru a zabránění třetím osobám, které nemají souhlas vlastníka průmyslového vzoru, v jeho užívání. V případě neoprávněného zásahu má vlastník právo požadovat zákaz rušení práva, odstranění následků porušení a v případě vzniku škody také má právo na náhradu škody. Současně může vlastník požadovat mimo jiné zničení výrobků porušujících práva v souladu s článkem 46 dohody TRIPS.¹¹⁹

5.6. Locarnské třídění

Před podáním přihlášky je také nutné průmyslový vzor zařadit. Locarnské třídění je mezinárodní systém používaný pro třídění průmyslových vzorů. Je pojmenováno podle města Locarno ve Švýcarsku, kde byla v roce 1968 uzavřena Locarnská dohoda.¹²⁰ Locarnský systém mezinárodního třídění spravuje Světová organizace duševního vlastnictví. V Evropské unii se používá seznam výrobků označovaný jako „Eurolocarno“, který sestavil EUIPO, jenž právě vychází z locarnského třídění.¹²¹ Účelem této dohody bylo vytvořit systém mezinárodního třídění průmyslových vzorů obdobně jako v případě ochranných známek a Vídeňského třídění.¹²² Tento systém kategorizuje průmyslové vzory podle jejich účelu a podpůrně podle předmětu, který představují a umožňuje původcům průmyslových vzorů registrovat své průmyslové vzory v cizích zemích pomocí standardizovaného klasifikačního systému. Systém se skládá z 32 tříd, z nichž každá se dále dělí na podtřídy. Pro módní průmysl bude relevantní zejména třída 02 – oděvní výrobky a galanterie, 03 – cestovní potřeby, kufry, slunečníky a předměty osobní potřeby

¹¹⁸ Částka je stanovena v zákoně č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, kdy prodloužení poprvé o pět let 3 000,- Kč, podruhé o pět let 6 000,- Kč, potřetí o pět let 9 000,- Kč a počtvrté o pět let 12 000,- Kč.

¹¹⁹ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Ochrana designu [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/iktzZ>, kapitola 4.5.

¹²⁰ Vyhláška č. 28/1981 Sb. Vyhláška ministra zahraničních věcí o Locarnské dohodě o zřízení mezinárodního třídění průmyslových vzorů a modelů, podepsané v Locarnu dne 8. října 1968.

¹²¹ Locarnské třídění (průmyslové vzory). EUIPO [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/cs/locarno-classification>.

¹²² Vyhláška č. 118/1979 Sb. Vyhláška ministra zahraničních věcí o Niceské dohodě o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek ze dne 15. června 1957, revidované ve Stockholmu dne 14. července 1967 a v Ženevě dne 13. května 1977; Vyhláška č. 13/1976 Sb. Vyhláška ministra zahraničních věcí o Smlouvě mezi Československou socialistickou republikou a Švýcarskou konfederací o ochraně údajů o původu, označení původu a jiných zeměpisných označení.

neobsažené v jiných třídách, 05 – textilní výrobky a 11 – ozdobné výrobky. Módní návrháři by pro účely zápisu průmyslového vzoru měli nejprve určit, do které třídy jejich návrh spadá podle účelu a předmětu, který představují. Pokud například módní návrhář vytvoří nový design kabelky, zařadí jej do třídy 03.¹²³

5.7. Práva vyplývající ze zápisu

Vytvoření průmyslového vzoru je právní skutečností, s níž ZOPV spojuje právo podat přihlášku průmyslového vzoru. Právo k průmyslovému vzoru má podle ustanovení § 12 odst. 1 ZOPV původce nebo jeho právní nástupce. Původcem průmyslového vzoru může být jen osoba fyzická, právnická osoba může být pouze subjektem odvozeným.¹²⁴ Podle ustanovení § 19 ZOPV poskytuje zapsaný průmyslový vzor ode dne podání přihlášky jeho vlastníku „*výlučné právo užívat průmyslový vzor, bránit třetím osobám užívat jej bez jeho souhlasu, poskytnout souhlas s užíváním průmyslového vzoru jiným osobám nebo na ně právo na průmyslový vzor převést.*“ Tato práva se podle ustanovení § 23 ZOPV nevztahují na jednání třetích osob uskutečněná pro neobchodní účely, experimentální účely nebo pro účely citace nebo výuky, případně na další případy uvedené v odstavci 2.¹²⁵

5.8. Řízení o přihlášce průmyslového vzoru

Řízení o zápisu průmyslového vzoru do rejstříku se vede u ÚPV. Pro zápis u ÚPV se vyžaduje podání přihlášky, ideálně s použitím bezplatně dostupného úředního formuláře, který lze získat online nebo v podatelně ÚPV, a zaplacení poplatku. Ustanovení § 35 ZOPV stanovuje náležitosti přihlášky, kterými jsou zejména žádost o zápis průmyslového vzoru do rejstříku, identifikaci původce a přihlašovatele a určení výrobku, v němž je průmyslový vzor ztělesněn nebo na němž je aplikován. Nejdůležitější přílohou přihlášky je vyobrazení průmyslového vzoru, které určuje předmět ochrany a rozsah této ochrany. Vyobrazení může být ve formě fotografie nebo výkresu. Přihláška může být jednoduchá nebo hromadná. Jednoduchou přihláškou se požaduje zápis

¹²³ Mezinárodní třídění pro průmyslové vzory. *Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. 2021 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://shorturl.at/kpANX>.

¹²⁴ Důvodová zpráva k návrhu zákona o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů, č. 207/2000 Dz. Beck-online [online]. Publikováno 2000 [cit. 20. 11. 2023].

¹²⁵ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Ochrana designu [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/iktzZ>, kapitola 4.6.

jednoho průmyslového vzoru do rejstříku. Hromadnou přihláškou se žádá zápis dvou nebo více průmyslových vzorů. Podáním přihlášky vzniká přihlašovatelovi právo přednosti.¹²⁶

ÚPV následně provádí jak formální, tak věcný průzkum přihlášky, během kterého prověřuje, zda přihláška a předmět přihlášky splňují podmínky požadované zákonem. Posuzuje tedy, jak již výše zmíněno, na rozdíl od evropské úpravy nejen formální správnost, ale i předpoklady novosti a individuální povahy průmyslového vzoru. Podle ustanovení § 37 ZOPV ÚPV zapíše průmyslový vzor do rejstříku a přihlašovatelovi vydá o zápisu osvědčení, pokud nedojde k zastavení řízení či zamítnutí přihlášky například pro neodstranění formálních nedostatků po vyzvání, nesplnění požadovaných předpokladů podle ZOPV nebo při kolizi se starším shodným průmyslovým vzorem.¹²⁷

5.9. Zánik a výmaz průmyslového vzoru

Právo z průmyslového vzoru podle ustanovení § 26 ZOPV zaniká ze dvou důvodů, a sice uplyne-li doba ochrany, přičemž žádost o obnovu doby ochrany nebyla podána či žádosti nebylo vyhověno, nebo pokud se práva z průmyslového vzoru vlastník vzdá.

Důvody pro výmaz průmyslového z rejstříku jsou taxativně stanoveny v ustanovení § 27 ZOPV. Mezi důvody jsou uváděny například nesplnění podmínky novosti, individuálního charakteru nebo zápisné způsobilosti vzoru. Podle ustanovení § 29 odst. 1 ZOPV výmaz provádí ÚPV na základě písemného návrhu, který musí být věcně odůvodněn a musí k němu být předloženy důkazní prostředky.

5.10. Průmyslový vzor a jeho využití v módním průmyslu

Pokud módní značka, resp. módní návrhář vytvoří nový design, který splňuje zákonné požadavky pro zápis a tento design chce produkovat opakovaně a po delší dobu, vyplatí se takový design zaregistrovat, a to buď na národní úrovni u ÚPV nebo na úrovni EU u EUIPO. Nezapsané průmyslové vzory Společenství mohou být praktickým řešením pro malé podniky a módní návrháře začátečníky, pro které skutečnost, že právní ochrana vzniká až po zpřístupnění průmyslového vzoru veřejnosti, nemusí představovat problém. Hlavní nevýhodou UCD je, že trvá

¹²⁶ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Ochrana designu [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/iktzZ>, kapitola 4.8.

¹²⁷ Tamtéž.

pouze tři roky od data, kdy byl design poprvé zpřístupněn veřejnosti, zatímco ochrana RCD je poskytována na dobu pěti let a lze ji vždy o dalších pět let prodloužit až na maximálních dvacet pět let. Vlastník průmyslového vzoru ať zapsaného nebo nezapsaného může zabránit třetím osobám v užívání průmyslového vzoru bez jeho souhlasu; nicméně podle článku 19 nařízení č. 6/2002 UCD poskytuje svému vlastníku toto právo pouze tehdy, pokud takové užití představuje vědomé úmyslné napodobení či kopírování takto chráněného průmyslového vzoru. Napadené užití se nepovažuje za výsledek kopírování chráněného (průmyslového) vzoru, pokud vyplývá z nezávislé tvůrčí práce původce (průmyslového) vzoru, u něhož se lze důvodně domnívat, že nebyl obeznámen s (průmyslovým) vzorem, který byl zpřístupněn veřejnosti vlastníkem (srov. článek 19 odst. 2 nařízení č. 6/2002). Obdobně jako u autorského práva může vlastník RCD poskytnout souhlas s užíváním prostřednictvím licencí podle OZ, ale na rozdíl od autorského práva lze toto právo podle ustanovení § 30 odst. 1 ZOPV také převést třetím osobám.¹²⁸

V módním průmyslu hraje velkou roli sezónnost módy, která představuje značnou výzvu při plnění předpokladu novosti, jako je tomu u níže uvedeného případu Crocs v. OHIM.¹²⁹ Módní trendy mají tendenci se opakovat, což ztěžuje prokázání novosti návrhů během přezkumu přihlášky průmyslového vzoru. Docílit individuálního charakteru v módním průmyslu může být taktéž nesnadným úkolem. Individuální charakter je subjektivním předpokladem a to, co jeden člověk, resp. informovaný uživatel považuje za charakteristické, jiný nemusí. K požadavku individuálního charakteru níže uvádím případ Karen Millen v. Dunnes Stores.¹³⁰

5.10.1. Karen Millen v. Dunnes Stores

Karen Millen je společnost registrovaná ve Spojeném království, která vyrábí a prodává dámské oblečení v řadě maloobchodních prodejen a ve vlastních obchodech v Irsku. Společnost Dunnes Stores rovněž provozuje maloobchodní prodej dámských oděvů v Irsku. Společnost Karen Millen podala v roce 2007 v Irsku žalobu proti společnosti Dunnes Stores, v níž tvrdila, že černý pletený top, modrá košile a hnědá košile, které společnost Dunnes Stores v roce 2006 nabízela k prodeji

¹²⁸ KOLSUN, B. - JIMÉNEZ, G. – BLOOMSBURY, P. *Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys*. 2. vyd. New York: Fairchild Books, 2014, s. 86.

¹²⁹ EUIPO byl dříve známý jako Úřad pro harmonizaci ve vnitřním trhu (OHIM). Od 23. března 2016 je OHIM znám pod svým současným názvem EUIPO. V souvislosti s tím došlo k některým terminologickým změnám. Název „ochranná známka Společenství“ se nahradil názvem „ochranná známka Evropské unie“. Ke dni 23. 3. 2016 se tedy všechny stávající ochranné známky Společenství a přihlášky ochranných známek Společenství automaticky staly ochrannými známkami Evropské unie a přihláškami ochranných známek Evropské unie.

¹³⁰ Rozsudek SDEU ze dne 19. 6. 2014 ve věci Karen Millen Fashions Ltd proti Dunnes Stores and Dunnes Stores (Limerick) Ltd (C-345/13).

pod svou značkou „Savida“, porušují její nezapsané průmyslové vzory Společenství v oděvech, které v roce 2005 v Irsku nabízela k prodeji. Během soudního řízení před irským nejvyšším soudem společnost Dunnes Stores nepopřela, že její trička a košile byly vyrobeny kopírováním návrhů Karen Millen. Popřela však, že by společnost Karen Millen měla právo na UCD ve svém topu a košilích s odůvodněním, že výrobky společnosti Karen Millen nesplňovaly požadavek individuálního charakteru na základě porovnání několika dřívějších kusů oblečení. Nejvyšší soud rozhodl o přerušení řízení a předložení předběžné otázky Soudnímu dvoru Evropské unie.

SDEU s argumentací společnosti Dunnes Stores nesouhlasil a rozhodl, že otázka, zda má průmyslový vzor individuální povahu, závisí na tom, zda se celkový dojem, kterým průmyslový vzor působí na informovaného uživatele, liší od jediného staršího vzoru. Jinými slovy, nelze jednotlivě vybírat a míchat prvky z dřívějších průmyslových vzorů za účelem zneplatnění průmyslového vzoru. I když se design nezdá být výrazně odlišný od toho, co bylo dříve, pokud není možné dohledat jediný dřívější výrobek, který by působil stejným celkovým dojmem, bude se jednat o platný design.

