ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Elišky Cihlářové a soudců JUDr. Jaroslava Hubáčka a JUDr. Tomáše Foltase v právní věci žalobce: **DEICHMANN – OBUV, s. r. o.,** se sídlem Londýnské nám. 853/1, Brno – Štýřice, zastoupený Mgr. Tomášem Pelikánem, advokátem se sídlem Tyršův dům, Újezd 450/40, Praha 1, proti žalovanému: **Generální ředitelství cel,** se sídlem Budějovická 7, Praha 4, v řízení o kasační stížnosti žalobce proti rozsudku Krajského soudu v Hradci Králové ze dne 20. 12. 2013, č. j. 30 Af 43/2011 – 69,

takto:

I. Kasační stížnost **se zamítá.**

II. Žádný z účastníků **nemá** právo na náhradu nákladů řízení.

Odůvodnění:

Rozsudkem Krajského soudu v Hradci Králové ze dne 20. 12. 2013, č. j. 30 Af 43/2011 - 69, byla zamítnuta žaloba podaná žalobcem (dále jen „stěžovatel“) proti rozhodnutí Celního ředitelství Hradec Králové (dále jen „celní ředitelství“) ze dne 13. 9. 2011, č. j. 8852-2/2011-060100-21, jímž bylo zamítnuto jeho odvolání a potvrzeno rozhodnutí Celního úřadu Pardubice (dále jen „celní úřad“) ze dne 7. 7. 2011, č. j. 9442/2011-06300-021, kterým bylo rozhodnuto, že se stěžovatel dopustil správního deliktu podle ust. § 24 odst. 1 písm. a) zákona č. 634/1992 Sb., ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“), když nabízel k prodeji celkem 2 páry obuvi obsahující prvky zaměnitelné s prostorovou ochrannou známkou registrovanou Úřadem pro harmonizaci na vnitřním trhu (dále jen „OHIM“) pod č. 007497373. Současně bylo rozhodnuto o propadnutí výše uvedených výrobků a stěžovateli byla uložena pokuta ve výši 1.000 Kč. V odůvodnění rozsudku se krajský soud ztotožnil se závěry celních orgánů, že podrážka zajištěné obuvi je svým provedením téměř shodná s předmětnou ochrannou známkou a obuv je svým celkovým provedením zaměnitelná s výrobky společnosti Converse. Poukázal rovněž na vrchní část obuvi, jejíž použití není samo o sobě nijak omezeno, avšak ve spojení s podrážkou zaměnitelnou s předmětnou ochrannou známkou může být zajištěná obuv spojována s výrobky společnosti Converse. Při tvoření úsudku o zaměnitelnosti bylo pro krajský soud zásadní i to, že porovnávané výrobky patří do příbuzné oblasti spotřeby,

jsou určeny k podobnému způsobu užití, a proto mohou být považovány spotřebitelem za zboží pocházející z téhož zdroje. Krajský soud se neztotožnil s žalobní námitkou, že tvar podrážky není poznávacím znakem pro drtivou většinu spotřebitelů, ale že jím je pěticípá hvězda, nápis „All Star“ či „Converse“. Má za to, že z reklamy a nabídky společnosti Converse je obecně známo, že vzor podrážky je zcela rovnocenně vyobrazován a prezentován, a proto se neztotožnil s tvrzením, že by vzhled podrážky nebyl pro spotřebitele žádným poznávacím znakem. Při posuzování zaměnitelnosti je nutno přihlížet k možnosti omylu průměrně informovaného spotřebitele při obyčejné pozornosti. Průměrný spotřebitel hodnotí výrobek v krátkém časovém úseku, a to jako celek. Krajský soud také poukázal na skutečnost, že stěžovatel prodává i obuv společnosti Converse. Posuzování zaměnitelnosti krajský soud shledal, na rozdíl od stěžovatele, za otázku právní a nikoli skutkovou. Zaměnitelnost se proto nedokazuje. Jako nedůvodná byla shledána žalobní námitka, že pojednání celního ředitelství o historii a současnosti společnosti Converse vzbuzuje obavu z nestranného poměru správního orgánu k této společnosti. K námitce stěžovatele o vedení dvou řízení o výmazu předmětné známky krajský soud uvedl, že ke dni rozhodování celního ředitelství byla ochranná známka řádně zapsaná.

