



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu

Diplomová práce

Ochrana práv k duševnímu vlastnictví v mezinárodním obchodě

Vypracoval: Bc. Monika Rozmilerová
Vedoucí práce: Ing. Lucie Tichá, Ph.D.

České Budějovice 2016

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to - v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

Datum

Podpis studenta

Obsah

1. Úvod	6
2. Cíle a metodika práce	8
Teoretická část	10
3. Mezinárodní obchod	10
3.1. Vymezení pojmu mezinárodní obchod.....	10
3.2. Trendy mezinárodního obchodu	11
3.3. Význam ochrany duševního vlastnictví v mezinárodním obchodě	13
4. Duševní vlastnictví	15
4.1. Vymezení pojmu duševní vlastnictví	15
4.2. Rozdělení práv k duševnímu vlastnictví.....	16
4.2.1. Autorská práva a práva související	16
4.2.2. Průmyslové vlastnictví	17
Technická řešení	17
Průmyslové vzory	19
Ochrana práv na označení	21
5. Systémy právní ochrany průmyslového vlastnictví.....	26
5.1. Národní.....	26
5.2. Mezinárodní	26
5.2.1. Mezinárodní ochrana vynálezů	27
5.2.2. Mezinárodní ochrana průmyslových vzorů	28
5.2.3. Mezinárodní ochrana známek a označení původu	28
5.3. Regionální.....	30
5.3.1. Evropský patent	30
5.3.2. Ochranná známka Společenství	31
6. Praktická část.....	33
6.1. Duševní vlastnictví Budějovického Budvaru	33
6.1.1. Ochranné známky	35
Národní ochranné známky	36
Ochranné známky Společenství	38
Mezinárodní ochranné známky	39

6.1.2.	Postup při registraci ochranných známek v Budějovickém Budvaru	40
	Žádost o registraci.....	40
	Známkové rešerše	42
	Registrační proces.....	43
	Náklady spojené s vytvořením, ochrannou a používáním ochranné známky	45
	Porušení práv k ochranným známkám.....	47
6.1.3.	Označení původu a zeměpisná označení	48
6.2.	Průzkum českých pivovarů, které mají ochranné známky registrované v zahraničí	50
6.2.1.	Pivovarské společnosti	52
6.2.2.	Střední a malé pivovary.....	56
6.3.	Fungování registrace ochranných známek u zkoumaných pivovarů	58
6.3.1.	Výsledky a diskuze	65
	Závěr.....	69
	Summary.....	72
	Seznam použité literatury	74
	Seznam obrázků	80
	Seznam tabulek	80
	Seznam grafů	81

Seznam použitých zkratk

ARIPO	Africká regionální organizace průmyslového vlastnictví
CTM	Ochranná známka Společenství
EPÚ	Evropský patentový úřad
EU	Evropská unie
OAPI	Africká organizace duševního vlastnictví
OHIM	Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu
ÚPV	Úřad průmyslového vlastnictví
WIPO	Světová organizace duševního vlastnictví

1. Úvod

Ochrana práv k duševnímu vlastnictví nabývá v současné době stále více na významu. Vliv na to mají charakteristické znaky moderní doby, jako je globalizace, rozvoj moderních technologií a liberalizace světového obchodu. Jelikož se v mezinárodním tržním prostředí zvyšuje počet ekonomických subjektů, které vynakládají hmotné i nehmotné prostředky na vynálezy, technická řešení, autorská díla a propagaci svých produktů, je tedy nezbytné, aby výsledky jejich úsilí byly právně chráněny.

V teoretické části se tato diplomová práce zabývá jednotlivými systémy právní ochrany duševního vlastnictví. Řešení této problematiky je zaměřeno primárně na úroveň mezinárodního obchodu, avšak v důsledku snah o harmonizaci právních předpisů nelze zcela vyčlenit pohled z perspektivy České republiky. Nejdříve je nutné vymezit pojem mezinárodní obchod, ten představuje soubor zahraničněobchodních aktivit, při nichž musejí být dodržována určitá pravidla. Ke správnému fungování mezinárodních ekonomických vztahů mimo jiné přispívají práva duševního vlastnictví. V dalších kapitolách se práce věnuje vysvětlení pojmu duševní vlastnictví, dále rozdělení práv k duševnímu vlastnictví na autorská práva a průmyslové vlastnictví. Protože je duševní vlastnictví rozsáhlým tématem, rozhodla jsem se ve své práci věnovat nejvíce prostoru předmětům průmyslového vlastnictví, patentům na vynálezy, užitným vzorům, průmyslovým vzorům, ochranným známkám, označením původu výrobků a zeměpisným označením.

Zajímavá je kapitola zabývající se systémy právní ochrany průmyslového vlastnictví, která pojednává o výsledcích integračních procesů v této oblasti. Tyto procesy začaly již na konci devatenáctého století a vyústily v uzavření Madridské dohody o mezinárodním zápisu továrních nebo obchodních známek, Haagské dohody o mezinárodním přihlašování průmyslových vzorů a modelů, Smlouvy o patentové spolupráci, Lisabonské dohody na ochranu označení původu a jejich mezinárodního zápisu, Úmluvy o udělování evropských patentů a vytvoření ochranné známky Společenství. Všechny vyjmenované integrační kroky mají za cíl usnadnit ekonomickým subjektům jejich působení na mezinárodním trhu.

Stěžejní část představuje šestá kapitola, která si klade za úkol analyzovat proces registrace ochranných známek v Budějovickém Budvaru, dále pomocí volně dostupných

databázi ochranných známek zjistit jaké další pivovary mimo Budějovický Budvar mají registrované ochranné známky v zahraničí a na závěr zjistit podrobnější informace o fungování registrací ochranných známek u těchto pivovarů.

Volbu Budějovického Budvaru není třeba dlouze vysvětlovat. Budějovický Budvar je v oblasti ochrany práv k duševnímu vlastnictví pojem, jenž daleko přesahuje hranice České republiky, důvodem jsou dlouholeté známkoprávní spory s americkým rivalem. K tomuto výběru navíc přispěl také fakt, že pivovar Budvar působí na zahraničních trzích téměř od počátku své historie, tedy již 120 let.

Z toho důvodu, že se ústředním bodem praktické části stal pivovar Budějovický Budvar, jsem se rozhodla dále věnovat duševnímu vlastnictví, resp. ochranným známkám, v oblasti pivovarnictví. Také proto, že české pivo se v zahraničí těší velké oblibě a vyváží se stále více do různých zahraničních zemí, i těch exotických. A aby si české pivovary udržely svoji konkurenceschopnost, musejí si v těchto zemích registrovat ochranné známky. Mým záměrem bylo tedy zjistit, jak funguje proces registrací ochranných známek v dalších českých pivovarech.

2. Cíle a metodika práce

CÍLE

Cílem diplomové práce je analýza činností při registraci ochranných známek na národní, mezinárodní a regionální úrovni.