5.10.2. Crocs v. OHIM

Společnost Crocs, která je známá svým charakteristickým designem gumových nazouváků s dírami v přední části a páskem na patu, podala přihlášku RCD na svůj design obuvi v roce 2004, přičemž uplatnila právo přednosti ze staršího amerického patentu na průmyslový vzor z května 2004. Konkurující společnost Holey Soles Ltd. v roce 2006 podala návrh na prohlášení neplatnosti zápisu RCD z důvodu absence novosti a individuální povahy, a argumentovala tím, že chráněný charakteristický design gumových nazouváků nevypadá jinak než ostatní gumové nazouváky, tj. gumové nazouváky společnosti Crocs nevyvolávají u informovaného uživatele jiný celkový dojem než gumové nazouváky společnosti Holey Soles. V roce 2008 prohlásilo výmazové oddělení OHIM průmyslový vzor za neplatný. Společnost Crocs se proti tomuto rozhodnutí odvolala, ale odvolací senát EUIPO (tehdy OHIM) toto odvolání zamítl.¹³¹

5.11. Právní prostředky ochrany designu jako zapsaného průmyslového vzoru

Základním krokem ochrany designu jako zapsaného průmyslového vzoru je získání zápisu u příslušného úřadu průmyslového vlastnictví, který poskytuje vlastníku průmyslového vzoru výlučné právo průmyslový vzor užívat, bránit třetím osobám v užívání bez jeho souhlasu,

¹³¹ Rozhodnutí Odvolací senátu OHIM ze dne 26. 3. 2010 ve věci Holey Soles Holdings Ltd. proti Crocs, Inc. (R 9/2008-3 EUIPO).

poskytovat souhlas s jeho užíváním nebo na ně průmyslový vzor převést. Po zápisu průmyslového vzoru do rejstříku mohou vzniknout spory o právo na průmyslový vzor, resp. spory o určení práva na průmyslový vzor podle ustanovení § 15 ZOPV. Žalobu na určení lze podat do dvou let od zápisu průmyslového vzoru do rejstříku.

V případě porušení práv vlastníka průmyslového vzoru se může vlastník podle ustanovení § 4 zákona č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a ochraně obchodního tajemství (dále též „ZVPPV“) svých práv domáhat civilní žalobou u soudu zjednáni nápravy. Konkrétně toho, aby se porušovatel zdržel protiprávního jednání a odstranil následky ohrožení nebo porušení. Výše uvedená náprava obvykle zahrnuje stažení výrobků z trhu nebo trvalé odstranění či zničení výrobků, které byly vyráběny nebo uvedeny na trh, čímž ohrožovaly nebo porušovaly práva vlastníka průmyslového vzoru. Stejně tak může vlastník požadovat stažení, trvalé odstranění nebo zničení materiálů, nástrojů a zařízení, které byly použity nebo jsou určeny pro činnosti, které porušují nebo ohrožují jeho práva. Současně podle § 5 ZVPPV má vlastník průmyslového vzoru také právo na náhradu škody, vydání bezdůvodného obohacení a přiměřené zadostiučinění.

Veřejnoprávní prostředky ochrany v oblasti průmyslového vlastnictví se nejčastěji uplatňují prostřednictvím ÚPV, který rozhoduje v rámci správního řízení o poskytování ochrany vynálezům, průmyslovým vzorům, užitným vzorům, topografií polovodičových výrobků, zeměpisným označením a označením původu výrobků a vede příslušné rejstříky o těchto předmětech.¹³² Veřejnoprávní prostředky ochrany mohou být dále uplatněny před jinými státními orgány, například u Celní správy České republiky. Celní správa je rozhodným orgánem mimo jiné během opatření na státních hranicích, při nichž lze dosáhnout nepropuštění nebo zničení zboží, které bylo shledáno jako závadné podle právních předpisů upravujících ochranu průmyslového vlastnictví. Porušení průmyslových práv, které již svou závažností přesáhlo skutkovou podstatu přestupku může být i trestným činem. V případě naplnění skutkové podstaty podle § 269 TZ porušení chráněných průmyslových práv se spor již neprojednává v civilním nebo správním řízení, ale překlápí se právě do řízení trestního.¹³³

¹³² Základní informace. ÚPV [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://upv.gov.cz/o-uradu/zakladni-informace>.

¹³³ KAČÍREK, M. Právní ochrana průmyslového vzoru. *Informační portál o průmyslových vzorech* [online]. 2018 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://prumyslovy-vzor.cz/pravni-ochrana-prumysloveho-vzoru/>.

6. Ochrana poskytovaná ochrannou známkou

Ochrana poskytovaná ochrannou známkou slouží módním značkám jako prostředek k vytvoření a udržení identity jejich značky a zabránění záměny mezi spotřebiteli. Ochranná známka, ať už se jedná o logo, název nebo symbol je propagačním nástrojem který nejen zvyšuje rozpoznatelnost značky, ale také působí jako pečeť kvality a pravosti. Registrací ochranné známky získávají módní značky výhradní právo používat svou ochrannou známku ve spojení s konkrétním zbožím nebo službami.

Právo k ochranné známce systematicky spadá pod práva na označení, kterou právní teorie řadí mezi práva průmyslového vlastnictví netvůrčí povahy. U práv k ochranným známkám se uplatňují principy formální (registrační), poplatkový, teritoriality a časové priority.¹³⁴

Zapsaná ochranná známka je nehmotnou věcí ve smyslu ustanovení § 496 odst. 2 OZ. Jedná se o kategorii práv, jejichž povaha to připouští.¹³⁵

Základním právním předpisem zákonné úpravy ochranných známek je ZOZ. Za ochrannou známku se podle ustanovení § 1a ZOZ považuje „*jakékoliv označení, zejména slova, včetně osobních jmen, barvy, kresby, písmena, číslice, tvar výrobku nebo jeho obal nebo zvuky*“, které je „*způsobilé odlišit výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby.*“

Hlavní funkcí ochranné známky je funkce rozlišovací (identifikační). K získání známkoprávní ochrany nemusí být ochranná známka výsledkem tvůrčí činnosti člověka, ale může se jím stát i označení vytvořené například softwarem.¹³⁶

Od 1. září 2019 vešla v účinnost dlouho očekávaná novela ZOZ, která byla vyhlášena ve Sbírce zákonů jako zákon č. 286/2018 Sb. (dále též „**Velká novela**“), která mimo jiné rozšířila okruh ochranných známek. Vedle tradičních druhů známých ochranných známek jako je – slovní, obrazová, kombinovaná a prostorová ochranná známka, jsou v Příloze č. 1 k ZOZ nové

¹³⁴ KOUKAL, P. *Právní ochrana designu - průmyslové vzory, autorská díla*. Vyd. 1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012, s. 21.

¹³⁵ KOUKAL, P. Úvod. In: KOUKAL, P., CHARVÁT, R. HEJDOVÁ, S., ČERNÝ M. *Zákon o ochranných známkách. Komentář*. Praha: Wolters Kluwer, a. s., 2017, s. XXXIII.

¹³⁶ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. *Práva na označení* [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/frHLP>, kapitola 3.3.

demonstrativně uvedené netradiční druhy jako jsou poziční ochranná známka, ochranná známka se vzorem, barevná, zvuková, pohybová, multimediální, holografická ochranná známka nebo jiné druhy ochranných známek, které neodpovídají žádnému z uvedených druhů, jsou-li způsobilé být vyjádřeny v jakékoli vhodné formě s využitím dostupných technologií, tj. pokud je lze jasně, přesně, samostatně, snadno dostupným způsobem, srozumitelně, trvanlivě a objektivně reprodukovat v rejstříku, aby bylo příslušným orgánům i veřejnosti umožněno jasně a přesně určit předmět ochrany poskytovaný vlastníkovu ochranné známky.

Podle ustanovení § 2 ZOZ existují čtyři formy právní ochrany, a sice ochrana zápisem do rejstříku ochranných známek u ÚPV, zápisem do rejstříku ochranných známek EU, mezinárodní zápisem do rejstříku WIPO a užíváním tzv. všeobecně známé známky, která zakládá absolutní majetková práva bez nutnosti zápisu do rejstříku ochranných známek.¹³⁷

6.1. Zápis ochranné známky

Aby bylo označení kvalifikováno jako ochranná známka, musí jít o označení dostatečně určité na to, aby mělo konkrétní význam v sémiotickém smyslu. Do účinnosti Velké novely platilo, že označení muselo být způsobilé grafického znázornění, tj. nemuselo být způsobilé pro vnímání znakem, stačilo, když mohlo být znázorněno grafickým způsobem.¹³⁸ V současnosti platí, že ochrannou známkou může být i takové označení, které není způsobilé grafického znázornění, avšak je vyjádřeno způsobem, který příslušným orgánům a veřejnosti umožňuje jasně a přesně určit předmět ochrany poskytnuté vlastníkovu ochranné známky. Tímto se otevřel prostor pro nové typy netradičních druhů ochranných známek jako zvukové, pohybové či multimediální (kombinace obrazu a zvuku).¹³⁹ Další podmínkou je rozlišovací způsobilost, to znamená, že označení musí být způsobilé odlišit výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby. Je nutné zhodnotit rozlišovací schopnost nejen v souvislosti s výrobky nebo službami, na

¹³⁷ KOUKAL, P. Komentář k § 1 ZOZ. In: KOUKAL, P., CHARVÁT, R. HEJDOVÁ, S., ČERNÝ M. *Zákon o ochranných známkách. Komentář*. Praha: Wolters Kluwer, a. s., 2017, s. 3.

¹³⁸ Bod 45, 46 a 55 rozsudku SDEU ze dne 12. 12. 2002 ve věci Ralf Sieckmann proti Deutsches Patent a Markenamt (C-273/00).

¹³⁹ Důvodová zpráva k zákonu č. 286/2018 Sb., kterým se mění zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách), ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a o změně zákonů na ochranu průmyslového vlastnictví (zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví), a zákon č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů, č. 286/2018 [online] [cit. 2023-02-12]. Dostupné z: <https://www-beck-online-cz.ezproxy.is.cuni.cz/bo/chapterview/document.seam?documentId=oz5f6mrqge4f6mrygzpwi6q&rowIndex=0>.

keré se tato ochranná známka vztahuje, ale také ve vztahu k předpokládanému vnímání relevantní veřejnosti, jímž je obvykle informovaný, dostatečně pozorný a obezřetný průměrný spotřebitel.¹⁴⁰

ZOZ rozlišuje tzv. absolutní podmínky zápisné způsobilosti nebo tzv. relativní podmínky zápisné způsobilosti. K absolutním podmínkám se u přihlašovaného označení přihlíží *ex officio*, tj. ÚPV splnění podmínek zkoumá z úřední povinnosti, zatímco relativní podmínky pouze na návrh osoby odlišné od přihlašovatele. V ustanovení § 4 ZOZ jsou taxativně uvedené důvody, které způsobují absolutní nezpůsobilost přihlašovaného označení k zápisu. Existence těchto omezení je odůvodněna veřejným zájmem, potřebou volného užívání těchto označení a ochranou hospodářské soutěže. Pokud se jakýkoli z těchto důvodů naplní, vede to k zamítnutí přihlášky ochranné známky ÚPV. Ustanovení § 7 ZOZ stanovuje taxativní seznam relativních důvodů nezpůsobilosti zápisu přihlašovaného označení. K namítnutí relativních důvodů nezpůsobilosti musí být podány námitky u ÚPV. Námitky mohou podat osoby, které jsou přímo postiženy uvedenými okolnostmi v ustanovení § 7 ZOZ. Pokud jsou námitky důvodné, ÚPV přihlášku zamítne, nebo naopak zamítne námitky a přihlašované označení zapíše do rejstříku ochranných známek.¹⁴¹

Před podáním nové přihlášky je vhodné, aby přihlašovatel ochranné známky provedl rešerši, zda se ve volně dostupných databázích ochranných známek spravovaných ÚPV, EUIPO nebo WIPO nevyskytují shodné nebo zaměnitelné ochranné známky týkající se výrobků nebo služeb stejného druhu, aby případně nezasáhl do práv vlastníků starších ochranných známek resp. se vyhnul případnému řízení o námitkách.¹⁴² Přihlášku ochranné známky k zápisu do rejstříku může podat fyzická i právnická osoba u ÚPV v jednom vyhotovení. Spolu s přihláškou musí přihlašovatel zaplatit správní poplatek. ÚPV vyznačí datum a čas podání přihlášky, jakmile ji obdrží. Od tohoto okamžiku vzniká přihlašovateli právo přednosti, popřípadě pokud přihlašovatel má možnost získat ochranu ochranné známky k dřívějšímu dni než den podání přihlášky, měl by doložit existenci práva priority (přednosti). Toto právo mu poskytuje výhodu před těmi, kteří by

¹⁴⁰ Bod 34 rozsudku SDEU ze dne 12. 2. 2004 ve věci Koninklijke KPN Nederland NV proti Benelux-Merkenbureau (C-273/00).

¹⁴¹ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Práva na označení [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/frHLP>, kapitola 3.3.

¹⁴² Rešeršní databáze. Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://isdv.upv.cz/webapp/lresdb.glob.frm>; EUIPO Database, *TM view*. [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview>. Madrid Monitor. *WIPO* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www3.wipo.int/madrid/monitor/en/index.jsp>.

podali přihlášku pro shodné nebo zaměnitelné ochranné známky týkající se výrobků nebo služeb stejného druhu později.¹⁴³

Přihláška musí podle ustanovení § 19 odst. 2 ZOZ obsahovat osobu přihlašovatele, seznam výrobků nebo služeb, pro něž se požaduje zápis ochranné známky, vyjádření přihlašovaného označení a smí obsahovat pouze jedno přihlašované označení. Seznam výrobků a služeb spojené s ochrannou známkou je nutné zařadit podle systému mezinárodního třídění výrobků a služeb.¹⁴⁴ Podle ustanovení § 19a odst. 2 ZOZ musí dále přihlašovatel tyto výrobky a služby dostatečně jasně a přesně vymezit, aby příslušné orgány a dotčené osoby byly na základě tohoto vymezení schopny určit rozsah požadované ochrany.