Proti tomuto rozsudku podal stěžovatel v zákonné lhůtě kasační stížnost z důvodu uvedeného v ust. § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s. Stěžovatel je přesvědčen, že se nedopustil předmětného správního deliktu, resp. nepoužil při nabízení nebo prodeji svých výrobků nekalé obchodní praktiky. Má za to, že argument celkového provedení obuvi a její následné zaměnitelnosti je pro posouzení věci nepřijatelný. Celkové provedení není chráněno ochrannou známkou a jedná se o zcela standardní provedení tzv. „tenisek“, které vyrábí řada výrobců. Originalitu zajištěné obuvi dodávají další prvky, jako např. vyobrazení populárního motivu „Spider-Man“. Je zcela nepravděpodobné, že by běžný spotřebitel posoudil předmětnou obuv jako výrobek společnosti Converse výhradně podle vzorku podešve. S touto námitkou se podle stěžovatele krajský soud dostatečně nevypořádal, a proto trvá na své žalobní argumentaci, že tvar podešve poznávacím znakem pro drtivou většinu spotřebitelů není. Na zajištěné obuvi ani na jejím obalu není nikde vyobrazen žádný symbol společnosti Converse (typická pěticípá hvězda, nápis „All Star“ či název „CONVERSE“), a to jak přímo na podrážce, tak zejména na svršku obuvi, což je podle názoru stěžovatele hlavním poznávacím znakem výrobků společnosti Converse. Těžko se provedení podrážky mohlo stát typickým a určujícím marketem obuvi pouze společnosti Converse, vyrábí-li takovou podešev i další výrobci, jak celní ředitelství samo připouští. S touto námitkou se krajský soud rovněž nevypořádal, i když je v otázce zaměnitelnosti okolností významnou. Stěžovatel dále uvedl, že samotná údajná jedinečnost vyobrazení předmětné ochranné známky a její odlišnost od ostatních řešení podrážek obuvi je pochybná a je zpochybňována dalšími subjekty nadnárodního charakteru, když podle aktuálního výpisu z rejstříku ochranných známek vedených u OHIM jsou ohledně ochranné známky č. 007497373 vedena dvě řízení týkající se návrhu na výmaz z důvodu neplatnosti této ochranné známky. Podle stěžovatele se krajský soud nezabýval pravdivostí tvrzení celního ředitelství, že by mezi mladými lidmi byla dobře známa podrážka s grafickým vyobrazením společnosti Converse. Toto tvrzení považuje za pouhou nepodloženou domněnku, která vzbuzuje dojem účelové snahy obhájit těžko udržitelné stanovisko o zaměnitelnosti obuvi. Krajský soud nesprávně dovodil, že posouzení zaměnitelnosti označení ochrannou známkou je otázkou právní. Při posouzení zaměnitelnosti označení ochrannou známkou je nutné zohlednit značnou část faktorů, podkladů a důkazů. Vlastní posouzení zaměnitelnosti je věcí volného hodnocení důkazů správním orgánem, nicméně se jedná o otázku skutkovou, nikoli právní, a jako taková musí být založena na existenci objektivních skutečností. Krajský soud se vůbec nezabýval důkazními podklady, které celní ředitelství vedly k vydání rozhodnutí, nezhodnotil jejich průkaznost ani dostatečnost. Podle stěžovatele nebyl v daném případě naplněn předpoklad nekalosti obchodní podle ust. § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele. Z uvedených důvodů

stěžovatel navrhl, aby Nejvyšší správní soud napadený rozsudek krajského soudu zrušil a také zrušil rozhodnutí celního ředitelství a věc mu vrátil k dalšímu řízení.