Dílčí cíle:

- Analýza postupu při registraci ochranných známek v podniku Budějovický Budvar
- Průzkum českých pivovarů, které mají ochranné známky registrované v zahraničí
- Zjištění fungování registrace ochranných známek u výše zmíněných českých pivovarů

METODIKA

A. Literární rešerše

- Studium odborné literatury
 - práce s informacemi získanými z knih, které jsou uvedené v seznamu odborné literatury v zadání diplomové práce, ale i z dalších odborných knih a příruček, jež jsou zaměřeny na témata ochrany práv k duševnímu vlastnictví a mezinárodní obchod.
- Studium platné legislativy a mezinárodních smluv
 - Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví (Pařížská unijní úmluva) spravovaná Světovou organizací duševního vlastnictví.
 - Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví TRIPS – mezinárodní smlouva Světové obchodní organizace.
- Rozbor dostupných zdrojů
 - klíčové internetové zdroje pro tuto diplomovou práci jsou:
 - Úřad průmyslového vlastnictví: www.upv.cz
 - Ministerstvo průmyslu a obchodu: www.mpo.cz

- Oficiální stránky Evropské unie: www.europa.eu
- Oficiální stránky WIPO: www.wipo.int
- Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu <https://oami.europa.eu>

B. Praktická část

- Řízený rozhovor s právníčkou Mgr. Veronikou Sporovou zabývající se ochranou práv k duševnímu vlastnictví, která působí na právním oddělení ve firmě Budějovický Budvar n.p. za účelem zjištění fungování procesu registrace ochranných známek ve firmě s mezinárodními obchodními aktivitami.
- Průzkum volně přístupných národních i zahraničních databází ochranných známek – národní databáze Úřadu průmyslového vlastnictví, databáze Světové organizace duševního vlastnictví (Global Brand Database, Romarin), databáze Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (eSearch plus, TMView) za účelem získání informací o českých pivovarech, které si registrují ochranné známky v zahraničních zemích.
- Dotazníkové šetření u výše zmíněných českých pivovarů s cílem získat informace o tom, jak proces registrace funguje u těchto pivovarů a na základě získaných dat vymezit specifika registračního procesu. Dotazník bude zpracovaný online formou a zaslán kompetentním osobám.

Teoretická část

3. Mezinárodní obchod

3.1. Vymezení pojmu mezinárodní obchod

Na úvod práce je zapotřebí se nejprve věnovat samotným pojmům obchod, zahraniční a mezinárodní obchod.

Obchod lze obecně definovat jako směnu zboží a služeb. Zmíněná směna se uskutečňuje buďto za peníze, případně za jiné zboží nebo služby, kdy se jedná o tzv. barterový obchod, historicky nejstarší formu obchodu. Obchod, jenž je nedílnou součástí tržních ekonomik, je jedna z nejstarších forem společenských vztahů (Štěrbová a kol., 2013).

V zahraničním obchodě jde o ekonomické transakce jedné národní ekonomiky se zahraničím spojené s nákupem a prodejem zboží a služeb (Cihelková a kol., 2008). Obchodování domácích a zahraničních subjektů má za následek propojování dané země s ostatními zeměmi světa. K rozvoji zahraničního obchodu přispívají zejména: rozdílná vybavenost přírodními zdroji, odlišné klimatické a geografické podmínky, preference ve spotřebě, náklady při výrobě různých statků, úroveň kvalifikace práce a lidského kapitálu (Kubišta a kol. 2009). Zahraniční obchod má řadu forem, mezi ty základní patří export, import a reexport zboží a export a import služeb.

Mezinárodní obchod je soubor zahraničněobchodních aktivit, které se uskutečňují přes hranice národních ekonomik, lze jej chápat jako součet dvou a více zahraničních obchodů. Ekonomickými subjekty, které realizují ekonomické transakce se zahraničím a zapojují se tak do mezinárodních ekonomických vztahů, jsou nejen nadnárodní společnosti a subjekty veřejného sektoru jednotlivých států, ale i domácnosti a malé a střední podniky.

Vlivem globalizace a vzájemného propojování ekonomik států hraje mezinárodní obchod stále významnější roli ve světové ekonomice. Úloha mezinárodního obchodu je velmi podobná úloze obchodu v národní ekonomice, zajišťuje soulad mezi strukturou světové poptávky a nabídky, přeměňuje světové výrobní zdroje na sortiment určený pro další světovou výrobu a spotřebu, přispívá k vyrovnání trhů a odstranění regionálních

disparit ve světě, představuje důležitou součást mezinárodních ekonomických vztahů (Štěrbová a kol. 2013).

Stejně jako ve vnitrostátním obchodě, tak i v mezinárodním obchodě platí určitá pravidla. Pravidla, jenž stanovují rámec fungování mezinárodního obchodu se zbožím a službami upravuje Světová obchodní organizace. Cílem této organizace je vytvářet stabilní a předvídatelné prostředí pro mezinárodní obchod (Ministerstvo zemědělství, 2015).

3.2. Trendy mezinárodního obchodu

Následující tabulka zachycuje vývoj statistických dat světového HDP, exportu zboží a služeb a světové populace za období 2012 – 2014.

Tabulka 1: *Statistiky světového obchodu a jejich porovnání se světovým HDP a obyvatelstvem*

	2012	2013	2014
Světové HDP, mld. USD	71 707,30	75 308,29	77 868,77
Obyvatelstvo, mld.	7,05	7,18	7,26
Světový export se zbožím a službami, mld. USD			
• Světový export zboží	18 323,00	18 301,00	19 002,00
• Světový export služeb	4 423,20	4 645,00	4 872,00
Podíl světového exportu na HDP, %	31,72	30,47	30,66

Zdroj: International trade statistics 2014, World trade and the WTO: 1995-2014

Z tabulky 1 je patrné, že světový obchod společně se světovým HDP roste, avšak světový obchod oproti HDP kolísá, jak tomu nasvědčuje vývoj světového exportu zboží.

Podle WTO (2014) jsou největšími světovými obchodníky se zbožím Čína, Spojené státy americké a Německo. U vývozu zboží dominuje Čína, jejíž podíl na světovém exportu je 12,1 %, na druhém místě je USA s 8,6 % a na třetím místě

Německo se 7,9 %. Mezi významné exportéry se řadí také Japonsko, Francie a Spojené království VB. Podobně je tomu i u dovozu zboží, avšak prvenství patří USA s podílem na světovém dovozu 12,7 %, Čína je s 10,6 % na druhém místě a Německo s 6,5 % na třetím místě, poté následuje Japonsko, Francie a Spojené království VB.

Významným současným trendem v mezinárodním obchodě je rychlý růst obchodu se službami. V roce 2013 vzrostl světový export se službami o 6 %. Největším vývozcem služeb je USA s podílem 14,3 %, s více než o polovinu menším podílem na světovém exportu služeb následuje Spojené království VB s 6,3 % a Německo s 6,2 %. U dovozu služeb opět patří první místo USA s podílem 9,8 %, druhé místo patří Číně se 7,5 % a stejně jako u vývozu služeb se na třetím místě umístilo Německo se 7,2 %.