Po podání přihlášky ÚPV zkoumá, zda přihláška splňuje formální náležitosti podle ustanovení § 21 ZOZ, tedy zda je přihláška řádně vyplněna a požadovaný správní poplatek zaplacen. Následně provede věcný průzkum, ve kterém zjišťuje, zda nejsou přítomny okolnosti absolutní zápisné nezpůsobilosti. Velká novela zrušila ustanovení § 6 ZOZ - nově ÚPV tak nebude v rámci věcného přezkumu zjišťovat, zda přihlašované označení není shodné, nebo neobsahuje shodné prvky se starší ochrannou známkou. Je na vlastníku starší známky, aby vznesl námitky, v opačném případě ÚPV přihlašovanou ochrannou známkou zapíše, i přesto, že se starší, již zapsanou, ochrannou známkou shoduje.¹⁴⁵ V případě kladného hodnocení průzkumu ÚPV zveřejní ochrannou známkou ve Věstníku ÚPV. Nesplňuje-li však přihláška formální požadavky, a tyto nedostatky nejsou odstraněny na výzvu ÚPV v dané lhůtě, ÚPV ji podle ustanovení § 21 odst. 4 ZOZ odmítne. Pokud přihlašované označení koliduje s absolutními důvody nezpůsobilosti k zápisu, ÚPV přihlášku podle ustanovení § 22 odst. 1 ZOZ zamítne.¹⁴⁶

Základní doba ochrany zapsané ochranné známky je deset let, počínaje dnem zápisu přihlášeného označení do rejstříku ochranných známek ÚPV. Po tuto dobu má vlastník ochranné známky podle ustanovení § 8 odst. 1 ZOZ výlučné právo na její užívání ve spojení s uvedenými

¹⁴³ Národní přihláška ochranné známky. *Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://upv.gov.cz/prumyslova-prava/ochranné-znamky/narodni-prihlaska-ochranné-znamky>.

¹⁴⁴ Vyhláška č. 118/1979 Sb. Vyhláška ministra zahraničních věcí o Niceské dohodě o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek ze dne 15. června 1957, revidované ve Stockholmu dne 14. července 1967 a v Ženevě dne 13. května 1977.

¹⁴⁵ Novela zákona o ochranných známkách. *Právní prostor* [online]. 2023 [cit. 2023-11-03]. Dostupné z: <https://www.pravniprostor.cz/clanky/rekodifikace/novela-zakona-o-ochrannych-znamkach>.

¹⁴⁶ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Práva na označení [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/frHLP>, kapitola 3.3.

výrobky nebo službami. Po uplynutí počátečního desetiletého období lze ochranu ochranné známky neomezeně prodlužovat pro stejně dlouhá období. Pro zachování platnosti ochranné známky musí vlastník ochranné známky podat žádost o obnovení u ÚPV a zaplatit povinné poplatky za obnovení. Aby nedošlo k propadnutí ochrany, je nezbytné podat žádost o obnovu a zaplatit poplatky před uplynutím stávajícího ochranného období (tedy nejdříve dvanáct měsíců předem).¹⁴⁷ Vlastník ochranné známky musí ochrannou známku podle ustanovení § 13 ZOZ řádně užívat ve spojení s výrobky a službami, pro které jsou zapsány. Pokud tak neučiní a známka není využívána po dobu pěti let od zápisu nebo pokud bylo její užívání na tuto dobu přerušeno, může vlastník ochranné známky ztratit právo domáhat se svých práv vůči třetím osobám, které by zasahovaly do jeho práva nebo také hrozí, že dojde k samotnému výmazu ochranné známky.¹⁴⁸

6.2. Mezinárodněprávní aspekty ochrany

K širší teritoriální ochraně lze využít mezinárodní zápis do rejstříku WIPO, který je možné přihlásit prostřednictvím ÚPV jako tzv. mezinárodní ochranné známky na základě Protokolu k Madridské dohodě o mezinárodním zápisu ochranných známek. Mezinárodní zápis má dvě hlavní výhody. Zaprvé má centralizované místo pro podávání přihlášek, které je snadněji spravovatelné. Zadruhé po zařazení třech a více území jsou náklady obvykle nižší, než kdyby přihlašovatel podával přihlášku přímo u jednotlivých národních úřadů.¹⁴⁹

Další možností je zápis do rejstříku ochranných známek EU, který vede EUIPO. Přihlašovatel v tomto případě musí podat přihlášku přímo u EUIPO. Základním právním předpisem je nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1001 ze dne 14. června 2017 (dále též „**nařízení 2017/2001**“). Hlavní výhodou je, že zápisem ochranné známky EU získává přihlašovatel právní ochranu v jednom kroku ve všech členských státech EU. Ochranná známka EU nevylučuje existenci národních ochranných známek se shodným nebo stejným zněním, pokud jsou vlastněny stejnou osobou, nebo pokud pozdější přihlašovatel národní ochranné známky získal souhlas od vlastníka starší ochranné známky EU. Stejně tak ochranná známka EU podobných podmínek

¹⁴⁷ Ochranné známky. Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://upv.gov.cz/prumyslova-prava/ochranne-znamky>; Sdělení č. 248/1996 Sb., Ministerstva zahraničních věcí o přístupu České republiky k Protokolu k Madridské dohodě o mezinárodním zápisu ochranných známek.

¹⁴⁸ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Práva na označení [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/frHLP>, kapitola 3.3.

¹⁴⁹ KOLSUN, B. - JIMÉNEZ, G. – BLOOMSBURY, P. *Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys*. 2. vyd. New York: Fairchild Books, 2014, s. 27-28.

nebrání existenci mezinárodní ochranné známky. Jinými slovy ochranné známky mohou existovat a koexistovat na různých úrovních.¹⁵⁰

Pro úplnost ještě dodávám poslední z forem ochrany, tzv. všeobecně známé známky, kterou přinesla Pařížská úmluva o mezinárodní ochraně průmyslového vlastnictví (dále též „**Pařížská unijní úmluva**“) a článek 16 Dohody TRIPS.¹⁵¹ Jedná se o tak výrazně známou známku, že se ji veřejnost v relevantním okruhu naučila spojovat s výrobky nebo službami jejího vlastníka, a to i bez formálního zápisu do rejstříku ochranných známek. Jedná se o nezapsané označení a tuto skutečnost je rovněž třeba vždy prokazovat v konkrétním řízení. Tato ochranná známka může být použita k zabránění zápisu nebo užívání ochranné známky pro odlišné výrobky a služby. Například je pravděpodobné, že by společnost LVMH mohla zabránit zápisu ochranné známky LOUIS VUITTON pro autosalon.¹⁵²

6.3. Ochranné známky v módním průmyslu

Ochranné známky mají v módním průmyslu velký význam, neboť slouží jako mocný nástroj pro rozpoznání, odlišení a ochranu značky. V dynamickém a konkurenčním světě módy, kde se rychle mění stylové trendy, fungují ochranné známky jako rozlišovací symboly, které umožňují spotřebitelům snadno identifikovat a spojit výrobky s konkrétními značkami. Zápisem ochranné známky získávají módní značky výhradní práva na používání svých značek a brání ostatním v používání podobných značek, které by mohly způsobit záměnu nebo oslabit rozlišovací způsobilost značky.

Výhody a pozitiva ochrany poskytované ochrannými značkami spatřuji zejména v tom, že ochrana ochranné známky může potenciálně trvat neomezeně dlouho, pokud je známka řádně užívána a průběžně obnovována, což zajišťuje, že si módní značky mohou udržet svou rozlišovací způsobilost a pověst v průběhu času. Ochranné známky dále poskytují širokou ochranu pro různé výrobky nebo služby v rámci určité třídy, což módním značkám umožňuje rozšiřovat své

¹⁵⁰ KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Práva na označení [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://shorturl.at/frHLP>, kapitola 3.4.

¹⁵¹ Vyhláška ministra zahraničních věcí č. 64/1975 Sb., o Pařížské úmluvě na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 20. března 1883, revidované v Bruselu dne 14. prosince 1900, ve Washingtonu dne 2. června 1911, v Haagu dne 6. listopadu 1925, v Londýně dne 2. června 1934, v Lisabonu dne 31. října 1958 a ve Stockholmu dne 14. července 1967, ve znění vyhlášky ministra zahraničních věcí č. 81/1985 Sb.

¹⁵² KOLSUN, B. - JIMÉNEZ, G. – BLOOMSBURY, P. *Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys*. 2. vyd. New York: Fairchild Books, 2014, s. 52.

produktové řady při zachování konzistence značky. Tato flexibilita umožňuje módním značkám diverzifikovat svou nabídku pod stejnou rozpoznatelnou značkou, což je charakteristickým projevem módního průmyslu, kde se často střídají různé sezónní trendy. V neposlední řadě ochranné známky poskytují i unijní nebo mezinárodní ochranu, které zjednodušují módním značkám globální expanzi a její působení na trhu v mezinárodním měřítku.

Nicméně každá mince má dvě strany. Se získáním mezinárodní ochrany ochranné známky může být spojen zdlouhavý a složitý proces registrace, který je velmi nákladný. Výdaje spojené s poplatky za podání přihlášky, právní služby a překlady se mohou rychle sčítat, takže pro malé podniky je obtížné dovolit si globální registraci ochranné známky. Kromě toho jsou s udržováním a prosazováním mezinárodních ochranných známek spojeny také průběžné náklady, včetně poplatků za prodloužení platnosti, právních výdajů na monitorování a obranu proti případnému porušování práv. Tyto neustálé výdaje mohou zatížit rozpočet drobných módních návrhářů a odklonit prostředky, které by mohly být lépe využity na vývoj výrobků, marketing nebo jiné důležité aspekty rozvoje jejich podnikání.¹⁵³

V módním průmyslu mají ochranné známky zásadní význam v boji proti šíření padělaných výrobků a neoprávněnému užívání ochranných známek zavedených značek. Níže uvádím některé případy neoprávněného užívání ochranných známek ze zahraničí.

6.3.1. Zara vs. Zara Tapas Bar

Soudní spor se týkal společnosti Inditex, vlastníka módní značky ZARA, a společnosti Oriental Cuisines, která používala název „ZARA TAPAS BAR“. Společnost Inditex tvrdila, že používáním názvu ZARA společností Oriental Cuisines vytváří asociaci spojenou se známou španělskou značkou společnosti Inditex, což vede k záměně mezi spotřebiteli a poškozuje pověst její značky. Společnost Oriental Cuisines oponuje, že působí v naprosto jiném odvětví a ochrannou známku neužívá doslovně. Soud rozhodl ve prospěch společnosti Inditex a uvádí, že důraz společnosti Oriental Cuisines na slovo ZARA a neexistence věrohodného vysvětlení jeho přijetí podporují klamání spotřebitelů. Soud rovněž poukazuje na rozsáhlé šíření informací prostřednictvím internetu a televize, díky němuž se indiští spotřebitelé dozvěděli o ochranné známce ZARA společnosti Inditex.¹⁵⁴

¹⁵³ KOLSUN, B. - JIMÉNEZ, G. – BLOOMSBURY, P. *Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys*. 2. vyd. New York: Fairchild Books, 2014, s. 29-30.

¹⁵⁴ Rozhodnutí Vrchního soudu v Dillí v Novém Dillí ze dne 19. 5. 2015 ve věci Industria De Diseno Textile Sa proti Oriental Cuisines Pvt. Ltd. (No. 1472/ 2013).

6.3.2. Adidas vs. Shoe Branding

Některé módní značky si mohly část svých výrobků zaregistrovat jako tzv. tvarové ochranné známky (anglicky *shape marks*). Poziční ochranné známky (anglicky *position marks*) jsou podmnožinou tvarových ochranných známek, kdy je označení chráněno, pokud je použito na určité části výrobku. Poziční ochranné známky byly předmětem sporu společnosti Adidas, která si nárokovala výhradní práva na tři pruhy na teniskách a teplákových soupravách. Po dlouholetém sporu společnost Adidas zvítězila u Tribunálu proti společnosti Shoe Branding, která se pokusila zaregistrovat dva pruhy na teniskách, které se sklánějí jiným směrem než slavné pruhy Adidas.¹⁵⁵



Shoe Branding



Adidas

156

6.3.3. Christian Louboutin vs. Zara France

V roce 2000 společnost Christian Louboutin získala francouzskou ochrannou známku na boty s červenou podrážkou. V soudním sporu se společností Zara France však Soud prvního stupně v Paříži zamítl žalobu společnosti Louboutin na porušení ochranné známky. Soud prvního stupně rozhodl, že mezi ochrannou známkou společnosti Louboutin a obuví společnosti Zara neexistuje pravděpodobnost záměny vzhledem k výraznému cenovému rozdílu a odlišným trhům, na kterých působí. Odvolací soud později toto rozhodnutí zrušil a prohlásil ochrannou známku Louboutin za neplatnou z důvodu nedostatku rozlišovací způsobilosti, přičemž se zabýval její dvojrozměrností a obtížným určením jejího zamýšleného rozsahu. Soud rovněž poukázal na nedostatečnou jasnost a přesnost červené barvy použité společností Louboutin, což dále snižovalo její rozlišovací způsobilost. Francouzský nejvyšší soud potvrdil rozhodnutí odvolacího soudu, což vedlo ke zrušení francouzské ochranné známky Louboutin. Nicméně i po neúspěchu v soudním sporu bylo

¹⁵⁵ Rozsudek SDEU ze dne 17.2.2016 ve věci Adidas AG— Shoe Branding Europe (C-396/15); KOLSUN, B. - JIMÉNEZ, G. – BLOOMSBURY, P. *Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys*. 2. vyd. New York: Fairchild Books, 2014, s. 33-34.