Generální ředitelství cel ve vyjádření ke kasační stížnosti uvedlo, že podle jeho názoru se krajský soud dostatečně a v plném rozsahu vypořádal se všemi žalobními námitkami. Za zásadní považuje skutečnost, že se jedná o obdobný případ s případem stejného stěžovatele, kterým se Nejvyšší správní soud již zabýval a rozsudkem ze dne 13. 2. 2014, č. j. 9 As 49/2013 - 44 rozhodl, že se kasační stížnost zamítá. Neoprávněným použitím vzoru podrážky chráněného prostorovou ochrannou známkou společnosti Converse č. 007497373 na zajištěné obuvi došlo k tomu, že je tato obuv svým celkovým provedením zaměnitelná s výrobky společnosti Converse. Právě tato vzájemná kombinace chráněného vzoru podrážky společnosti Converse a druhu obuvi, na které ji používá i společnost Converse, je schopna vyvolat asociaci s výrobky Converse a tak běžného spotřebitele ovlivnit v jeho obchodním rozhodování, které by jinak neučinil. Podrážka samozřejmě není jediným kritériem, které běžný spotřebitel u obuvi posuzuje, není však kritériem nepodstatným, jak se snaží navodit stěžovatel. Přestože je při chůzi obrácená směrem k zemi, je podrážka jednou ze základních částí každé obuvi. Že je podrážka místem, podle kterého spotřebitelé obuv vnímají, je možné odvodit i z toho, že je obecným jevem, že výrobci obuvi na podrážky umísťují svá loga nebo jiné pro ně typické symboly a vyobrazení. Je také běžné, že si výrobci obuvi své symboly a vyobrazení chrání ochrannými známkami. Společnost Converse si takto chrání celý vzor své podrážky, který je pro její obuv charakteristický. Poukazoval-li stěžovatel na to, že je vedeno řízení o výmazu ochranné známky č. 007497373, je třeba poukázat na ust. § 33 odst. 1 písm. a) zákona č. 441/2003 Sb., ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochranných známkách“), podle kterého se účinky zrušení nebo neplatnosti ochranné známky netýkají rozhodnutí ve věci porušení práv z ochranné známky, která nabyla právní moci a byla vykonána před nabytím právní moci rozhodnutí o zrušení nebo neplatnosti ochranné známky. V daném případě napadené rozhodnutí nabylo právní moci dne 16. 9. 2011. Je tedy zřejmé, že i kdyby někdy v budoucnu došlo ke zrušení předmětné ochranné známky, nemělo by to na uvedená rozhodnutí žádný vliv. Ohledně stěžovatelem zpochybněné skutečnosti, že mezi mladými lidmi je podrážka společnosti Converse dobře známá, má generální celní ředitelství za to, že jde o skutečnost obecně známou, kterou není třeba prokazovat. Generální ředitelství cel poukázalo také na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 8. 1. 2013, č. j. 3 As 27/2012 - 25, který řešil obdobnou věc. S ohledem na výše uvedené navrhlo, aby Nejvyšší správní soud kasační stížnost zamítl.

Nejvyšší správní soud přezkoumal napadený rozsudek v souladu s ust. § 109 odst. 3 a 4 s. ř. s., vázán rozsahem a důvody, které uplatnil stěžovatel v podané kasační stížnosti, a přitom sám neshledal vady uvedené v odstavci 4, k nimž by musel přihlédnout z úřední povinnosti.

Podle obsahu správního spisu byla dne 1. 3. 2011 pracovníky celního úřadu provedena v provozovně stěžovatele kontrola dodržování povinností stanovených v ust. § 5 odst. 2 zákona o ochraně spotřebitele. Kontrola byla zaměřena na zjištění, zda nedochází k nabízení nebo prodeji výrobků, služeb či zboží porušující některá práva duševního vlastnictví, případně zda nedochází ke skladování takových výrobků a zboží za účelem jejich nabízení nebo prodeje. Při kontrole nabyli kontrolní pracovníci podezření, že obuv stěžovatelem skladovaná a nabízená za účelem prodeje porušuje práva duševního vlastnictví, a to konkrétně k prostorové ochranné známce č. 007497373 společnosti Converse. Ve správním řízení následně dospěl celní úřad k závěru, že se stěžovatel dopustil klamavé obchodní praktiky podle ust. § 5 odst. 2 zákona o ochraně spotřebitele, která je zároveň praktikou nekalou, jež je podle ust. § 4 odst. 3 téhož zákona zakázána. Porušením zákazu používání nekalých obchodních praktik stěžovatel naplnil skutkovou podstatu správního deliktu podle ust. § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně

spotřebitele, za který mu byla uložena pokuta ve výši 1.000 Kč a bylo rozhodnuto o propadnutí zboží (2 páry obuvi).