Komoditní struktura mezinárodního obchodu podle základních kategorií je uvedena v tabulce 2. Největší podíl na mezinárodním obchodě měly v roce 2013 tyto skupiny produktů: paliva (17,8 %), chemikálie (10,9 %), kancelářská a výpočetní technika (9,6 %) a zemědělské produkty (9,5 %).

Tabulka 2: Světový vývoz zboží podle skupin produktů, 2013

CELKEM ZBOŽÍ	Hodnota	Podíl	Roční procentuální změna
Zemědělské produkty	1745	9,5	6
Pohonné hmoty	3997	21,8	- 3
• Paliva	3258	17,8	- 3
Výrobky zpracovatelského průmyslu	11 848	64,7	3
• Kovy a rudy	454	2,5	- 6
• Chemikálie	2001	10,9	2
• Kancelářská a výpočetní technika	1750	9,6	4
• Stroje a dopravní prostředky	1348	7,4	4

• Textilie	306	1,7	8
• Oděvy	460	2,5	9

Zdroj: *International trade statistics 2014*

Struktura světového obchodu se službami je uvedena v tabulce 3. U vývozu služeb převažuje kategorie ostatní služby (54,9 %), zejména počítačové a informační služby, komunikační služby, nebo finanční služby. Stejná kategorie, ostatní služby (47,6 %), výrazně převažuje i u dovozu.

Tabulka 3: *Světový obchod se službami podle kategorií, 2013*

CELKEM SLUŽBY	Hodnota	Podíl
EXPORT		
Všechny služby	4645	100,0
• Doprava	905	19,5
• Cestovní ruch	1185	25,5
• Ostatní služby	2560	54,9
IMPORT		
Všechny služby	4380	100,0
• Doprava	1165	26,6
• Cestovní ruch	1070	24,5
• Ostatní služby	2085	47,6

Zdroj: *International trade statistics 2014*

3.3. Význam ochrany duševního vlastnictví v mezinárodním obchodě

Ochrana duševního vlastnictví je v současném ekonomickém prostředí, které je založeno na přirozené soutěži firem a jejich vzájemné konkurenci, velmi důležitá. K dosažení úspěchu na trhu je třeba investovat nemalé prostředky do výzkumu a vývoje

do technicky inovovaných nebo nových výrobků, jejich designu a označení. Pokud chce vlastník takových výrobků na určitém místě monopolně nehmotný majetek využívat, pak jedinou možností je průmyslově právní ochrana originálních řešení formou patentů, užitných vzorů, průmyslových vzorů a ochranných známek (Hospodářská komora České republiky, 2007).

Vedle ochrany, která je poskytována vlastníkům předmětů duševního vlastnictví, je dalším rozhodujícím aspektem ochrana spotřebitele. Spotřebitel by měl mít záruku, že na trhu dostane zboží, které má určitou kvalitu, předpokládané vlastnosti a je bezpečné, to vše zaručuje pouze původní výrobce.

Je zřejmé, že s postupující globalizací trhu je efektivní systém ochrany duševního vlastnictví, fungující nejen v rámci jednotlivých států, ale i v rámci mezinárodním včetně nově se vytvářejících mezinárodních regionů, zcela nepostradatelný. Takový systém ochrany by si měl zachovat svoji vyváženost, což znamená poskytovat adekvátní ochranu všem zúčastněným a přitom napomáhat nebo alespoň nebránit liberalizaci mezinárodního obchodu. Jak již bylo zmíněno výše, ze systému ochrany duševního vlastnictví by měli těžit podnikatelé i spotřebitelé, ale také státy rozvinuté i rozvojové (Jakl, 2014).

4. Duševní vlastnictví

4.1. Vymezení pojmu duševní vlastnictví

Duševní vlastnictví je majetek nehmotné povahy, který je výsledkem procesu lidské tvůrčí činnosti. Práva k duševnímu vlastnictví jsou zákonná práva k vynálezům, uměleckým dílům nebo postupům, které vznikají na základě vědecko-výzkumné činnosti. Hodnota duševního vlastnictví je podmíněna užitečností pro jednotlivce či společnost, kvalitou informací a také poskytnutou právní ochranou (WIPO, 2004). Existuje několik důvodů, proč se státy rozhodly duševní vlastnictví chránit. Jedním z nich je zaručit výhody majitelům nových předmětů duševního vlastnictví a zabezpečit výsledek jejich tvůrčí práce tak, aby jej snadno nezískaly konkurenční subjekty bez vynaložení jakýchkoli nákladů. Druhý důvod je využívání duševního vlastnictví jako významného nástroje ekonomického rozvoje (Hospodářská komora České republiky, 2007).

Zakládací listina Světové organizace duševního vlastnictví z roku 1967 vymezila duševní vlastnictví následovně:

- literární, umělecká a vědecká díla,
- umělecká vystoupení, zvukové a rozhlasové záznamy,
- vynálezy ze všech oblastí lidské činnosti,
- vědecké objevy,
- průmyslové vzory,
- obchodní známky, obchodní jména a označení,
- ochrana proti nekalé soutěži,
- veškerá další práva spojená s duševní činností v průmyslové, vědecké, literární nebo umělecké oblasti.

Hlavní specifika duševního vlastnictví jsou princip teritoriality a časová omezenost právní ochrany. Princip teritoriality právní ochrany znamená, že právní ochrana působí jen na území státu, kde byla udělena. V oblasti podnikání je tak velmi důležité zvážit, ve které zemi je třeba získat právní ochranu nehmotného statku, aby to bylo pro podnikatele výhodné a potřebné. Příznačné je také časové omezení právní ochrany práv duševního vlastnictví na určitou dobu (Jakl, Boháček, 2003).

Význam ochrany duševního vlastnictví byl poprvé ustanoven v Pařížské úmluvě na ochranu průmyslového vlastnictví v roce 1883 a o tři roky později v Bernské dohodě o ochraně literárních a uměleckých děl, s cílem zabránit neoprávněnému užívání nehmotných statků. Od 80. let 19. století se systém smluv upravující ochranu duševního vlastnictví na mezinárodní úrovni značně rozšířil, tyto mezinárodně-právní dokumenty jsou spravované Světovou organizací duševního vlastnictví (Asociace pro mezinárodní otázky, 2011).

Pokud jde o legislativu upravující práva k duševnímu vlastnictví, tak ta se řídí jednotlivými vnitrostátními právními předpisy. U členů Evropské unie práva k duševnímu vlastnictví rovněž podléhají právním předpisům EU, avšak jejich cíl v této oblasti spočívá zejména v harmonizaci některých aspektů práv k duševnímu vlastnictví („Duševní, průmyslové a obchodní vlastnictví,“ 2015).