¹⁵⁶ Shoe Branding v. Adidas – porovnání [fotografie]. *Trademark and Copyright Law* [online]. 2023 [cit. 2022-08-04]. Dostupné z: <https://www.trademarkandcopyrightlawblog.com/2016/03/adidas-to-trademark-competitors-two-stripes-yours-out/>.

společnosti Christian Louboutin povoleno přihlásit novou ochrannou známku Louboutin s výslovným „červeným tónem Pantone“ a „trojrozměrným“ aspektem.¹⁵⁷



6.4. Právní prostředky ochrany práv z ochranné známky

Vlastníci ochranných známek mají po Velké novele sice větší dispoziční volnost, ale s tím přichází i větší odpovědnost. Ve vlastním zájmu by měli aktivně monitorovat registraci nových označení, aby mohli včas podat námitky. V období tří měsíců od zveřejnění přihlášky ochranné známky mají osoby, které se obávají, že by zveřejněné označení mohlo narušit jejich existující práva, možnost podat námitky proti zápisu této ochranné známky do rejstříku. Pokud zapsaná ochranná známka neporušuje práva třetích osob, a námitky tak nemají opodstatnění, ÚPV je zamítne. V opačném případě, pokud jsou důvody pro námitky ospravedlněné, ÚPV zamítne přihlášku. Proti rozhodnutí o námitkách je možné podat rozklad u ÚPV do jednoho měsíce od doručení tohoto rozhodnutí.¹⁵⁹

Pokud dojde k porušení práv z ochranné známky, vlastník ochranné známky může využít soukromoprávní nebo veřejnoprávní prostředky ochrany. Základními soukromoprávními prostředky ochrany jsou žádost nebo žaloba na poskytnutí informace podle ustanovení § 3 ZVPPV, zajištění předmětu důkazního prostředku podle § 78b OSŘ, návrh na vydání předběžného opatření podle § 74 a násl. OSŘ, civilní žaloba podle § 79 a násl. OSŘ a využití práva proti nekalé soutěži. Podle ustanovení § 3 ZVPPV může oprávněná osoba požadovat po třetí osobě, aby poskytla

¹⁵⁷ Rozhodnutí kasačního dvora Francie Christian Louboutin SA v. Zara France ve věci ze dne 30.05.2012 (č. 11-20724).

¹⁵⁸ Christian Louboutin v. Zara France – srovnání. [fotografie]. *Hello* [online]. 2012 [cit. 2022-08-04]. Dostupné z: <https://www.hellomagazine.com/fashion/201206118290/zara-won-christian-louboutin/>.

¹⁵⁹ HORÁČEK, R. Ochranné známky. In: HORÁČEK, R. – ČADA, K. – HAJN, P. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, s. 390-391.

informace o původu distribučních sítích zboží či služeb, kterými je porušováno právo.¹⁶⁰ Žaloba se podává u Městského soudu v Praze, který je výlučně místně a současně výlučně věcně příslušným soudem podle ustanovení § 39 odst. 2 zákona č. 6/2002 Sb., o o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů a ustanovení § 6 odst. 1 ZVPPV. Dále lze uplatnit nároky nepeněžité povahy (stažení, trvalé odstranění nebo zničení výrobků), peněžité povahy (náhrada škody, vydání bezdůvodného obohacení) nebo smíšené povahy (přiměřené zadostiučinění, právo uveřejnit rozsudek na náklady porušovatele) prostřednictvím civilních žalob.¹⁶¹

Vlastník ochranné známky má také k dispozici různé veřejnoprávní prostředky ochrany, které může využít prostřednictvím veřejnoprávních institucí a orgánů. Tyto orgány a instituce zpravidla při zjištění porušení ochranné známky projednávají přestupky a správní delikty. Zejména se jedná o možnost podat žádost o zásah celního úřadu, který může zajistit nebo zničit zboží, kterým byla porušena práva. Dále může vlastník ochranné známky podat podnět ke kontrole ČOI, a v případě závažného porušení práv z ochranné známky, jež naplňují skutkovou podstatu trestného činu, lze zahájit postih podle trestních zákonů.

¹⁶⁰ KYSELOVÁ, T. Soudní způsoby obrany proti porušování práv z duševního vlastnictví. *Epravo* [online]. 2014 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z <https://www.epravo.cz/top/clanky/soudni-zpusoby-obrany-proti-porusovani-prav-z-dusevniho-vlastnictvi-94026.html>.

¹⁶¹ BRÁZDIL, B. Právní prostředky ochrany práv z ochranné známky. *Legal Tax Audit* [online]. 2013 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://slideplayer.cz/slide/1933763/>.

7. Ochrana proti nekalé soutěži

Právo nekalé soutěže je jedním ze dvou odvětví soutěžního práva, jehož funkcí je zabránit potlačení a vyloučení řádné hospodářské soutěže a užívání nekalých praktik při soutěžení. Právo proti nekalé soutěži chrání kvalitu (korektnost) soutěže a její ochrana je založena na odpovědnostním režimu ochrany. Oproti právu duševního vlastnictví, které má absolutní povahu, právo na ochranu proti nekalé soutěži zakládá pouze relativní majetková práva, která působí *inter partes*. Právo na ochranu proti nekalé soutěži není součástí práva k duševnímu vlastnictví, ale práva s duševním vlastnictvím souvisejícím.¹⁶² Při porušení nekalé soutěže vzniká mezi rušitelem a osobou dotčenou nekalou soutěží mimosmluvní závazkový vztah, jehož obsahem je povinnost rušitele zdržet se nekalé soutěže, odstranit závadný stav, případně nahradit majetkovou a nemajetkovou újmu a bezdůvodné obohacení.

Aby jednání bylo posuzováno jako nekalosoutěžní, musí naplnit podmínky stanovené v generální klauzuli, která je obsažena v ustanovení § 2976 odst. 1 OZ. Tyto podmínky musí být naplněny kumulativně, tj. musí jít o právní jednání v hospodářském styku, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům. V druhém odstavci jsou demonstrativně vymezeny v praxi známé zvláštní skutkové podstaty. Právo nekalé soutěže je aplikováno jako subsidiární ochrana v případech, kdy nelze využít průmyslového práva, resp. nejsou dány podmínky průmyslověprávní ochrany.¹⁶³

V předchozích kapitolách této práce již bylo nastíněno, že předmětem ochrany v právu módního průmyslu je design. V případě napodobování designu připadá v úvahu užití zvláštní skutkové podstaty vyvolání nebezpečí záměny podle ustanovení § 2981 OZ nebo parazitování na pověsti podle ustanovení § 2982 OZ.

7.1. Vyvolání nebezpečí záměny

Ustanovení § 2981 OZ upravuje tři zvláštní skutkové podstaty nekalé soutěže a nese v sobě jak prvky klamavosti, tak i parazitování. Hlavním rozdílem oproti ustanovení o klamavém označení zboží nebo služeb je skutečnost, že zde se klamání týká konkrétní osoby nebo subjektu, nikoliv

¹⁶² KOUKAL, P. - MYŠKA, M. - PULLMANOVÁ, H. - VOJTÍŠKOVÁ, T. - ZIBNER, J. Úvod do práv k duševnímu vlastnictví. [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://shorturl.at/cDT34>, Kapitola 1.4.

¹⁶³ HORÁČEK, R. – ČADA, K. – HAJN, P. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, s. 442-443.

původu nebo specifického zboží či služby, jak je tomu v případě ustanovení o klamavém označení zboží nebo služeb.¹⁶⁴

První skutkovou podstatou je užívání jména osoby nebo označení závodu, které užívá po právu jiný soutěžitel. Rozhodujícím bude okamžik vzniku práva užívat, například zápis obchodní firmy u obchodní korporace do obchodního rejstříku nebo zápis jména člověka do evidence obyvatel.¹⁶⁵

Druhou skutkovou podstatou je užití zvláštního označení či úpravu výrobku, výkonu nebo obchodního materiálu závodu, které jsou pro jiného soutěžitele příznačné. Zvláštní označení by mělo být výrazně spojeno s konkrétním podnikem a mělo by sloužit k odlišení tohoto podniku od jiných na trhu. Jinými slovy, musí existovat významná spojitost mezi zvláštním označením (úpravou) a daným podnikem nebo soutěžitelem. Samotné užívání zvláštního označení (úpravy) není dostatečné k získání příznačnosti.¹⁶⁶ Právo na ochranu označení (úpravy) vzniká (pouhým) užíváním předmětného označení (úpravy) a současně faktickým uznáním jeho příznačnosti.¹⁶⁷

Třetí skutkovou podstatou je napodobení výrobků, jeho obalu nebo výkonu. Pro napodobení cizího výrobku, jeho obalu nebo výkonu není nutné dosáhnout pouze „dokonalé“ imitace. Stačí, aby existoval stupeň zaměnitelnosti s výrobkem, obalem nebo výkonem jiného soutěžitele, který může z pohledu (celkového dojmu) průměrného zákazníka působit zaměnitelně. Je povoleno napodobení prvků, které jsou inherentně technicky, funkčně nebo esteticky určeny daným výrobkem. Při běžných spotřebitelských výrobcích je v praxi vyšší tolerance. Současně je však třeba, aby soutěžitel podnikl všechny dostupné kroky k zabránění možnosti záměny (například dostatečné barevné odlišení, uspořádání slov atd.).¹⁶⁸

7.2. Parazitování na pověsti

Parazitováním na pověsti podle ustanovení § 2982 OZ je „zneužití pověsti závodu, výrobku nebo služby jiného soutěžitele umožňující získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, jehož by soutěžitel jinak nedosáhl.“ Jedná se zejména o ochranu před tzv. free ridingem, kdy

¹⁶⁴ KAČÍREK, M. Vyvolání nebezpečí záměny. *DANĚK & PARTNERS* [online]. 2017 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://nekala-soutez.info/vyvolani-nebezpeci-zameny/>.

¹⁶⁵ VÝTISK, M. Komentář k § 2981 OZ. In: PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. *Občanský zákoník. 2. vydání (2. aktualizace)*. Praha: C. H. Beck, 2019, s. 3160.

¹⁶⁶ Tamtéž, s. 3160-3161.

¹⁶⁷ Rozhodnutí Nejvyššího soudu České republiky ze dne 12.12.2017, sp. zn. 23 Cdo 2421/2017.

¹⁶⁸ KAČÍREK, M. Vyvolání nebezpečí záměny. *DANĚK & PARTNERS* [online]. 2017 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://nekala-soutez.info/vyvolani-nebezpeci-zameny/2/>.

soutěžitel využívá úsilí a investic na vývoj, marketing, budování, udržování image atd. jiného soutěžitele, ať už je konkurentem nebo ne, k dosažení vlastních výhod bez přispění nebo odměny pro druhého soutěžitele.¹⁶⁹

Pro aplikaci tohoto ustanovení je klíčová existence pověsti (anglicky *goodwill*), která nemusí být globálně známá, postačuje, aby měla lokální význam. Dobrá pověst soutěžitele je přitom presumována, dokud není úspěšně proveden důkaz opaku.¹⁷⁰ Zneužití spočívá v přenesení pozitivního hodnocení (představy kvality) produktu na jiný výrobek. To zahrnuje například použití podobného označení, stejných barev, klíčových prvků designu nebo využití reklamních akcí. Je však nutné, aby adresáti tyto prvky spojovali s konkrétním soutěžitelem.¹⁷¹

7.3. Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži

Základními prostředky soukromoprávní ochrany proti nekalé soutěži jsou žaloba zdržovací a odstraňovací. Souběžně mohou podle ustanovení § 2988 OZ vzniknout také další, a sice právo na náhradu škody a nemajetkové újmy a v neposlední řadě vydání bezdůvodného obohacení. Aktivně legitimovanými jsou podle § 2989 OZ soutěžitelé, kterým byla způsobena újma, ale také právnické osoby oprávněné hájit zájmy soutěžitelů nebo zákazníků. To neplatí u zvláštní skutkové podstaty parazitování na pověsti.

Vedle soukromoprávních prostředků ochrany hrají důležitou roli také veřejnoprávní prostředky ochrany, které upravují veřejnoprávní předpisy (zákon na ochranu spotřebitele, tiskový zákon, zákon o regulaci reklamy, trestní zákoník, a další). K ochraně veřejného zájmu je zapotřebí zapojení státu a jeho orgánů, jež zajistí dodržování a vynucování veřejnoprávních předpisů a udělují sankce subjektům, které tyto předpisy porušují. Pro osoby postižené protiprávním jednáním s charakterem nekalé soutěže není možné v rámci správního řízení dosáhnout nápravy nebo uspokojení své újmy, jak je to možné v soukromém právu. Veřejné právo se totiž zaměřuje především na ochranu veřejného zájmu, nikoli na zájem jednotlivce. Veřejnoprávní sankce však

¹⁶⁹ PIPKOVÁ, P. J. Komentář k § 2982 OZ. In: PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. Občanský zákoník. 2. vydání (2. aktualizace). Praha: C. H. Beck, 2019, s. 3164-3165.

¹⁷⁰ Rozhodnutí Nejvyššího soudu České republiky ze dne 18.3.2008, sp. zn. 30 Cdo 1385/2006.

¹⁷¹ PIPKOVÁ, P. J. Komentář k § 2982 OZ. In: PETROV, J., VÝTISK, M., BERAN, V. a kol. Občanský zákoník. 2. vydání (2. aktualizace). Praha: C. H. Beck, 2019, s. 3164-3165.

často představují pro subjekty provádějící nekalé jednání rychlejší a výraznější trest než sankce uplatňované v soukromém právu.¹⁷²

¹⁷² KACÍREK, M. Veřejnoprávní prostředky ochrany proti nekalé soutěži. *DANĚK & PARTNERS* [online]. 2017 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://nekala-soutez.info/verejnopravni-prostredky-ochrany-proti-nekale-soutezi/>.