Sporné v dané věci je, zda zajištěná obuv porušuje práva k prostorové ochranné známce společnosti Converse, a tudíž tak porušuje práva duševního vlastnictví.

Podle ust. § 2 odst. 1 písm. r) bod 1 zákona o ochraně spotřebitele se výrobkem nebo zbožím porušujícím některá práva duševního vlastnictví rozumí výrobek nebo zboží, na němž je bez souhlasu majitele ochranné známky umístěno označení stejné nebo zaměnitelné s ochrannou známkou.

Při posuzování zaměnitelnosti je třeba vyjít z komunitární úpravy známkového práva a s tím související judikatury Soudního dvora. K harmonizaci národních právních předpisů byla vydána první směrnice Rady č. 89/104/EHS ze dne 21. 12. 1988, kterou se sbližují právní předpisy členských států o ochranných známkách. Ta byla následně nahrazena směrnicí Evropského parlamentu a Rady č. 2008/95/ES ze dne 22. října 2008, kterou se sbližují právní předpisy členských států o ochranných známkách (dále jen „směrnice 2008/95/ES“). Směrnice 2008/95/ES mimo jiné vymezila, že „*ochrana by se měla vztahovat rovněž na případy podobnosti mezi známkou a označením a mezi výrobky nebo službami. Je nezbytné vykládat pojem podobnosti v souvislosti s nebezpečím záměny. Nebezpečí záměny, jehož posouzení závisí na mnoha faktorech, a zejména na povědomí o ochranné známce na trhu, na asociaci, která může vzniknout mezi užívaným označením a zapsanou známkou, na stupni podobnosti mezi ochrannou známkou a označením…“*. Práva z ochranné známky jsou vymezena v čl. 5 směrnice 2008/95/ES, který stanoví, že „*ze zapsané ochranné známky vyplývají pro jejího majitele výlučná práva. Majitel je oprávněn zakázat všem třetím osobám, které nemají jeho souhlas, aby v obchodním styku užívaly označení, u něhož z důvodu jeho totožnosti nebo podobnosti s ochrannou známkou a totožnosti či podobnosti výrobků nebo služeb označovaných ochranných známkou a označením existuje nebezpečí záměny u veřejnosti, včetně nebezpečí asociace označení s ochrannou známkou.“* Z této úpravy vychází i zákon o ochranných známkách, který čl. 5 citované směrnice transponoval do ust. § 8 odst. 2.

Při výkladu vnitrostátního práva, přijatého za účelem provádění směrnice, je soud povinen vykládat a uplatňovat vnitrostátní právo podle smyslu a účelu směrnice, aby bylo dosaženo výsledku uvedeného ve směrnici, za předpokladu, že takový výklad vnitrostátní předpis umožňuje. Směrnice je závazná pro každý stát, kterému je určena, pokud jde o výsledek, jehož má být dosaženo, přičemž volba formy a prostředků se ponechává vnitrostátním orgánům (např. rozsudek Soudního dvora ze dne 10. 4. 1984, sp. zn. C-14/83, ve věci Von Colson and Kamann, Recueil, str. 1891, rozsudek Soudního dvora EU ze dne 13. 11. 1990, sp. zn. C-106/89, ve věci Marleasing, Recueil, str. 4135). Proto při výkladu ust. § 2 odst. 1 písm. r) bod 1 zákona o ochraně spotřebitele, resp. § 8 odst. 2 zákona o ochranných známkách je nutno postupovat tak, aby jejich výklad byl konformní s příslušnými články směrnice 2008/95/ES, zejména s čl. 5 odst. 1 písm. b), a tedy i s judikaturou Soudního dvora, která se k tomuto článku vztahuje.