4.2. Rozdělení práv k duševnímu vlastnictví

Duševní vlastnictví je možné z hlediska jednotlivých předmětů a jejich ochrany rozdělit na díla chráněná podle autorského práva a práv s tímto právem souvisejících a na předměty, které spadají pod průmyslově právní ochranu.

4.2.1. Autorská práva a práva související

Jde o odvětví práva, které chrání veškerou tvorbu lidské mysli, jako jsou například literární a umělecká díla. Prostřednictvím autorského práva poskytuje stát po jistou omezenou dobu tvůrcům těchto děl výlučnou možnost rozhodnout o některých aspektech jejich využívání. Důležitým znakem autorského práva je to, že nechrání samotné myšlenky či ideje, ale chrání pouze konkrétní díla, konkrétní ztvárnění takových myšlenek. Navíc takové dílo musí být originální a jedinečné (European Patent Office, 2014).

Autorské dílo, které je předmětem ochrany autorského práva, je definováno jako dílo literární, umělecké či vědecké. Konkrétně za takové dílo mohou být označeny: počítačový software, výkresy, mapy, grafy či plány, fotografie a filmy, architektonická díla, sochy, zvukové záznamy, televizní a rozhlasové vysílání (Úřad průmyslového vlastnictví, 2010).

Vedle autorského práva jsou chráněna také práva s tímto právem související. Práva související s právem autorským poskytují právní ochranu lidem, kteří také vykonávají

nějakou tvůrčí činnost, která má vliv na vznik díla, avšak tyto lidi nelze přímo označit za autory v plném slova smyslu. Jak vyplývá z předchozích tvrzení, jejich práva jsou upravena stejným zákonem a jsou podobná s tím rozdílem, že jsou mírně omezená (European Patent Office, 2014).

Tvůrci autorského díla vzniká autorskoprávní ochrana automaticky bez nutnosti splnit jakékoli formální podmínky. Autorské dílo není potřeba nikde registrovat ani přihlašovat. Autorskoprávní ochrana obvykle trvá po dobu 70 let po úmrtí majitele („Autorské právo,“ 2015).

4.2.2. Průmyslové vlastnictví

Průmyslové vlastnictví je užším pojmem pojmu duševní vlastnictví. Předměty spadající pod ochranu průmyslového vlastnictví jsou technická řešení na úrovni vynálezů, průmyslové vzory, jimiž se chrání vnější vzhled výtvorů, a různá označení, která se zapisují do rejstříku ochranných známek, rejstříku označení původu a zeměpisných označení a mnoho dalších nezapsaných označení.

Za počátek průmyslově právní ochrany je pokládána již zmíněná Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví. Pařížská úmluva představuje univerzální všeobecnou mnohostrannou mezinárodní smlouvu. Tato úmluva stanovila předměty průmyslově právní ochrany a vytvořila jak systém právní ochrany, tak i principy a účinky fungování této právní ochrany (Jakl, 2014).

Technická řešení

Mezi technická řešení v oblasti ochrany práv průmyslového vlastnictví se zejména řadí vynálezy a užitné vzory. Technická řešení je možné chránit formou patentu na vynález či zapsaného užitného vzoru po podání přihlášky u národního úřadu průmyslového vlastnictví a zaplacení správního poplatku. Princip právní ochrany vynálezu a užitného vzoru spočívá v tom, že stát poskytne přihlašovatelovi výlučné právo k předmětu ochrany s tím, že chráněné řešení bude zveřejněno.

Patenty

Patenty jsou exkluzivní práva na vynálezy, které jsou nejen nové a průmyslově využitelné, ale které jsou výsledkem vynálezecké činnosti. Za průmyslově využitelný se pokládá vynález, který může být opakovaně využíván při hospodářské činnosti.

Naopak za průmyslově nevyužitelné se považují vynálezy, u nichž se neprokáže možnost jejich opakované realizace, také jsou to vynálezy, například projekty, které jsou vázány na neopakovatelné přírodní podmínky (Jakl, 2014). Patentovat lze nejen nové výrobky a technologie, ale i chemicky vyrobené látky, léčiva, průmyslové produkční mikroorganismy. Patentovat naopak nelze objevy nebo vědecké teorie, programy pro počítače, nové odrůdy rostlin a plemena zvířat a způsoby léčení lidí a zvířat („Vynálezy / Patenty,“ 2014).

Právo na udělení patentu poskytuje patentový zákon původci vynálezu, tedy tomu, kdo jej vytvořil vlastní tvůrčí prací, nebo jeho právnímu nástupci. O udělení patentu se žádá patentovou přihláškou u zákonem stanovené instituce, v České republice u Úřadu průmyslového vlastnictví. Podáním přihlášky vzniká přihlašovatelovi právo přednosti. Patentová přihláška smí obsahovat jen jeden vynález nebo skupinu vynálezů, které spolu vzájemně souvisí a dohromady představují jedinou myšlenku (European Patent Office, 2014). Dále musí být vynález v přihlášce podrobně a srozumitelně vysvětlen, a to proto, aby jej mohl odborník dle návodu uskutečnit. Přihlášku lze podat osobně nebo poštou, rovněž ji lze podat elektronicky s ověřeným elektronickým podpisem. Poté na základě žádosti přihlašovatele provede příslušná instituce průzkum patentovatelnosti, zda vynález splňuje všechny zákonem stanovené podmínky. Žádost o provedení úplného průzkumu musí být podána nejpozději do 36 měsíců od podání přihlášky. Za úkony v patentovém řízení se platí správní poplatky. Doba platnosti patentu je 20 let od podání přihlášky vynálezu. Účinky patentu však nastávají až od oznámení o udělení patentu ve Věstníku Úřadu („Vynálezy / Patenty,“ 2014).

Základním právem majitele patentu je, že má výlučné právo vynález využívat, poskytovat souhlas, licenci, k využití vynálezu jiným osobám, nebo na něj patent převést. Rozsah ochrany vyplývající z patentu je určen zněním patentových nároků, které jsou stanoveny v uděleném patentu (Jakl, 2014).

Užitné vzory

Patent není jedinou formou ochrany jedinečných technických řešení. Pro právní ochranu vynálezu je možné si zvolit i jednodušší, rychlejší a méně nákladnou formu ochrany a to ochranu tzv. užitným vzorem.

Užitným vzorem jsou nová, průmyslově využitelná technická řešení, která přesahují rámec pouhé odborné dovednosti. Užitný vzor se podobá patentu, ale liší se ve dvou základních aspektech, v požadované úrovni řešení a době právní ochrany.

Úroveň technického řešení předmětu ochrany požadovaného pro získání užitého vzoru pro vynález je nižší, než je tomu v případě patentu. Maximální doba ochrany předmětu užitého vzoru je kratší než u patentů (Úřad průmyslového vlastnictví, 2010). Dalším rozdílem oproti patentové ochraně je, že užitným vzorem nelze chránit způsoby výroby nebo pracovní činnosti a biologické reproduktivní materiály (Jakl, 2014).