8. Chránit či nechránit?

Rychlá móda způsobila revoluci v oděvním průmyslu a poskytuje spotřebitelům módní a cenově dostupné oblečení. Současně však rychlá výroba módních oděvů vyvolala alarmující problém kopírování designu. Módní návrháři čelí neustálému boji proti pirátství designu, kdy jsou jejich originální výtvoři bezostyšně napodobovány a padělány konkurencí.

Pirátství v oblasti rychlé módy je rozšířené a všudypřítomné. Módní přehlídky, na nichž návrháři představují své nejnovější kolekce, se bohužel staly útočištěm pirátství. Piráti designů tyto akce bedlivě sledují a reprodukuji návrhy ještě předtím, než se autentické kousky dostanou na pulty obchodů.¹⁷³ Značky rychlé módy často sledují populární profily na sociálních sítích a hashtagy, aby si všimly trendových stylů a designů. Inspiraci mohou čerpat z virálních módních příspěvků nebo obsahu vytvářeného influencery. Tyto trendy jsou rychle replikovány a převedeny do cenově dostupných kolekcí oděvů, které jsou pak rychle vyráběny a distribuovány do obchodů, čímž se uspokojují neustále se měnící požadavky spotřebitelů. Ziskovost a snadnost napodobování v rychlé módě motivují pirátství v oblasti designu, což způsobuje původním návrhářům značné finanční ztráty.¹⁷⁴ Škodlivé dopady kopírování na módní návrháře nelze bagatelizovat. Menší a začínající návrháři, kteří nemají prostředky na rozsáhlé právní spory, často bojují s ochranou svého duševního vlastnictví. Zámožnější módní značky si mohou dovolit právní zastoupení, ale i tak čelí neustálému boji proti padělaným výrobkům, které klamou spotřebitele a poškozují pověst značky.

Debata kolem právní ochrany módních návrhů se točí kolem dvou protichůdných pohledů. Na jedné straně zastánci tvrdí, že omezená ochrana umožňuje kreativitu a inovace v módním průmyslu. Jsou toho názoru, že designy by měly zůstat v jakémisi „veřejném vlastnictví“, což podporuje dynamické a rozmanité módní prostředí. V Českém právním systému by toto nebylo možné, neboť některé designy, při naplnění zákonných náležitostí, mohou být chráněny jako autorská díla nebo jiným předmětem ochrany právy absolutními. Na druhou stranu rostou obavy, že neexistence silné právní ochrany podkopává motivaci nových designérů k vytváření originálních děl. Kopírování může módní návrháře odradit od investování času a zdrojů do

¹⁷³ ROWE, H. Retailers Are Copying Fashion Show Designs Within Minutes. *Business Insider* [online]. 2014 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/retailers-are-copying-fashion-show-designs-within-minutes-2014-9>.

¹⁷⁴ PRUITT-YOUNG, S. Why Indie Brands Are At War With Shein And Other Fast-Fashion Companies. *NPR* [online]. 2021 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.npr.org/2021/07/20/1018381462/why-indie-brands-are-at-war-with-shein-and-other-fast-fashion-companies>.

inovatívních návrhů, pokud vědí, že jejich práce může být snadno okopírována a zneužita konkurencí.

8.1. The Piracy Paradox

Doktrína „paradoxu pirátství“, kterou vytvořili profesori Raustiala a Sprigman, naznačuje, že omezená ochrana práv duševního vlastnictví pro módní návrhy ve skutečnosti prospívá módnímu průmyslu, protože podporuje kreativitu a rozvoj trendů. Tvrdí, že kopírování pomáhá urychlit zánik trendů a motivuje návrháře k rychlejší tvorbě.¹⁷⁵

Oblečení v módním průmyslu funguje jako „situační zboží“ (anglicky *positional good*), jehož hodnota je úzce spjata s vnímáním toho, že si ho ostatní cení. Nákup oděvů je vzájemně závislý, ovlivněný tím, co kupují ostatní. V důsledku toho hodnota situačního zboží závisí na sociálním kontextu a jeho žádanost může stoupat nebo klesat na základě úrovně jeho přijetí mezi spotřebiteli. Situační zboží v módním průmyslu podléhá módnímu cyklu, kdy se původně populární vzory rychle stávají méně atraktivními, jak se šíří mezi širší veřejnost. Kopírování a rozsáhlé přivlastňování designu v tomto průmyslu přispívá k „vyvolanému zastarávání“ (anglicky *induced obsolescence*), což urychluje proces obměny designu. Rychlé šíření vede první uživatele k pravidelnému vyhledávání nových vzorů, což vede k dalšímu kopírování a podporuje neustálý posun designu. Některé módní značky sice kopírování poškozují, ale nemusí být hned motivovány k tomu, aby se vymanily z režimu rovnováhy nízké úrovně ochrany duševního vlastnictví (anglicky *Low-IP Equilibrium*), protože i ony se v určitém okamžiku zapojí do kopírování. Existence módních trendů znamená, že mnoho aktérů se inspiruje nebo přepracovává nápady některého původce. V důsledku toho si módní průmysl udržuje stabilní režim volného přivlastňování návrhů.¹⁷⁶

Módní průmysl udržuje cyklus vyvolaného zastarávání tím, že každou sezónu představuje nové styly. Aby se mu to podařilo, musí zajistit, aby spotřebitelé pochopili, kdy se styly změnily. Tento proces zavádění trendů se nazývá „ukotvení“ (anglicky *anchoring*) a je usnadněn režimem nízkých cen v módním průmyslu. Zakotvení se opírá o definovatelné trendy, které vznikají kopírováním, odkazováním, pozorováním a medializací. Koncept trendu vyžaduje, aby se více subjektů sblížilo

¹⁷⁵ LO, K. Stop Glorifying Fashion Piracy: It is Time to Enact the Innovative Design Protection Act. [online]. Vol. 21, Issue 1 PTAB Bar Association, Article 5, 2022 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://scholarship.kentlaw.iit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1315&context=ckjip>, s. 184-185.

¹⁷⁶ RAUSTIALA, K. - SPRINGMAN, Ch. The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. *Virginia law review*. 2006, Vol.92 (8), s. 1722-1727.

na určitém tématu, a rozšířené kopírování pomáhá ukotvit nové sezónní návrhy v omezeném počtu použitelných témat v rámci režimu rovnováhy s nízkou ochranou duševního vlastnictví. Tento proces ukotvení umožňuje módně uvědomělým spotřebitelům rozpoznat, kdy se móda změnila, co definuje novou módu a co si koupit, aby zůstali trendy. Podle Raustiala a Sprigmana je módní cyklus poháněný pirátstvím a nuceným zastaráváním nezbytný pro to, aby si odvětví udrželo dynamiku neustálých změn a obměny designu.¹⁷⁷

8.2. Kritika doktríny The Piracy Paradox

Zastánci doktríny paradoxu pirátství tvrdí, že kopírování je často vnímáno spíše jako pocta než jako pirátství, což naznačuje, že módní návrháři jsou kopírováním motivováni a nejsou jím poškozováni. Kritici však poukazují na to, že tento předpoklad přehlíží problémy mnoha módních návrhářů, kteří nejsou schopni získat zpět své investice do návrhů a mohou být dokonce nuceni vzdát se svých uměleckých vizí. Nedostatek výzkumů podporujících tvrzení paradoxu pirátství o tvůrčí produkci a rozmanitosti módních návrhů dále zpochybňuje platnost tvrzení doktríny. I když někteří koncoví prodejci módních produktů mohou mít prospěch z režimu rovnováhy nízké úrovně ochrany duševního vlastnictví, neznamená to, že kopírování není škodlivé pro všechny módní návrháře.¹⁷⁸

Tvrzení doktríny paradoxu pirátství, že neregulované kopírování pomáhá zavádět módní trendy prostřednictvím ukotvení, je zpochybněno nepochopením toho, jak se módní trendy skutečně formují. Návrháři sice čerpají inspiraci z různých zdrojů, ale nedopouštějí se zjevného kopírování. Kopírování řádek po řádku, tedy ve smyslu padělků, brání rozvoji trendů a nepřispívá k tvůrčí hodnotě. Módní návrháři zahrnují vlastní styly a prvky, aby vytvořili módní návrhy, které jsou v tomto průmyslu uznávané a ctěné. Módní trendy jsou utvářeny různými designovými prvky a návrháři používají zdravé reference, nikoli neetické kopírování, aby zákazníkům zprostředkovali trendy. Francouzští módní návrháři, kteří těží ze silné ochrany duševního vlastnictví, nadále určují trendy a inspirují světový návrhářský průmysl, aniž by bránili inovacím. Tvrzení o vyvolaném zastarávání, z něhož mají prospěch módní návrháři, postrádá důkazy a nezohledňuje různorodou škálu módních návrhů a jejich ochranu v různých regionech, například v Evropě. Bez podpůrných výzkumů zůstávají tvrzení doktríny paradoxu pirátství teoretická a odtržená od současné reality.¹⁷⁹

¹⁷⁷ Tamtéž, s. 1728-1730.

¹⁷⁸ LO, K. Stop Glorifying Fashion Piracy: It is Time to Enact the Innovative Design Protection Act. [online]. Vol. 21, Issue 1 PTAB Bar Association, Article 5, 2022 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://scholarship.kentlaw.iit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1315&context=ckjip>, s. 185-186.

¹⁷⁹ Tamtéž, s. 187-188.

Raustiala a Sprigman z převažujícího mlčení vyvozují, že průmysl pirátství akceptuje a naznačují, že absence razantních legislativních a soudních kampaní ze strany módních návrhářů znamená, že je kopírování jejich práci nepoškozuje. Teorie veřejné volby (anglicky *Public Choice Theory*) však ukazuje, že jednotlivci mohou posoudit náklady a přínosy a nakonec usoudit, že se jim vyplatí podnikat právní kroky proti porušovatelům práv. Stagnace ale neznamena lhostejnost. Módní návrháři Nolandová a Bogart prozradili, že si nemohou dovolit žalovat módní značky rychlé módy, které dosahují velkých zisků kopírováním jejich návrhů.¹⁸⁰ Výzkumy ukazují, že je zcela běžné, že některé módní značky rychlé módy každoročně vyčlení určitou částku na řešení očekávaných sporů o duševní vlastnictví a často buď stáhnou výrobky ze svých obchodů, nebo se s módními návrháři po „krádeži“ jejich návrhů dohodnou. Módní značky rychlé módy si také přivlastňují práci méně zavedených módních návrhářů, kteří raději investují své peníze do budoucích návrhů, než aby je utráceli za složité právní kroky. Tyto módní značky jsou si dobře vědomy, že využívají mezery v zákonech, a nemají v úmyslu přestat, dokud se legislativa nezmění.¹⁸¹ Předpoklady doktríny a předpovědi módních trendů nejsou podloženy přesvědčivými důkazy. Nedostatek empirického výzkumu pobídek módních návrhářů a sociálních norem vede k tomu, že debata o pirátství uvízla na mrtvém bodě. Zdůrazňuje se, že další empirický výzkum je nezbytný pro jasnější pochopení dopadu ochrany autorských práv na kreativitu a módní průmysl. Bez takových důkazů bude argumentace obou stran pokračovat, aniž by se tato otázka definitivně vyřešila.¹⁸²

Vyšší ochrana módního designu vyvolává otázky týkající se možných monopolů a jejího dopadu na spravedlivou hospodářskou soutěž na trhu. Na druhou stranu bez ochrany mohou porušovatelé práv v oblasti rychlé módy kopírovat a prodávat módní vzory za nižší ceny, což způsobuje nekalou konkurenci pro skutečné inovátory. Cílem ochrany módních vzorů by mělo být zachování spravedlivé tržní soutěže a zároveň posílení konkurenceschopnosti malých a středních podniků. Omezená ochrana módních vzorů může pomoci chránit jak soukromou ekonomickou hodnotu inovací, tak veřejný ekonomický zájem na spravedlivé tržní soutěži. Nástup internetu a komunikačních technologií v reálném čase však narušil tradiční kruh inovace-difuze, protože napodobeniny nyní vstupují na trh současně nebo dokonce dříve než původní návrhy. Ačkoli právo rozlišuje mezi padělkami a napodobeninami, je důležité zvážit dopad kopírování na spravedlivou

¹⁸⁰ Tamtéž, s. 190.

¹⁸¹ Tamtéž, s. 166-167.

¹⁸² Tamtéž, s. 190-192.

tržní soutěž a potřebu odpovídající ochrany módních vzorů. Teorie „paradoxu pirátství“ proto není za současné situace pro ochranu módních návrhů vhodná.¹⁸³

¹⁸³ XINBO, L. IP Protection of Fashion Design: To Be or Not To Be, That is the Question. *IP Theory*. [online]. 2012 Vol. 3: Iss. 1, Article 3. [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.repository.law.indiana.edu/ip/vol3/iss1/3>, s. 21-23.

Závěr

Téma ochrana práv duševního vlastnictví v módním průmyslu je velmi široké, a proto při zpracování této práce bylo vytyčeno několik konkrétních cílů, a sice objasnit naléhavé problémy, kterým módní průmysl čelí a provést komplexní analýzu různých právních forem ochrany duševního vlastnictví, včetně příslušné judikatury. Kromě toho měly být posuzovány dopady rychlé výroby módních oděvů, které vedly k alarmujícímu vzestupu designového pirátství na módní průmysl.