K pojmu zaměnitelnosti se vyjádřil Soudní dvůr, který definoval relativně objektivní kritéria, která je povinen aplikující orgán při jejím posuzování uplatnit. Z rozsudku ze dne 10. 4. 2008, sp. zn. C-102/07, ve věci adidas AG a adidas Benelux BVv. Marca Mode CV a další vyplývá, že „*posouzení nebezpečí záměny nezávisí pouze na stupni podobnosti mezi ochrannou známkou a označením, ale rovněž na tom, jak snadno může vzniknout asociace mezi označením a dotčenou ochrannou známkou, zejména s ohledem na povědomí o ochranné známce na trhu. Čím více je totiž ochranná známka známá, tím vyšší bude počet hospodářských subjektů, které budou chtít užívat podobna označeni. Přítomnost velkého počtu výrobků nesoucích podobná označení na trhu by mohla porušit práva z ochranné známky, neboť by mohla snížit rozlišovací způsobilost ochranné známky a ohrozit její základní funkci, kterou je zaručit*

spotřebitelům původ dotčených výrobků". Soudní dvůr EU také vyslovil, že „*pravděpodobnost záměny je třeba posuzovat globálně, s přihlédnutím ke všem faktorům relevantním pro okolnosti případu", přičemž toto globální zhodnocení zejména vizuální či významové musí „vycházet z celkového dojmu, kterým známky působí a je nutné vzít v úvahu zejména jejich distinktivní a dominantní prvky.*" (srov. rozsudek Soudního dvora ze dne 11. 11. 1997, sp. zn. C-251/95, ve věci SABEL BV v. Puma AG, bod 23).

Při posuzování všech relevantních faktorů zaměnitelnosti je třeba vycházet z pohledu průměrného spotřebitele (zákazníka) a rozhodující je celkový dojem, který mu utkví v paměti, což je většinou určitá dominující část označení, nikoli jeho jednotlivé detaily (srov rozsudek Soudního dvora ve věci C-251/95, bod 23). Hledisko průměrného spotřebitele z doktrinálního i judikatorního pohledu vychází z toho, že jde o „*spotřebitele, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory*" (srov. rozsudek Soudního dvora ze dne 16. 7. 1998, sp. zn. C-210/96, ve věci Gut Springenheide GmbH, popř. rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 26. 3. 2013, sp. zn. 23 Cdo 1757/2012). Od průměrného spotřebitele je tedy třeba požadovat určitý stupeň pozornosti, a tím lze od něho očekávat, že náležitě přihlédne k podstatným rozdílům mezi značkami, označením výrobku apod.

Vychází se z celkového dojmu, kterým posuzované označení především vizuálně působí na průměrného spotřebitele. K tomu je nutné zdůraznit, že důležitou podmínkou pro správné vymezení průměrného spotřebitele je jeho zařazení do konkrétní cílové skupiny. Správné vymezení cílové skupiny hraje důležitou roli v následném posouzení nároků kladených na takto vymezeného průměrného spotřebitele. Až souhrn vlastností cílové skupiny spotřebitelů může vést k vytvoření obrazu jejího průměrného zástupce. Dopad posuzované praktiky pak bude určován právě vůči tomuto průměrnému zástupci cílové skupiny.

Pohledem průměrného spotřebitele je výklad pojmů zaměnitelnost, shodnost či podobnost, a tedy podřazení skutkového stavu těmto pojmům, otázkou výkladu práva a jeho aplikace na zjištěný skutkový stav, nikoli otázkou skutkovou. Znaleckého dokazování k takovému zjištění použít nelze (srov. rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 30. 5. 2013, sp. zn. 23 Cdo 971/2011).

V dané věci vycházel Nejvyšší správní soud při posuzování důvodnosti stížních námitek z výše uvedených východisek. Námitka stěžovatele, že celkové provedení obuvi není chráněno ochrannou známkou, a proto nemůže být pro posouzení věci relevantní, není důvodná. I když je chráněn ochrannou známkou pouze tvar podešve, z hlediska průměrného spotřebitele může právě celkové provedení stěžovatelem nabízené obuvi vyvolat na trhu kotníčkové šněrovací obuvi, popř. na trhu obuvi s označením „tenisky", asociaci s výrobky společnosti Converse. Vizuální podobnost, která hraje při hodnocení zaměnitelnosti zásadní roli, je markantní. Celkový dojem ve spojení s použitím prakticky shodného tvaru a struktury podešve s výrobky chráněnými předmětnou ochrannou známkou, přispívá k závěru o asociaci, popř. možné záměně, zajištěné obuvi s výrobky společnosti Converse. Závěr o zaměnitelnosti výrobků podporuje i povědomí spotřebitelů o působení společnosti Converse na trhu s kotníčkovou obuví určenou pro volný čas, což je jistě nezbytný faktor, který je nutné při posuzování zaměnitelnosti vzít v úvahu.