Řízení o zápisu užitého vzoru do rejstříku se zahájí podáním přihlášky užitého vzoru u příslušné instituce. Řízení o přihláškách užitných vzorů se od patentů liší. Aby řízení o udělení právní ochrany na užitný vzor proběhlo co nejjednodušeji, rychle a levně, tak úřad zkoumá jen splnění základních podmínek, tedy zda je předmět přihlášky průmyslově využitelný a zda není z ochrany vyloučen proto, že nejde o technické řešení. Řízení o zápisu užitého vzoru do rejstříku trvá pouze dva až tři měsíce (Jakl, 2014; „Užitné vzory,“ 2015).

Doba platnosti u užitných vzorů je také jiná než u patentů na vynálezy. Tato doba obvykle nepřesahuje celkově dobu deseti let a vychází ze základní doby platnosti pod polovinu této doby. Proti zaplacení poplatku je možné dobu platnosti jednou až dvakrát prodloužit, zpravidla na celkovou dobu 10 let. V České republice základní doba platnosti trvá čtyři roky, avšak na žádost majitele lze ochranu za poplatek prodloužit dvakrát o tři roky (Jakl, 2014). Maximální doba platnosti užitého vzoru je tedy 10 let.

Průmyslové vzory

Ve srovnání s vynálezy a užitnými vzory, které jsou technickými řešeními, průmyslové vzory jsou výsledkem tvůrčí činnosti designérů, kde technická stránka věci hraje roli minimální. U předmětu průmyslově právní ochrany je určující jeho zevnějšek, tedy vizuální a estetické aspekty výrobku nebo jeho obalu.

Ochrana průmyslových vzorů se v posledních letech stala pro podniky, zejména v oblasti průmyslu, zcela zásadní. Design jim napomáhá identifikovat produkt na trhu. Z pohledu spotřebitelů je design důležitý proto, že ovlivňuje jejich volbu při nákupu i následnou zkušenost s výrobkem. Podle Evropská komise (2013) jsou průmyslové vzory také ve středu zájmů Evropské unie, ta nahlíží na průmyslové vzory jako na nedílnou součást procesu inovací a strategický nástroj pro inovace, který transformuje výzkum a vývoj.

Průmyslové vzory

Průmyslovým vzorem se rozumí vzhled výrobku, nebo jeho části, spočívající zejména ve znacích linií, obrysů, barev, tvarů, struktur nebo materiálů výrobku samotného, nebo jeho zdobení. Jde o vizuálně vnímatelnou vlastnost výrobku, nikoliv např. o jeho technickou nebo konstrukční podstatu. Grafika sama o sobě, bez spojení s konkrétním výrobkem, průmyslovým vzorem není („Průmyslové vzory,“ 2015). K ochraně prostřednictvím průmyslového vzoru je vhodný skoro každý průmyslový nebo řemeslný výrobek vyjma počítačových programů. Mohou to být například obaly výrobků, výrobek nebo sada výrobků, složené výrobky, součást výrobku, loga, počítačové ikony či dekor výrobku („Definice průmyslového vzoru,“ 2015).

Průmyslový vzor je způsobilý zápisu do rejstříku a tak vhodný k ochraně, pokud je světově nový a má individuální povahu. Nový znamená, že průmyslový vzor nebyl den přede dnem podání přihlášky nebo přede dnem vzniku práva přednosti veřejnosti zpřístupněn shodný průmyslový vzor. Za shodné se z hlediska novosti považují ty průmyslové vzory, které se liší jen v nepatrných detailech. Individuální povaha průmyslového vzoru znamená, že výrobek u informovaného uživatele vyvolává odlišný celkový dojem od celkového dojmu porovnávaného výrobku, který byl již zpřístupněn přede dnem podání přihlášky (WIPO, 2004). Ochrana průmyslového vzoru je určena pro designerská řešení, kterými se rozumí jak vzory plošné, jako linie či barvy, tak vzory trojrozměrné, jako je tvar, struktura nebo povrch.

O zápis průmyslového vzoru do rejstříku se žádá přihláškou průmyslového vzoru. Přihláška musí obsahovat údaje o přihlašovatelci, projev jeho vůle o zápis průmyslového vzoru do rejstříku a nejdůležitější část, vyobrazení průmyslového vzoru, které dává představu o vzhledu výrobku. Vyobrazení může mít formu fotografie nebo výkresu („Průmyslové vzory,“ 2015). Vyobrazení průmyslového vzoru je zásadní hlavně proto, že tedy definuje nejen předmět ochrany, ale také rozsah této ochrany. Doba ochrany průmyslového vzoru činí 5 let ode dne podání přihlášky. Po uplynutí této doby je možné po zaplacení poplatku ochranu výrobku opakovaně obnovovat až čtyřikrát, vždy o 5 let, až na celkovou dobu ochrany 25 let (Jakl, 2014). Získaná ochrana zapsaného průmyslového vzoru uděluje jeho vlastníku výlučné právo tento vzor užívat, bránit třetím osobám jej neoprávněně užívat, poskytnout licenci k jeho užívání třetím osobám nebo na ně průmyslový vzor převést, například ho prodat (WIPO, 2004).

Pro ochranu průmyslových vzorů na území Evropské unie byl vytvořen institut průmyslového vzoru Společenství. Tento institut nabízí dvě možnosti, jak chránit předmět

průmyslového vzoru, jako zapsaný průmyslový vzor Společenství nebo jako nezapsaný průmyslový vzor Společenství. Zapsané a nezapsané průmyslové vzory Společenství se zásadně liší z hlediska rozsahu ochrany a trvání („Průmyslové vzory v Evropské unii,“ 2015). Doba trvání zapsaného průmyslového vzoru byla již zmíněna, může být obnovována až na 25 let. Oproti tomu je doba trvání ochrany nezapsaného průmyslového vzoru společenství mnohem kratší, nezapsanému průmyslovému vzoru je udělována ochrana na dobu tří let ode dne, kdy byl průmyslový vzor poprvé v rámci teritoria Evropské unie zpřístupněn veřejnosti. Tříletou ochranu po jejím uplynutí už nelze prodloužit. Pokud jde o právní ochranu, tak ta je bezesporu silnější u zapsaného průmyslového vzoru. Zapsané průmyslové vzory jsou chráněny před podobnými průmyslovými vzory i v případě, že byly vytvořeny v dobré víře, tedy bez vědomí existence staršího vzoru. U nezapsaného průmyslového vzoru je tomu tak, že Evropská unie uděluje vlastníku vzoru právo zabránit obchodnímu používání, pouze pokud je daný průmyslový vzor záměrnou kopií chráněného průmyslového vzoru („Průmyslové vzory v Evropské unii,“ 2015).