Jednou z hlavních hrozeb je převažující nízkonákladová výroba, jejímž původcem jsou značky rychlé módy. Nízkonákladová výroba a nekončící poptávka spotřebitelů po levných produktech vede k nadměrné spotřebě, zhoršování životního prostředí a vykořisťování pracovníků v zemích výroby. Absence odpovídajících právních záruk zhoršuje zátěž postižených komunit a přispívá k rostoucímu problému textilního odpadu. Vykořisťovatelské praktiky značek rychlé módy, které jsou v současnosti giganty v módním průmyslu, mají nepříznivé dopady na módní návrháře, jež se zabývají originální tvorbou a ztěžují jim možnost konkurovat v oboru. Značky rychlé módy často kopírují návrhy slavných i méně známých návrhářů a snaží se drobnými úpravami obejít mechanismy ochrany v právu duševního vlastnictví. Kombinace těchto faktorů brání úspěchu módních návrhářů, kteří dbají po udržitelných a eticky vyráběných produktech a podporuje trh ovládaný rychlou módou.

Dále byl v práci rozebrán design jako klíčový předmět ochrany práva duševního vlastnictví v módním průmyslu. Design je pojem, který se používá při popisování vnějšího vzhledu předmětů. Právo u designu chrání toliko tvůrčí složku, kterou je vzhled produktu, jako výsledek tvůrčí činnosti autora či původce. Při splnění specifických zákonných podmínek je design způsobilý být jedním z předmětů ochrany duševního vlastnictví, tj. může být chráněn jak relativními majetkovými právy poskytovanými v rámci ochrany proti nekalé soutěži, tak absolutními právy, jako je ochrana autorským právem, ochrana poskytovaná ochrannými známkami nebo zapsanými a nezapsanými průmyslovými vzory.

Design může být chráněn autorským právem za předpokladu, že splňuje požadovaná zákonná kritéria, aby mohl být autorským dílem či za něj být považován ve smyslu ustanovení autorského zákona. Aby autorské dílo bylo předmětem autorskoprávní ochrany, musí naplnit určité kumulativní pojmové znaky. Musí se jednat o dílo literární, jiné umělecké či vědecké, které je

jedinečným výsledkem tvůrčí činnosti autora a je vyjádřeno v jakékoli objektivně vnímatelné podobě. Po splnění těchto požadavků se ochrana poskytuje automaticky, aniž by bylo nutné provést jakoukoli formální registraci, ledaže by bylo vyloučeno z ochrany ve veřejném zájmu. V módním průmyslu se klade důraz na jedinečnost, ale dosáhnout jedinečnosti je obtížné kvůli několika faktorům jako jsou ku příkladu existence obrovského množství návrhů. Ready-to-wear kolekce často nespĺňují požadavek jedinečnosti, zatímco oděvy vyrobené na zakázku, i vzhledem ke snaze o zohlednění individuálních požadavků zákazníka, tento požadavek s větší pravděpodobností splní. Haute couture klade důraz na jedinečnost a je nepochybně způsobilá pro ochranu autorským právem. Co se týká relevantní judikatury, v České republice nebyla zaznamenána žádná týkající se sporů o autorská práva k oděvům. V mezinárodním měřítku vznikají spory mezi designérskými značkami a značkami rychlé módy, které čerpají inspiraci příliš konkrétně. Vzhledem k tomu, že módní návrhy často vychází z minulých módních trendů, mohou být nároky na jedinečnost i těch nejzavedenějších luxusních módních domů zmařeny, pokud je nejnovější kousek příliš inspirován dřívějším módním návrhem. To je ostatně také jedna z nevýhod autorskoprávní ochrany, která sice poskytuje neformální ochranu po splnění zákonných požadavků, nicméně přináší neodmyslitelné riziko, že design nemusí vždy splňovat podmínku jedinečnosti. Proto je o něco bezpečnějším řešením ochrana průmyslovými vzory.

Pokud módní značka vytvoří nový design, který splňuje zákonné požadavky pro zápis a tento design chce produkovat opakovaně a po delší dobu, vyplatí se takový design zapsat jako průmyslový vzor, a to buď na národní úrovni nebo na úrovni EU. Nařízení č. 6/2002 založilo dvě formy vzoru společenství RCD a UCD. Řízení o přihlášce průmyslového vzoru do rejstříku se vede buď u ÚPV nebo EUIPO. Pro ochranu designu jako zapsaného průmyslového vzoru je nezbytné, aby daný design splňoval kritéria novosti a individuální povahy. K posouzení novosti průmyslového vzoru je klíčové tzv. zpřístupnění veřejnosti, což zahrnuje jakékoli zveřejnění, které proběhlo bez výslovného nebo předpokládaného požadavku na důvěrnost. Průmyslový vzor je nový, pokud nebyl přede dnem podání přihlášky nebo vzniku práva přednosti zpřístupněn veřejnosti shodný průmyslový vzor. Rozsah ochrany je dán vyobrazením průmyslového vzoru v rejstříku. Po zveřejnění běží dvanáctiměsíční tzv. ochranná lhůta. Během této lhůty může původce vzor užívat a zveřejnit, ale aby získal ochranu zapsaným průmyslovým vzorem, musí podat přihlášku do dvanácti měsíců od okamžiku, kdy byl průmyslový vzor poprvé zveřejněn. Nezapsané průmyslové vzory Společenství mohou být praktickým řešením pro malé podniky a módní návrháře na počátku kariéry, pro které skutečnost, že právní ochrana vzniká až po zpřístupnění průmyslového vzoru veřejnosti, nemusí představovat problém. Hlavní nevýhodou

UCD je, že trvá pouze tři roky od data, kdy byl design poprvé zpřístupněn veřejnosti, zatímco ochrana RCD je poskytována na dobu pěti let, kterou lze každých pět let prodloužit až na maximálních dvacet pět let. Další nevýhodou je, že vlastník UCD je oprávněn zakročit proti kopírování svého vzoru, zatímco vlastník RCD má výhradní právo na užívání designu, což znamená, že může zabránit třetím osobám v užívání bez jeho souhlasu, poskytnout souhlas s užíváním prostřednictvím licencí a toto výhradní právo převádět třetím osobám. Volba mezi UCD a RCD závisí na konkrétních potřebách a prioritách módních značek. UCD může být z krátkodobého hlediska nákladově efektivnější, protože poskytuje automatickou a okamžitou ochranu, ale krátkodobější. RCD vyžaduje počáteční náklady na registraci a náklady na udržování, ale nabízí dlouhodobější ochranu, silnější možnosti vymáhání a potenciální obchodní hodnotu. Při rozhodování mezi UCD a RCD proto musí módní značky a podniky zvážit svůj rozpočet, očekávanou životnost průmyslového vzoru, význam prosazování a potenciál komerčního licencování.

Další formou ochrany jsou ochranné známky. Ve světě módy, kde se rychle mění stylové trendy, fungují ochranné známky jako rozlišovací symboly, které umožňují spotřebitelům snadno identifikovat a spojit si výrobky s konkrétními značkami. Zápisem ochranné známky získávají módní značky výlučná práva na užívání svých označení a brání ostatním v používání podobných značek, které by mohly způsobit záměnu nebo oslabit rozlišovací způsobilost značky. Přihlášku ochranné známky k zápisu do rejstříku může podat fyzická i právnická osoba u ÚPV v jednom vyhotovení. Od obdržení přihlášky ÚPV vzniká přihlašovatelovi právo přednosti. Před přihlášením ochranné známky je důležité provést rešerši, aby se zjistilo, zda neexistují podobné známky. Přihlašovatelé musí dostatečně specifikovat výrobky a služby spojené s ochrannou známkou. Po podání přihlášky ÚPV zkoumá, zda přihláška splňuje formální požadavky, tedy zda je přihláška řádně vyplněna a požadovaný správní poplatek je zaplacen. Následně ÚPV provede věcný průzkum, ve kterém zkoumá, zda nejsou přítomny okolnosti absolutní zápisné nezpůsobilosti. Od Velké novely ÚPV v rámci věcného průzkumu nezkoumá, zda přihlašované označení není shodné nebo neobsahuje shodné prvky se starší ochrannou známkou. Je tedy na vlastníku starší známky, aby případně vnesl námitky. Základní doba ochrany zapsané ochranné známky je deset let, počínaje dnem zápisu přihlášeného označení do rejstříku ochranných známek ÚPV. Po uplynutí počátečního desetiletého období lze ochranu ochranné známky neomezeně prodlužovat pro další desetiletá období, což je jednou z výhod ochrany poskytované ochrannou známkou. Pokud módní značka plánuje expandovat svou módní značku po celém světě, mohla by také využít mezinárodní zápis do rejstříku WIPO nebo zápis do rejstříku EUIPO.

Poslední formou ochrany, kterou jsem zařadil do této práce, je ochrana proti nekalé soutěži. Tato práce sice pojednává o ochraně práva duševního vlastnictví, nicméně právo na ochranu proti nekalé soutěži patří do kategorie práv, které s právem duševního vlastnictví souvisejí. Oproti právu duševního vlastnictví, které má absolutní povahu, právo na ochranu proti nekalé soutěži zakládá pouze relativní majetková práva působící *inter partes*. Právo proti nekalé soutěži chrání kvalitu (korektnost) soutěže a její ochrana je založena na odpovědnostním režimu ochrany. Při porušení nekalé soutěže vzniká mezi rušitelem a osobou dotčenou nekalou soutěží mimosmluvní závazkový vztah, jehož obsahem je povinnost rušitele zdržet se nekalé soutěže, odstranit závadný stav, případně nahradit majetkovou a nemajetkovou újmu a bezdůvodné obohacení. Aby jednání bylo posuzováno jako nekalosoutěžní, musí naplnit podmínky stanovené v generální klauzuli, která je obsažena v ustanovení § 2976 odst. 1 OZ. V odstavci 2 jsou vymezeny zvláštní skutkové podstaty, přičemž pro módní průmysl, resp. pro ochranu proti napodobování designu připadají v úvahu skutkové podstaty vyvolání nebezpečí záměny a parazitování na pověsti.

Náš právní systém nabízí soukromoprávní i veřejnoprávní prostředky ochrany, přičemž soukromoprávní prostředky ochrany se zaměřují především na ochranu práv jednotlivců. Podle autorského zákona se může autor zejména domáhat určení svého autorství, zákazu ohrožení svého práva, zákazu neoprávněné výroby, neoprávněného obchodního odbytu, dovozu nebo vývozu originálu nebo rozmnoženiny či napodobeniny díla. O obdobné nároky půjde i v případě porušení práv vlastníka průmyslového vzoru a ochrany práv z ochranné známky. U práva na ochranu proti nekalé soutěži lze rovněž využít žaloby zdržovací a odstraňovací. Všechny tyto formy mají společné to, že se poškozený může také domáhat náhrady škody, vydání bezdůvodného obohacení a přiměřeného zadostiučinění.

Vedle soukromoprávních prostředků ochrany hrají důležitou roli také veřejnoprávní prostředky ochrany. Primárním adresátem ochrany již není jednotlivec, nýbrž veřejný zájem. K ochraně veřejného zájmu, zejména k zajištění dodržování a vynucování veřejnoprávních předpisů a udělování sankcí subjektům, je zapotřebí zapojení státu a jeho orgánů. Nejčastěji se v módním průmyslu bude jednat o ÚPV, Celní správu České republiky a ČOI.

Rozmach rychlé módy vedl k rozšíření problémů kopírování designu, kdy jsou originální módní výtvoři bezostyšně napodobovány a padělány konkurencí. Debata o právní ochraně módních návrhů osciluje kolem dvou protichůdných názorů. Jedni tvrdí, že omezená ochrana podporuje

kreativitu a inovace, zatímco druzí se obávají, že slabá ochrana odrazuje návrháře od investic do originálních děl. Doktrína „paradoxu pirátství“ naznačuje, že omezená ochrana duševního vlastnictví je pro módní průmysl přínosem, neboť podporuje kreativitu a rozvoj trendů. Je přesvědčena, že kopírování pomáhá urychlit zánik trendů a motivuje návrháře k rychlejší tvorbě. Kritici paradoxu pirátství jsou však toho názoru, že kopírování poškozuje mnoho módních návrhářů, kteří nemohou získat zpět své investice a mohou být nuceni vzdát se svých uměleckých záměrů. Tvrzení, že kopírování vytváří módní trendy prostřednictvím „zakotvení“, rozporuje nepochopení toho, jak trendy vznikají. Módní návrháři čerpají inspiraci z různých zdrojů, ale nezapojují se do zjevného kopírování. Nedostatek výzkumů podporujících paradox pirátství vyvolává pochybnosti o jeho platnosti.

Boj proti kopírování v módním průmyslu představuje složitou výzvu, protože rozlišit mezi pouhou inspirací a zjevným kopírováním je často obtížné. Právní bitvy proti větším módním gigantům mohou být nákladné a nejisté, což poškozeným značkám ztěžuje přijetí odpovídajících kroků. Nalezení rovnováhy mezi příliš silnou a příliš slabou ochranou má zásadní význam pro zachování spravedlivé hospodářské soutěže na trhu a podporu malých a středních podniků. Namísto pouhého zvyšování právní ochrany designu by se podle mého názoru měl klást důraz na transformaci výrobního prostředí v zemích, kde jsou jeho negativní dopady nejvýraznější. Řešením základních problémů vykořisťovatelských pracovních podmínek a závažných důsledků pro životní prostředí můžeme narušit hlavní výhodu značek rychlé módy – levné a rychle vyrobené výrobky. Zavedení humánních pracovních podmínek a přísnějších sankcionování environmentálních deliktů v těchto zemích zvýší výrobní náklady značek rychlé módy, potažmo i výslednou cenu zboží v obchodech. V důsledku toho lze očekávat snížení spotřebitelské přitažlivosti předmětného nekvalitního zboží, které nyní bude postrádat zásadní atraktivitu nízké ceny, což velmi pravděpodobně přiměje spotřebitele přehodnotit svůj výběr. Namísto bezmyšlenkovitého plnění nákupních košíků několika levnými kousky se stane výběr jednoho kvalitnějšího kusu oblečení smysluplnou volbou, protože kvalitní oblečení je způsobilé plnit svou funkci delší dobu a bude u něj zaručena zdravotní nezávadnost. Tento přístup nejen napomáhá udržitelnosti, ale také přímo podporuje nezávislé módní návrháře, kteří se distancují od nadnárodních korporací, jež vyvíjejí globálně kritizovanou výrobu. Právě volba kvality před kvantitou dává módním návrhářům i spotřebitelům možnost prosazovat pozitivní změny ve světě módy.