Z hlediska právního je podstatná možná, nikoli faktická, zaměnitelnost zboží. Okolnost, zda k záměně skutečně dochází, proto není podstatná. Nebezpečí záměny pro spotřebitele znamená, že na základě celkového dojmu nabízené obuvi může očekávat stejné vlastnosti podešve jako u výrobků společnosti Converse, která je právě kvůli záruce kvality a originality chrání ochrannou známkou. Nabízením zajištěné obuvi by mohlo dojít k oslabení hlavní funkce ochranné známky v podmínkách tržního hospodářství, jejímž účelem je chránit soutěžní pozici jednoho podnikatele proti druhému a upoutat pozornost spotřebitelů na své výrobky.

Tvrzení stěžovatele, že originalitu a nezaměnitelnost dodávají zajištěné obuvi prvky populárních motivů (v daném případě motiv „Spider-Man“) je třeba odmítnout. Výrobci kotníčkové obuvi, včetně společnosti Converse, používají různá vyobrazení populárních motivů na své obuvi, např. řadu Chuck Taylor DC Comics, a z hlediska nebezpečí záměny za výrobky chráněné ochrannou známkou tyto motivy nehrají samy o sobě žádnou roli.

Námitka, že tvar podrážky není poznávacím znakem pro spotřebitele, ale jsou jimi další charakteristické znaky společnosti Converse, přičemž krajský soud se podle stěžovatele s těmito tvrzeními dostatečně nevypořádal, není podle Nejvyššího správního soudu důvodná. Nejvyšší správní soud se ztotožňuje s argumentací krajského soudu, že tvar a vzor podrážky bývá prezentován v nabídce výrobků společnosti Converse zcela rovnocenně jako ostatní charakteristické prvky, a proto je třeba odmítnout tvrzení stěžovatele, že tento vzor není pro spotřebitele žádným poznávacím znakem. Pěticípá hvězda či nápis „CONVERSE“ jistě patří k charakteristickým znakům společnosti Converse, avšak tyto symboly nejsou na všech typech jejich obuvi, kdežto typický vzor podrážky chráněný ochrannou známkou je naopak na každém typu jejich obuvi.

Rovněž je třeba odmítnout jako nedůvodnou i stížní námitku, že vyrábí-li takovou podešev i další výrobci, tak se provedení podrážky těžko mohlo stát typickým a určujícím znakem pouze obuvi společnosti Converse, kdy i s touto žalobní námitkou se podle stěžovatele krajský soud nevypořádal. Zde je nutné odkázat na str. 15 napadeného rozsudku, kde krajský soud konstatuje, že podrážky jiných výrobců jsou sice taky pryžové, avšak jejich grafické zpracování je odlišné od ochranné známky. Především jsou používány různé geometrické tvary (vlnky, kolečka, čtverečky, trojúhelníčky a hvězdičky), a to různých velikostí a kombinací, rovné čáry, různé nápisy, existují i zcela hladké podrážky, apod. S touto argumentací krajského soudu lze souhlasit, avšak je třeba zdůraznit, že pro posouzení věci není rozhodné, jaké podrážky vyráběli konkurenti stěžovatele či společnosti Converse. Stěžejní je skutečnost, že tvar a struktura podrážky výrobků společnosti Converse je v současnosti chráněn ochrannou známkou. V souladu se zákonnou úpravou stěžovatel neměl bez souhlasu vlastníka ochranné známky právo užít označení (tvar a struktura podrážky) zaměnitelné s výrobky společnosti Converse.