Ochrana práv na označení

Při obchodní činnosti označují podnikatelé své výrobky a služby, které uvádějí na trh, nejrůznějšími označeními. Tím se tito podnikatelé snaží poukázat na to, že daný výrobek nebo služba pochází právě od nich a že má tento výrobek kvality, které jsou charakteristické právě pro jejich výrobu nebo obchod. Užívání označení výrobků a služeb má významný vliv na pozici podnikatele na trhu, nejen ve vztahu ke konkurenci, ale i k zákazníkům, kterým tak umožňuje snadnější orientaci při nákupu. Těmi základními označeními spadajícími pod ochranu práv na označení jsou ochranné známky a označení původu, stejně tak i tzv. zeměpisná označení (Jakl, 2014). V současném světě nabývají práva na označení stále větší význam, který lze odůvodnit internacionalizací světového hospodářství a neustálým růstem počtu soutěžitelů na trhu.

Ochranné známky

Ochranná známka je označení, které dokáže odlišit výrobky nebo služby vyráběné nebo poskytované jedním podnikem od výrobků a služeb jiných podniků. Ochrannou známkou mohou být veškerá označení schopná grafického znázornění, zejména slova, písmena, číslice, kresby, obrázky, barvy, tvar výrobku nebo jeho obal, případně jejich kombinace (Světová organizace duševního vlastnictví, 2015). Důležitou

podmínkou, kterou musí dané označení vždy splňovat, je rozlišovací způsobilost a spojitost s určitými výrobky či službami.

Hlavní úlohou ochranných známek je umožnit zákazníkům identifikovat produkt konkrétní společnosti tak, aby byli schopní jej odlišit od konkurenčních výrobků. Je velmi pravděpodobné, že když jsou spotřebitelé s konkrétním produktem spokojeni, tak si v budoucnu stejný produkt pořídí znovu. Z toho důvodu musí mít možnost snadno rozlišit identické nebo podobné produkty. Dále hrají ochranné známky hlavní úlohu ve značkové a marketingové strategii firem, a to tím, že konkurenčním firmám umožňují se od sebe odlišit, stejně tak i jejich výrobků. Ochranné známky se také významně podílejí na vytváření firemní image a reputaci výrobků v očích spotřebitelů. Image a reputace firmy mají vliv na důvěru zákazníků, která tvoří základ pro vybudování loajální zákaznické základny. Spotřebitelé si mnohdy vytvoří citový vztah k určitým ochranným známkám a to na základě požadovaných vlastností ztělesněných produkty, které takové ochranné známky nesou (Světová organizace duševního vlastnictví, 2015). Navíc jsou spotřebitelé, kteří si cení dobrých ochranných známek, ochotni zaplatit více za produkt nesoucí takovou ochrannou známku, a proto jsou ochranné známky velmi cenným majetkem podniku, často i tím nejcennějším.

Zapsat lze několik typů ochranných známek, slovní, obrazovou, kombinovanou, prostorovou (trojrozměrnou) a barevnou nebo tvořenou kombinací barev. Slovní známka je tvořena písmenem, slovem nebo více slovy, jménem, příjmením, číslem nebo jakýmkoli jiným znakem, který lze napsat. Zásadami pro slovní označení jsou jednoduchost, snadná zapamatovatelnost a vyslovitelnost ve světových jazycích. Obrazová známka je vyobrazena pomocí obrázků, grafik, kreseb a symbolů. Tento typ známky má obvykle dobrou rozlišovací způsobilost. Kombinovaná známka je označení, jež je kombinací slovních a obrazových prvků („Definice ochranné známky“, 2015). V současné době kombinované ochranné známky převažují. Prostorové, resp. trojrozměrné, označení využívá trojrozměrný tvar jako je tvar výrobku nebo jeho obalu. U tohoto typu označení musí přihlašovatel spolu s přihláškou předložit jeho plošné vyobrazení (Jakl, 2014). Barevná označení jsou tvořena barvou nebo jejich kombinací a používají se k zápisu vlastní barvy k odlišení výrobků a služeb.

Některá označení jsou nezpůsobilá zápisu do rejstříku ochranných známek a jsou tak z tohoto zápisu vyloučena. Taková označení jsou vyloučena ze zápisu buďto ustanovením zákona, v tomto případě se jedná o tzv. absolutní překážky, nebo proto, že jsou v rozporu s právy třetích osob, zde se jedná o tzv. relativní překážky

(Jakl, 2014). Důvody z jakých se odmítají ochranné známky z hlediska tzv. absolutních překážek zápisné způsobilosti, jsou ty, že dané označení je obecným nebo popisným výrazem, klamavé, považované za odporující dobrým mravům, je tvořeno vlajkami, erby, oficiálními označeními a emblémy států a mezinárodních organizací (Světová organizace duševního vlastnictví, 2015).

Řízení o ochranné známce se zahajuje podáním přihlášky u zápisného úřadu a může ji podat jak fyzická, tak i právnická osoba způsobilá k právním úkonům. Přihláška ochranné známky se podává osobně, poštou nebo elektronicky. Žádost o registraci ochranné známky musí obsahovat kontaktní údaje přihlašovatele nebo dané firmy, grafické zobrazení známky, popis výrobků a služeb, třídy, pro které chce firma získat ochranné známky. Poté je přihlašovatel povinen do jednoho měsíce po podání přihlášky zaplatit správní poplatek (Jakl, 2014). Pokud přihlašovatel řádně splní předešlé náležitosti přihlášky, tak mu vzniká právo přednosti před každým subjektem, který by později přihlásil shodné nebo podobné označení pro shodné nebo podobné zboží či služby (Hospodářská komora České republiky, 2007). Zápisný úřad, v České republice je to Úřad průmyslového vlastnictví, musí dle zákona o ochranných známkách provést formální a věcný průzkum přihlášky. V rámci formálního průzkumu tento úřad prozkoumá, zda žádost o registraci ochranné známky splňuje výše uvedené náležitosti pro její podání a zda byl zaplacen správní poplatek. Po provedení formálního průzkumu následuje průzkum věcný, kdy příslušný úřad zkoumá splnění absolutních podmínek zápisné způsobilosti. Neshledá-li úřad po provedených průzkumech námitky proti žádosti o ochrannou známku, uveřejní přihlášku ve věstníku s tím, že třetí strany mají lhůtu na podání námitek proti registraci (Světová organizace duševního vlastnictví, 2015). Pokud úřad shledá, že neexistují zákonné překážky, tak zapíše ochrannou známku do rejstříku ochranných známek a vydá přihlašovateli registrační certifikát. Tímto zápisem do rejstříku získává vlastník ochranné známky výlučné právo na její užívání. Platnost ochranné známky je 10 let ode dne podání přihlášky a lze ji prodlužovat o dalších 10 let na základě žádosti o obnovu, která se podává v posledním roce platnosti ochranné známky („Ochranné známky,“ 2014).