Seznam zdrojů a literatury

1 Seznam použité literatury

BECKER-LEIFHOLD, Carolin a HEUER, Mark. *Eco-friendly and fair: fast fashion and consumer behaviour*. New York: Routledge, 2018. ISBN 1-351-05834-7.

BURBIDGE, Rosie. *European fashion law: a practical guide from start-up to global success*. Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, 2019. ISBN 1-78811-301-2.

HEMPHILL, C. Scott, a SUK, Jeannie. The Law, Culture, and Economics of Fashion. *Stanford Law Review*. 61, no. 5, 2009, pp. 1147-99. ISSN 0038-9765.

HOLCOVÁ, Irena a kolektiv: (CÍSAŘOVÁ, Zuzana, DOBŘICHOVSKÝ, Tomáš, FALADOVÁ, Adéla, HOLCOVÁ, Irena, KŘEŠŤANOVÁ, Veronika, KRÍŽ, Jan, WÜNSCHOVÁ PUJMANOVÁ, Alexandra, ŽIKOVSKÁ, Petra) *Autorský zákon: Komentář. I. vydání*. Praha: Wolters Kluwer, 2019. Komentáře (Wolters Kluwer ČR). ISBN: 978-80-7598-049-6.

HORÁČEK, Roman, ČADA, Karel a HAJN, Petr. *Práva k průmyslovému vlastnictví. 2., dopl. A přeprac.* Vyd. V Praze: C.H. Beck, 2011, xxvii. ISBN 978-80-7400-417-9.

CHALOUPKOVÁ, Helena a HOLÝ, Petr. *Autorský zákon. 5. vydání*. Praha: C. H. Beck, 2017. Beckovy komentáře. ISBN:978-80-7400-671-5.

JIMÉNEZ, Guillermo a KOLSUN, Barbara. *Fashion law: a guide for designers, fashion executives, and attorneys*. Second edition. New York: Fairchild Books, 2014. ISBN 9781609018955.

KAWAMURA, Yuniya *Fashion-Ology: An Introduction to Fashion Studies*. Oxford; New York: Berg Publishers, 2005, ISSN 1360-466X.

KOUKAL, Pavel, MYŠKA Matěj, PULLMANOVÁ Helena, VOJTÍŠKOVÁ Terezie a ZIBNER, Jan. *Právo duševního vlastnictví* [online]. První vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2020 [cit. 2023-08-03]. ISSN 1802-128X. Elportál. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/2019podzim/dusevni_vlastnictvi/web/index.html.

KOUKAL, Pavel. *Právní ochrana designu – průmyslové vzory, autorská díla*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2012, xv. ISBN 978-80-7357-886-2.

MUTHU, Subramanian Senthilkannan. *Fast Fashion, Fashion Brands and Sustainable Consumption*. Singapore: Springer Singapore, 2019, 1 online resource (VII, 54 p. 12 illus. In color.) ISBN 981-13-1268-0.

PILA, Justine. *Seville's EU intellectual property law and policy*. Third edition. Cheltenham, England: Edward Elgar Publishing, 2022. ISBN 9781788976404.

RAUSTIALA, Kal a Christopher SPRINGMAN. The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. *Virginia Law Review*, vol. 92, no. 8, 2006, pp. 1687–777. ISSN 0042-6601.

SCAFIDI, Susan. *Navigating fashion law: leading lawyers on exploring the trends, cases, and strategies of fashion law*. Boston: Aspatore, 2012. ISBN 978-0-314-28057-2.

SRSTKA, Jiří, BARTÁK, Jan, DOBŘICHOVSKÝ, Tomáš, et al. *Autorské právo a práva související: vysokoškolská učebnice*. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019. ISBN 978-80-7502-386-5.

TELEC, Ivo. *Duševní vlastnictví a jeho vliv na věc v právním smyslu*. Právní rozhledy: časopis pro všechna právní odvětví. Praha: Verlag C. H. Beck, roč. 19, č. 12, 2011, s. 444-450. ISSN 1210-6410.

2 Seznam použitých internetových zdrojů

ATASOY, Ayse How Fashion Industry Has Been Changed According to Generations Bloomers, X, Y, Z (In Terms of Clothing Brands.)” How Fashion Industry Has Been Changed According to Generations Bloomers, X, Y, Z (In Terms of Clothing Brands)? *Department of Music and Fine Arts, METU*. [online]. 2016 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://shorturl.at/mBLNW>.

BLAAZER, Esmee. The contrast between haute couture and ready-to-wear. In: *FashionUnited* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://fashionunited.com/news/background/the-contrast-between-haute-couture-and-ready-to-wear/2023063054605>.

BRÁZDIL, Boris. Právní prostředky ochrany práv z ochranné známky. In: *Legal Tax Audit* [online]. 2013 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://slideplayer.cz/slide/1933763/>.

CASTRO, Duarte Sergio a MARTINS, Alves Ludovico Sideley. Fashion industry in Brazil: Productive and spatial profile and the emergence of fashion law. *International Journal of Development Research*. 2021, Vol. 11, Issue, 06, pp. 48027-48032, 2021 [cit. 2023-03-08]. ISSN 2230-9926. Dostupné z: <https://www.journalijdr.com/sites/default/files/issue-pdf/22169.pdf>.

ČOI v roce 2022 zajistila 36 349 kusů padělků za téměř 81 milionů korun. In: *Česká obchodní inspekce* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.textileconsult.co.uk/2022/11/04/fashion-is-getting-even-faster-the-rise-of-ultra-fast-fashion/>.

DAHLÉN, Marianne. Copy or copyright fashion? Swedish design protection law in historical and comparative perspective. In: *Business History* [online]. 2012 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/00076791.2011.617211?scroll=top&needAccess=true&role=tab>.

Design guidelines. In: *EUIPO* [online]. 2022 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://guidelines.euipo.europa.eu/1934976/1787578/designs-guidelines/11-corrections-and-changes-in-the-register-and-in-the-publication-of-community-design-registrations>.

Difference Between Textile and Apparel. In: *Textile Industry* [online]. 2023 [cit. 2023-03-23]. Dostupné z: <https://www.textileindustry.net/difference-between-textile-and-apparel/>.

EUIPO Database, In: *TM view*. [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview>.

Fashion is getting even faster: the rise of ultra-fast fashion. In: *Textile Consult* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.textileconsult.co.uk/2022/11/04/fashion-is-getting-even-faster-the-rise-of-ultra-fast-fashion/>.

Fashion Is Incorporating Haute Couture In The Modern Industry. In: *Fashinnovation* [online]. 2022 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://fashinnovation.nyc/watch/fashion-is-incorporating-haute-couture-in-the-modern-industry/>.

Fashion Seasons Explained: How It Started & How It's Going In 2022 And Beyond. In: *Techfashionista* [online]. 2021 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://thetechfashionista.com/fashion-seasons-explained/>.

Global Fashion Industry Statistics. In: *FashionUnited* [online]. 2023 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>.

Greenpeace: „Zara most toxic apparel“. In: *FashionUnited* [online]. 2012 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://fashionunited.uk/v1/fashion/greenpeace-qzara-most-toxic-apparelq/2012112012078>.

HIRSCH, Birgit. Unregistered community designs: a secret weapon in design protection? In: *Schönherr* [online]. 2021 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.schoenherr.eu/content/unregistered-community-designs-a-secret-weapon-in-design-protection/>.

How can we reduce our Fashion Environmental Impact?. In: *Sustain Your Style* [online]. 2022 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.sustainyourstyle.org/en/reducing-our-impact>.

JEMIMA, Elliot. 10 Years Have Passed Since the Rana Plaza Collapse, Here's Where We Are. In: *Remake* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://remake.world/stories/10-year-rana-plaza/>.

KAČÍREK, M. Veřejnoprávní prostředky ochrany proti nekalé soutěži. In: *DANĚK & PARTNERS* [online]. 2017 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://nekala-soutez.info/verejnopravni-prostredky-ochrany-proti-nekale-soutezi/>.

KAČÍREK, M. Vyvolání nebezpečí záměny. In: *DANĚK & PARTNERS* [online]. 2017 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://nekala-soutez.info/vyvolani-nebezpeci-zameny/>.

KOCHAR, Sayam. Top 9 Technology Trends Reshaping The Fashion Industry In 2023. In: *Techpacker* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://techpacker.com/blog/design/top-9-fashion-technology-trends/>.

KYSELOVÁ, Tereza Soudní způsoby obrany proti porušování práv z duševního vlastnictví. In: *Epravo* [online]. 2014 [cit. 2023-08-03]. Dostupné

z <https://www.epravo.cz/top/clanky/soudni-zpusoby-obrany-proti-porusovani-prav-z-dusevniho-vlastnictvi-94026.html>.

Legal review on industrial design protection in Europe. *European Commission*. 2016, MARKT2014/083/D [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://www.ecar-alliance.eu/wp-content/uploads/ET-04-16-452-EN-N.pdf>.

LIEBER, Chavie. Fashion brands steal design ideas all the time. And it's completely legal. In: *Vox Media* [online]. 2018 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://www.vox.com/2018/4/27/17281022/fashion-brands-knockoffs-copyright-stolen-designs-old-navy-zara-h-and-m>.

LO, Kyon. Stop Glorifying Fashion Piracy: It is Time to Enact the Innovative Design Protection Act. *PTAB Bar Association* [online]. Vol. 21, Issue 1, Article 5, 2022 [cit. 2023-08-04]. Dostupné z: <https://scholarship.kentlaw.iit.edu/ckjip/vol21/iss1/8>.

Locarnské třídění (průmyslové vzory). In: *EUIPO* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/cs/locarno-classification>.

Madrid Monitor. In: *WIPO* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www3.wipo.int/madrid/monitor/en/index.jsp>.

MARTIN, Tina. Fashion Law Needs Custom Tailored Protection for Designs. *University of Baltimore law review*. 2019, Vol. 48 (3), [online]. 2019 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://scholarworks.law.ubalt.edu/ubl/vol48/iss3/6>.

Mezinárodní třídění pro průmyslové vzory. In: *Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. 2021 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://shorturl.at/kpANX>.

MITCHELL, D. Fashion's Cutthroat Edge. In: *The New York Times* [online]. 2006 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2006/08/12/business/12online.html>.

Móda. Právo. Talent. In: *UPMP* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.upmp.cz/>.

Národní přihláška ochranné známky. In: *Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://upv.gov.cz/prumyslova-prava/ochranne-znamky/narodni-prihlaska-ochranne-znamky>.

Nařízení a směrnice EU o autorském právu a právech souvisejících s právem autorským. In: *Ministerstvo kultury* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/narizeni-a-smernice-eu-o-autorskem-pravu-a-pravech-souvisejicich-s-pravem-autorskym-cs-695>.

Ochranné známky. In: *Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://upv.gov.cz/prumyslova-prava/ochranne-znamky>.

PRUITT-YOUNG, Sharon. Why Indie Brands Are At War With Shein And Other Fast-Fashion Companies. In: *NPR* [online]. 2021 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z:

<https://www.npr.org/2021/07/20/1018381462/why-indie-brands-are-at-war-with-shein-and-other-fast-fashion-companies>.

Průmyslové vzory. In: *Informační portál o průmyslových vzorech* [online]. 2018 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://prumyslovy-vzor.cz/>.

Rešeršní databáze. In: *Úřad průmyslového vlastnictví* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://isdv.upv.cz/webapp/!resdb.glob.frm>.

ROWE, Helen. Retailers Are Copying Fashion Show Designs Within Minutes. In: *Business Insider* [online]. 2014 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/retailers-are-copying-fashion-show-designs-within-minutes-2014-9>.

RYGLOVÁ, Renata. Právo módního průmyslu: výstřelek, nebo perspektivní obor?. In: *Právní prostor* [online]. 2014 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.pravniprostor.cz/clanky/obcanske-pravo/pravo-modniho-prumyslu-vystrelek-nebo-perspektivni-obor>.

SAMPSON, Lynne. Fashion Supply Chain: Everything You Need to Know. In: *Oracle* [online]. 2023 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://www.oracle.com/retail/fashion/fashion-supply-chain/>.

STRUMPF, Dan. China's Fast-Fashion Giant Shein Faces Dozens of Lawsuits Alleging Design Theft. In: *The Wall Street Journal* [online]. 2022 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://www.wsj.com/articles/chinas-fast-fashion-giant-shein-faces-dozens-of-lawsuits-alleging-design-theft-11656840601>.

The EU copyright legislation. In: *European Commission* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/copyright-legislation>.

The Maisons. In: *Fédération de la Haute Couture et de la Mode* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://fhcm.paris/en/members/>.

What is the Difference Between Haute Couture and Ready to Wear? In: *artTECA* [online]. 2017 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://medium.com/@artteca/what-is-the-difference-between-haute-couture-and-ready-to-wear-48bcd2ea1710>.