Stěžovatel rovněž namítal, že se krajský soud nezabýval pravdivostí tvrzení celního ředitelství, že by mezi mladými lidmi byla dobře známa podrážka s grafickým vyobrazením společnosti Converse, když navíc toto tvrzení považuje za pouhou nepodloženou domněnku. V této souvislosti Nejvyšší správní soud poukazuje na str. 14 napadeného rozsudku, kde krajský soud označil pojednání o historii a současnosti společnosti Converse v napadeném správním rozhodnutí za podstatné pro posouzení zaměnitelnosti, jelikož je třeba přihlížet ke všem relevantním okolnostem, a tedy i k povědomí této značky na trhu. Tenisky a kotníčkové šněrovací boty se obecně těší velké oblibě mezi mladou generací, a je nepopiratelné, že výrobky společnosti Converse jednoznačně patří k vysoce populární značce. Charakteristická podrážka společnosti Converse nepochybně patří vedle jiných prvků mezi poznávací znaky této obuvi. Úvaha krajského soudu i celního ředitelství je v tomto směru zcela opodstatněná. Není naopak žádný racionální důvod, pro který by měl zájemce o tuto obuv tento prvek při výběru obuvi potlačit či opomenout. Nelze přehlédnout ani konstatování krajského soudu, že je obecně známo, že reklama na zboží společnosti Converse prezentuje tvar a vzor podrážky zcela rovnocenně jako ostatní charakteristické prvky.

K námitce, že nebyl naplněn předpoklad nekalosti spočívající v tom, že podle ust. § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele je obchodní praktika nekalá, je-li způsobilá podstatně ovlivnit rozhodnutí spotřebitele tak, že může učinit rozhodnutí, které by jinak neučinil,

Nejvyšší správní soud uvádí, že klamavé obchodní praktiky jsou zakázány, pokud s ohledem na jejich charakteristické rysy a věcné souvislosti vedou nebo mohou vést k tomu, že průměrný spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil (srov. rozsudek Soudního dvora ze dne 23. 4. 2009 sp. zn. C-261/07 a C-299/07, ve věci VTB - VAB a Galantea, bod 55). Jak již bylo uvedeno, Nejvyšší správní soud ve shodě s krajským soudem i celním ředitelstvím dospěl k závěru, že průměrný spotřebitel na trhu kotníčkové obuvi může zajištěnou obuv stěžovatele zaměnit s výrobky společnosti Converse. Nejvyšší správní soud má za to, že pokud byl naplněn předpoklad klamavé praktiky ve smyslu výše citované judikatury, tak bylo dosaženo i předpokladu generální klauzule nekalé obchodní praktiky ve smyslu ust. § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele, který je prakticky shodný.

Pokud jde o námitku, že jsou v současnosti vedena řízení o návrhu na výmaz z důvodu neplatnosti předmětné ochranné známky, neshledal Nejvyšší správní soud důvod odchýlit se od závěrů vyslovených krajským soudem. Ten správně uvedl, že soud rozhoduje podle stavu ke dni vydání žalobou napadeného rozhodnutí a k tomuto stavu byla předmětná ochranná známka zapsána Úřadem pro harmonizaci na vnitřním trhu ve prospěch společnosti Converse. Proto je nutno vycházet z toho, že ochranná známka splňovala všechna kritéria pro její zápis, a byla s ní spojena příslušná práva. V dané souvislosti je třeba poukázat na ust. § 33 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách, podle kterého se účinky zrušení nebo neplatnosti ochranné známky netýkají rozhodnutí ve věci porušení práv z ochranné známky, která nabyla právní moci a byla vykonána před nabytím právní moci rozhodnutí o zrušení nebo neplatnosti ochranné známky.

Z výše uvedených důvodů Nejvyšší správní soud neshledal kasační stížnost důvodnou, a proto ji podle ust. § 110 odst. 1 s. ř. s. zamítl bez jednání postupem podle ust. § 109 odst. 2 s. ř. s., podle kterého o kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud zpravidla bez jednání.

Výrok o náhradě nákladů řízení se opírá o ust. § 60 odst. 1 věta první ve spojení s § 120 s. ř. s., podle kterého, nestanoví-li tento zákon jinak, má účastník, který měl ve věci plný úspěch právo na náhradu nákladů řízení před soudem, které důvodně vynaložil proti účastníkovi, který ve věci úspěch neměl. Nejvyšší správní soud žádnému z účastníků náhradu nákladů nepřiznal, protože stěžovatel v řízení úspěch neměl a generálnímu ředitelství cel žádné náklady s tímto řízením nevznikly.

P o u č e n í : Proti tomuto rozsudku **n e j s o u** opravné prostředky přípustné.

V Brně dne 9. října 2014

JUDr. Eliška Cihlářová
předsedkyně senátu