Kromě individuální ochranné známky existuje také ochranná známka kolektivní. Kolektivní ochranná známka umožňuje zápis ochranné známky, která je způsobilá rozlišovat výrobky nebo služby sdružení, založeného za účelem společného označování výrobků či služeb uváděných jeho členy na trh, od výrobků nebo služeb jiných podniků. Přihlašovatel kolektivní známky musí příslušnému úřadu předložit kromě obvyklých

náležitostí ještě pravidla pro její užívání, kde se uvedou osoby, které jsou oprávněny užívat známku, podmínky pro členství ve sdružení, stejně tak i podmínky pro užívání známky, včetně sankcí („Ochranné známky společenství,“ 2011).

Vlastník ochranné známky má výlučné právo užívat v obchodním styku ochrannou známku ve spojení s výrobky nebo službami, pro něž je chráněna. V případě neoprávněného užívání ochranné známky má její vlastník právo domáhat se u příslušného soudu nápravy. Bez souhlasu vlastníka nesmí nikdo v obchodním styku registrovanou ochrannou známku používat (Jakl, 2014). Navíc může vlastník u ochranné známky používat symbol ®, jímž upozorňuje, že jde o chráněné označení, avšak tento symbol neposkytuje žádnou právní ochranu navíc.

Označení původu výrobků a zeměpisná označení

Pojem **označení původu výrobku** je definován jako název oblasti, určitého místa nebo země, používaný k označení zboží pocházejícího z tohoto území, jestliže kvalita nebo vlastnosti tohoto zboží jsou výlučně nebo převážně dány zvláštním zeměpisným prostředím s jeho charakteristickými přírodními a lidskými faktory (Jakl, 2014, „Označení původu/zeměpisná označení,“ 2014). Další podmínkou je, že výroba, zpracování a příprava takového zboží probíhá ve vymezeném území.

Zeměpisným označením je název území používaný k označení zboží pocházejícího z tohoto území, jestliže toto zboží má určitou kvalitu, pověst nebo jiné vlastnosti, které lze přičíst tomuto zeměpisnému původu. Předpokladem je, že výroba nebo zpracování anebo příprava takového zboží probíhá ve vymezeném území („Označení původu/zeměpisná označení,“ 2014).

Rozdíl mezi označením původu a zeměpisným označením spočívá zejména v požadované intenzitě vazby produktu na dané území. U označení původu se vyžaduje velmi silná vazba, ale pro zeměpisné označení je dostačující, aby alespoň jedna fáze produkce probíhala na příslušném území („Označení původu a zeměpisná označení Společenství,“ 2014).

Kategorie produktů, které mohou získat ochranu v podobě označení původu a zeměpisné označení, jsou nejčastěji vína, lihoviny, zemědělské produkty a potraviny. Ochrana zeměpisným označením nebo označením původu je ochrana nevýlučná, což znamená, že nepřísluší pouze jedinému subjektu, který o takové označení požádá, ale každému, který ve vymezené oblasti vyrábí své výrobky splňující stanovené

podmínky pro udělení označení původu nebo zeměpisného označení (European Patent Office, 2014).

Řízení o zápisu označení původu výrobku a zeměpisného označení se zahajuje podáním žádosti o zápis do rejstříku u příslušné instituce. Žádost o zápis může podat sdružení výrobců nebo zpracovatelů pro zboží vyrobené a/nebo zpracované a/nebo připravené na daném území. Jednotlivá fyzická nebo právnická osoba jen tehdy, jestliže v době podání žádosti jako jediná na daném území tuto činnost uskutečňuje. Náležitostmi žádosti kromě informací týkajících se žadatele jsou znění označení původu výrobku nebo zeměpisné označení, zeměpisné vymezení území, na němž probíhá výroba a/nebo zpracování a/nebo příprava zboží, výčet zboží, jehož se má označení týkat, popis vlastností nebo kvalitativních znaků zboží, které jsou dány zvláštním zeměpisným prostředím (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011). Po kladném přijetí žádosti příslušnou institucí obdrží žadatel osvědčení o zápisu do rejstříku. Právní ochrana označení původu a zeměpisných označení není časově omezená a trvá po dobu jejich registrace.

Řízení o zápisu označení původu a zeměpisná označení na úrovni Evropské unie se zahajuje žádostí výrobců a zpracovatelů produktů a to přes příslušné národní úřady. V České republice je tímto příslušným orgánem Úřad průmyslového vlastnictví. Po úspěšném dokončení žádosti na národní úrovni, národní úřady postoupí řízení Evropské komisi (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011). Poté mohou subjekty uvádějící na trh produkty, které vyhovují požadovaným specifikacím, používat příslušné symboly EU označení původu nebo zeměpisné označení. Česká republika má v rámci EU takto registrováno téměř třicet českých produktů, například Hořické trubičky, Pardubický perník, Karlovarské trojhránky, Mariánskolázeňské oplatky, Štramberské uši, Valašský frgál, Olomoucké tvarůžky, České pivo a Žatecký chmel.

5. Systémy právní ochrany průmyslového vlastnictví

Průmyslově právní ochrana má teritoriální charakter, což se projevuje tím, že platí pouze na území státu, kde jeho příslušný orgán tuto ochranu udělil. Za příslušné orgány jsou považovány národní patentové a známkové úřady. Pokud chce vlastník předmětu ochrany průmyslového vlastnictví, patentu, ochranné známky nebo průmyslového vzoru získat ochranu i v dalších státech, může si zvolit mimo cestu národní, také cestu mezinárodní nebo regionální ochrany.

5.1. Národní

Předměty průmyslového vlastnictví lze přihlásit u úřadu každého státu, ve kterém si chce přihlašovatel právní ochranu zajistit. Při podání přihlášky národní cestou, tedy do každé země zvlášť, je nezbytné především prozkoumat podmínky pro udělení právní ochrany v té které zemi, požadavky na úpravu přihlášky, náklady na řízení o přihlášce a poplatky na udržování případně získané průmyslověprávní ochrany. Přihlášku předmětu průmyslového vlastnictví je potřeba vyplnit v požadovaném jazyce. Navíc některé země mohou při podání přihlášky národní cestou požadovat, aby podání přihlášky a následné řízení o ní zajišťoval místní patentový zástupce, což s sebou nese poměrně vysoké náklady. Tento zástupce je oprávněn přihlašovatele před příslušným úřadem zastupovat. V případě, kdy se předmět přihlašuje do více zemí, je dobré zvážit podání přihlášky na podkladě mezinárodní smlouvy, která umožňuje přihlášení do více členských zemí takové smlouvy pouze jedním podáním přihlášky. Stěžejními smlouvami v této oblasti jsou Smlouva o patentové spolupráci (PCT) a Madridská dohoda o mezinárodním zápisu továrních nebo obchodních známek (Jakl, 2014, Světová organizace duševního vlastnictví, 2015).

5.2. Mezinárodní

Mezinárodním způsobem přihlašování předmětů průmyslového vlastnictví je označován ten způsob, který namísto přihlašování těchto předmětů zvlášť v jednotlivých zemích, umožňuje podání přihlášky do více zemí najednou. Vlivem globalizace

mezinárodního obchodu si ochrana průmyslového vlastnictví vyžádala vznik mnoha mezinárodních smluv, které upravují ochranu jednotlivých předmětů v oblasti průmyslových vzorů.