WHEN IS FASHION WEEK?. In: *FashionWeekOnline* [online]. 2023 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://fashionweekonline.com/when-is-fashion-week>.

XUE, Sophie, Ethical Fashion in the Age of Fast Fashion. *Art Honors Papers*. 2018, [online]. 2018 [cit. 2023-03-08]. Dostupné z: <https://digitalcommons.conncoll.edu/arhnp/26>.

Základní informace. In: *ÚPV* [online]. 2023 [cit. 2023-08-03]. Dostupné z: <https://upv.gov.cz/o-uradu/zakladni-informace>.

3 Seznam použitých právních předpisů

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1001 ze dne 14. června 2017 o ochranné známce Evropské unie (kodifikované znění) (Text s významem pro EHP).

Nařízení Rady (ES) č. 6/2002 ze dne 12. prosince 2001 o (průmyslových) vzorech Společenství.

Rozhodnutí Rady ze dne 18. prosince 2006, kterým se schvaluje přistoupení Evropského společenství k Ženevskému aktu Haagské dohody o mezinárodním zápisu průmyslových vzorů, přijatému v Ženevě dne 2. července 1999.

Sdělení č. 191/1995 Sb. ministerstva zahraničních věcí o sjednání Dohody o zřízení Světové obchodní organizace (WTO).

Sdělení č. 248/1996 Sb., ministerstva zahraničních věcí o přístupu České republiky k Protokolu k Madridské dohodě o mezinárodním zápisu ochranných známek.

Sdělení č. 209/1992 Sb., federálního ministerstva zahraničních věcí o sjednání Úmluvy o ochraně lidských práv a základních svobod a Protokolů na tuto Úmluvu navazujících.

Sdělení č. 33/2002 Sb. m. s., ministerstva zahraničních věcí o přístupu České republiky ke Smlouvě Světové organizace duševního vlastnictví o právu autorském.⁸⁰ Sb., ministra zahraničních věcí o Bernské úmluvě o ochraně literárních a uměleckých děl ze dne 9. září 1886, doplněné v Paříži dne 4. května 1896, revidované v Berlíně dne 13. listopadu 1908, doplněné v Bernu dne 20. března 1914 a revidované v Římě dne 2. června 1928, v Bruselu dne 26. června 1948, ve Stockholmu dne 14. července 1967 a v Paříži dne 24. července 1971.

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/71/ES ze dne 13. října 1998 o právní ochraně (průmyslových) vzorů.

Úplné znění č. 334/2002 Sb. Úplné znění zákona č. 200/1990 Sb., o přestupcích, jak vyplývá z pozdějších změn.

Usnesení č. 2/1993 Sb., předsednictva České národní rady o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součástí ústavního pořádku České republiky.

Vyhláška č. 118/1979 Sb., ministra zahraničních věcí o Niceské dohodě o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek ze dne 15. června 1957, revidované ve Stockholmu dne 14. července 1967 a v Ženevě dne 13. května 1977.

Vyhláška č. 133/1980 Sb., ministra zahraničních věcí o Bernské úmluvě o ochraně literárních a uměleckých děl ze dne 9. září 1886, doplněné v Paříži dne 4. května 1896, revidované v Berlíně dne 13. listopadu 1908, doplněné v Bernu dne 20. března 1914 a revidované v Římě dne 2. června 1928, v Bruselu dne 26. června 1948, ve Stockholmu dne 14. července 1967 a v Paříži dne 24. července 1971.

Vyhláška č. 192/1964 Sb., ministra zahraničních věcí o Mezinárodní úmluvě o ochraně výkonných umělců, výrobců zvukových záznamů a rozhlasových organizací.

Vyhláška č. 28/1981 Sb., ministra zahraničních věcí o Locarnské dohodě o zřízení mezinárodního třídění průmyslových vzorů a modelů, podepsané v Locarnu dne 8. října 1968.

Vyhláška č. 69/1975 Sb., ministra zahraničních věcí o Úmluvě o zřízení Světové organizace duševního vlastnictví, podepsané ve Stockholmu dne 14. července 1967.

Vyhláška č. 90/1962 Sb., ministra zahraničních věcí o Pařížské úmluvě na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 20. března 1883, revidované v Bruselu dne 14. prosince 1900, ve Washingtonu dne 2. června 1911, v Haagu dne 6. listopadu 1925, v Londýně dne 2. června 1934 a v Lisabonu dne 31. října 1958.

Vyhláška ministra zahraničních věcí č. 64/1975 Sb., o Pařížské úmluvě na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 20. března 1883, revidované v Bruselu dne 14. prosince 1900, ve Washingtonu dne 2. června 1911, v Haagu dne 6. listopadu 1925, v Londýně dne 2. června 1934, v Lisabonu dne 31. října 1958 a ve Stockholmu dne 14. července 1967, ve znění vyhlášky ministra zahraničních věcí č. 81/1985 Sb.

Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon).

Zákon č. 207/2000 Sb., o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů

Zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a ochraně obchodního tajemství.

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách).

Zákon č. 46/2000 Sb., o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon).

Zákon č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích).

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník

Zákon č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád

4 Seznam použité judikatury

Rozhodnutí kasačního dvora Francie Christian Louboutin SA v. Zara France ve věci ze dne 30.05.2012 (č. 11-20724).

Rozhodnutí Nejvyššího soudu České republiky ze dne 12.12.2017, sp. zn. 23 Cdo 2421/2017.

Rozhodnutí Nejvyššího soudu České republiky ze dne 18.3.2008, sp. zn. 30 Cdo 1385/2006.

Rozhodnutí Odvolací senátu OHIM ze dne 26 3. 2010 ve věci Holey Soles Holdigs Ltd. proti Crocs, Inc. (R 9/2008-3 EUIPO).

Rozhodnutí Vrchního soudu v Dillí v Novém Dillí ze dne 19. 5. 2015 ve věci Industria De Diseno Textile Sa proti Oriental Cuisines Pvt. Ltd. (No. 1472/ 2013).

Rozsudek SDEU ze dne 12. 12. 2002 ve věci Ralf Sieckmann proti Deutsches Patent a Markenamt (C-273/00).

Rozsudek SDEU ze dne 13. 2. 2014 ve věci H. Gautzsch Großhandel GmbH & Co. KG proti Münchener Boulevard Möbel Joseph Duna GmbH (C-479/12).

Rozsudek SDEU ze dne 17. 2. 2016 ve věci Adidas AG proti Shoe Branding Europe (C-396/15).

Rozsudek SDEU ze dne 19. 6. 2014 ve věci Karen Millen Fashions Ltd proti Dunnes Stores and Dunnes Stores (Limerick) Ltd (C-345/13).

Rozsudek SDEU ze dne 20. 10. 2011 ve ve věci PepsiCo, Inc. v. Grupo Promer mon Graphic SA (C-281/10).

Rozsudek Tribunal de grande instance de Paris ze dne 1. 4. 2011 ve věci Vanessa Bruno proti Zara France (č. 2008/16795).

5 Obrázky

Christian Loubotin v. Zara France – srovnání. [fotografie]. Hello [online]. 2012 [cit. 2022-08-04]. Dostupné z: <https://www.hellomagazine.com/fashion/201206118290/zara-won-christian-louboutin/>.

Slavnostní talár [fotografie]. Úřad průmyslového vlastnictví [online]. 2023 [cit. 2022-08-04]. Dostupné z: <https://isdv.upv.cz/>.

Seznam Zkratek

Autorský zákon	Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon)
Bernská úmluva	Vyhláška č. 133/1980 Sb., ministra zahraničních věcí o Bernské úmluvě o ochraně literárních a uměleckých děl ze dne 9. září 1886, doplněné v Paříži dne 4. května 1896, revidované v Berlíně dne 13. listopadu 1908, doplněné v Bernu dne 20. března 1914 a revidované v Římě dne 2. června 1928, v Bruselu dne 26. června 1948, ve Stockholmu dne 14. července 1967 a v Paříži dne 24. července 1971
ČOI	Česká obchodní inspekce
Dohoda TRIPS, TRIPS	Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví, PŘÍLOHA 1C Sdělení č. 191/1995 Sb. Ministerstva zahraničních věcí o sjednání Dohody o zřízení Světové obchodní organizace (WTO)
EU	Evropská unie
EUIPO	European Union Intellectual Property Office, česky Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví
Fast fashion značky, značky rychlé módy	Módní značky, které využívají proces výroby oděvů s co nejnižšími náklady
Listina, LZPS	Usnesení č. 2/1993 Sb., předsednictva České národní rady o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součástí ústavního pořádku České republiky
Nářízení 2017/2001	Nářízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1001 ze dne 14. června 2017 o ochranné známce Evropské unie (kodifikované znění)
Nářízení č. 6/2006	Nářízení Rady (ES) č. 6/2002 ze dne 12. prosince 2001 o (průmyslových) vzorech Společenství
OZ	Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
OZ64	Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník
RCD	Zapsaný průmyslový vzor Společenství

Rychlá móda, Fast fashion	Rychlý výrobní princip, které využívají především výrobci levné módy
SDEU	Soudní dvůr Evropské unie
Směrnice o ochraně průmyslových vzorů	Směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/71/ES ze dne 13. října 1998 o právní ochraně (průmyslových) vzorů
Velká novela	Zákon č. 286/2018 Sb., kterým se mění zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách), ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a o změně zákonů na ochranu průmyslového vlastnictví (zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví), a zákon č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů
TZ	Zákon č. 40/2009 Sb. trestní zákoník
UCD	Nezapsaný průmyslový vzor Společenství
ÚPV	Úřad průmyslového vlastnictví
WIPO	World Intellectual Property Organisation, česky Světová organizace duševního vlastnictví
WTO	World Trade Organization, česky Světová obchodní organizace
Zákon o ochraně spotřebitele	Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
ZOPV	Zákon č. 207/2000 Sb., o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů
ZOZ	Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách)

ZVPPV

Zákon č. 221/2006 Sb. o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a ochraně obchodního tajemství

Abstrakt

Tato práce se zaměřuje na oblast práva duševního vlastnictví v módním průmyslu. Hlavním cílem této práce je poukázat na naléhavé problémy v módním průmyslu, prozkoumat různé formy ochrany duševního vlastnictví použitelné v módním průmyslu. V návaznosti na analýzu je provedeno posouzení dopadů rychlé módy na módní průmysl.

Práce se zabývá složitým prostředím módního průmyslu, které se vyznačuje rychlými globálními dodavatelskými řetězci a rychlými výrobními cykly. Tato dynamika však vyvolává značné problémy a nepříznivé postupy, které postrádají důkladné právní záruky. Hlavním problémem je šíření nízkonákladové výroby řízené značkami rychlé módy vedoucí k nadměrné spotřebě, zhoršování životního prostředí a vykořisťování pracovních sil. Tato absence účinných právních opatření zvyšuje zátěž, jíž čelí postižené komunity, a přispívá k narůstajícímu problému textilního odpadu. Praktiky značek rychlé módy, které často kopírují návrhy renomovaných i méně známých návrhářů, navíc podkopávají konkurenceschopnost původních tvůrců v tomto odvětví. Toto vzájemné působení podporuje prostředí upřednostňující rychlou módu na úkor udržitelné a etické módy.

Práce je členěna do osmi kapitol. Začíná vymezením základních pojmů módního průmyslu v první kapitole a následně se ve druhé kapitole věnuje základům práva duševního vlastnictví. Třetí kapitola se zaměřuje na design jako předmět ochrany duševního vlastnictví a vytváří tak základ pro následnou analýzu právních forem ochrany, včetně autorského práva, průmyslových vzorů, ochranných známek a ochrany proti nekalé soutěži, o nichž pojednávají kapitoly čtyři až sedm. Závěrečná kapitola se zamýšlí nad účinností ochrany duševního vlastnictví ve stále se vyvíjejícím světě módy a zabývá se teorií paradoxu pirátství a nedávným výzkumem, který ji zpochybňuje.

Abstract

This thesis focuses on the area of intellectual property law in the fashion industry. The main objective of this thesis is to highlight the pressing issues in the fashion industry, to examine the various forms of intellectual property protection applicable in the fashion industry. Following the analysis, an assessment of the impact of fast fashion on the fashion industry is made.

The thesis addresses the complex environment of the fashion industry, which is characterised by fast global supply chains and rapid production cycles. However, these dynamics raise significant challenges and unfavourable practices that lack robust legal safeguards. The main problem is the proliferation of low-cost production driven by fast-fashion brands, leading to overconsumption, environmental degradation and labour exploitation. This lack of effective legal measures increases the burden faced by affected communities and contributes to the growing problem of textile waste. In addition, the practices of fast fashion brands, which often copy the designs of both renowned and lesser-known designers, undermine the competitiveness of indigenous creators in the sector. This interaction fosters an environment that favours fast fashion at the expense of sustainable and ethical fashion.

The thesis is divided into eight chapters. It begins by defining the basic concepts of the fashion industry in the first chapter and then discusses the basics of intellectual property law in the second chapter. Chapter three focuses on design as an object of intellectual property protection, setting the stage for the subsequent analysis of legal forms of protection, including copyright, industrial designs, trademarks and protection against unfair competition, which are discussed in chapters four to seven. The final chapter reflects on the effectiveness of IP protection in the ever-evolving world of fashion and examines the theory of the piracy paradox and recent research that challenges it.

Název práce v českém jazyce:

Ochrana práv duševního vlastnictví v módním průmyslu

Klíčová slova:

Duševní vlastnictví, módní průmysl, rychlá móda, autorské právo, průmyslová práva

Název práce v anglickém jazyce:

Protection of intellectual property rights in the fashion industry

Key words:

Intellectual property, fashion industry, fast fashion, copyright, industrial rights