5.2.1. Mezinárodní ochrana vynálezů

Přihlašování vynálezů mezinárodní cestou se uskutečňuje na základě smlouvy o patentové spolupráci, tzv. smlouva PCT. Smlouva PCT umožňuje prostřednictvím jediné mezinárodní patentové přihlášky v jediném jazyce požádat o patentovou ochranu ve 148 smluvních státech (Svaz průmyslu a dopravy ČR, 2015). Přihlášku je oprávněn podat každý, kdo má sídlo ve smluvním státě nebo je jeho občanem. Přihláška se podává u tzv. přijímacího úřadu, tímto úřadem je obvykle národní úřad země přihlašovatele, nebo přímo u Mezinárodního úřadu Světové organizace duševního vlastnictví v Ženevě. Od data podání má mezinárodní přihláška stejné účinky jako přihláška národní.

Mezinárodní fáze řízení o mezinárodní přihlášce sestává z tzv. mezinárodní fáze řízení PCT, na kterou navazuje tzv. národní fáze, která již probíhá před jednotlivými patentovými úřady smluvních zemí. Po kladném ukončení národní fáze je přihlašovatel udělen patent („Mezinárodní přihlášky PCT,“ 2015). V mezinárodní fázi je prováděn mezinárodní předběžný průzkum, který provádí orgány pro mezinárodní předběžný průzkum. Výstupem mezinárodního předběžného průzkumu je zpráva o mezinárodní rešerši a také posudek týkající se patentovatelnosti vynálezu. V průběhu mezinárodní fáze může přihlašovatel podle výsledků mezinárodní rešerše změnit nebo doplnit údaje v přihlášce s účinky pro všechny vybrané státy. Následné národní řízení o přihlášce PCT je stejné jako řízení o přihlášce podané přímo u národního úřadu (Jakl, 2014).

Systém PCT přináší přihlašovatelům ze smluvních států celou řadu výhod. Pro přihlašovatele je zejména podstatné to, že přihláška nemůže být následně zamítnuta národními úřady na základě formálních nedostatků, neboť je zaveden pouze jediný formální průzkum. Písemný posudek o patentovatelnosti vynálezu a zpráva o rešerši napomáhají lépe zhodnotit šance na úspěch v národních řízeních a mohou tak ušetřit zbytečné vynaložení finančních prostředků (Jakl, 2011).

5.2.2. Mezinárodní ochrana průmyslových vzorů

Podat mezinárodní přihlášku průmyslového vzoru je možné na základě Haagské dohody o mezinárodním přihlašování průmyslových vzorů a modelů z roku 1925. Podáním jediné mezinárodní přihlášky, v jednom jazyce a uhrazením jednoho souboru poplatků v jedné měně u Světové organizace duševního vlastnictví v Ženevě může přihlašovatel získat ochranu v několika státech, které Haagskou dohodu podepsaly (Světová organizace duševního vlastnictví, 2015). V rámci Haagského systému lze prostřednictvím jedné jediné přihlášky zapsat až 100 průmyslových vzorů a získat tak ochranu v 64 územních celcích, včetně mezinárodních organizací a Evropské unie („Summary of the Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs,“ n.d.). Evropská unie se zapojila do mezinárodního systému přihlašování průmyslových vzorů v roce 2008.

Česká republika jako autonomní stát členem Haagské dohody zatím není, tak její státní příslušníci musejí přihlašovat své průmyslové vzory do zahraniční národní cestou, to znamená přihlašovat je jednotlivě do vybraných zemí. Druhou možností, která se jim po zapojení Evropské unie do Haagského systému nabízí vedle ochrany na národní úrovni, je právní ochrana zapsaným nebo nezapsaným průmyslovým vzorem Společenství (Úřad průmyslového vlastnictví, 2010).

5.2.3. Mezinárodní ochrana známek a označení původu

Průlomovým dokumentem v této oblasti byla již zmíněná Madridská dohoda z roku 1891, protože vytvořila základy mezinárodního přihlašování ochranných známek. Tato dohoda měla také nezanedbatelný vliv na harmonizaci národních legislativ, tak aby směřovaly k zjednodušení a zlevnění celého procesu. Madridská dohoda byla od svého vzniku několikrát revidovaná, poslední revidování proběhlo v roce 1979. V roce 1989 byla Madridská dohoda prohloubena přijetím Protokolu k Madridské dohodě. Madridský protokol je základním nástrojem ochrany známek po celém světě. Obě tyto smlouvy zajišťují příslušníkům smluvních stran možnost právní ochrany ochranných známek ve všech smluvních státech na základě jediné přihlášky, podané u Mezinárodního úřadu Světové organizace duševního vlastnictví sídlící v Ženevě,

a to prostřednictvím příslušného známkového úřadu dle původu přihlašovatele („Mezinárodní ochranná známka - obecné informace,“ 2011).

Mezinárodní zápis ochranné známky tedy umožňuje přihlásit ochrannou známku do všech států, které jsou smluvními stranami Madridské dohody nebo Protokolu k Madridské dohodě, a to na základě jedné žádosti u příslušného úřadu, v České republice je tímto úřadem Úřad průmyslového vlastnictví. Přihlašovatel může v této žádosti uplatnit právo přednosti z přihlášky ochranné známky např. z České republiky, pokud by se například jednalo o českou firmu (Hospodářská komora České republiky, 2007). Přihlašovatel podá žádost o mezinárodní zápis ochranné známky u národního úřadu, tento úřad na jejím základě vypracuje vlastní mezinárodní přihlášku ochranné známky. Přihlašovatel však musí vedle správního poplatku Úřadu zaplatit zápisné poplatky ve švýcarských francích přímo Mezinárodnímu úřadu Světové organizace duševního vlastnictví („Mezinárodní ochranná známka - obecné informace,“ 2011). Poté dochází k zápisu ochranné známky do mezinárodního rejstříku známek, Mezinárodní úřad je povinen zápis známky oznámit všem smluvním státům, do nichž je mezinárodní známka přihlašována k ochraně, což jsou ty státy, které jsou vyznačeny v mezinárodní přihlášce.

Doba platnosti mezinárodní ochranné známky je stejná jako u národní ochranné známky, tedy 10 let od data podání přihlášky, následně je možné ji po jejím uplynutí obnovovat pokaždé na dalších deset let

Oblasti mezinárodního přihlašování označení původu se řídí Lisabonskou dohodou na ochranu označení původu a jejich mezinárodního zápisu z roku 1958. Hlavním úkolem této dohody je rozšířit ochranu označení ze zemí původu i na území dalších členských zemích Lisabonské dohody. Zápisné řízení probíhá analogicky jako u mezinárodních ochranných známek (Jakl, 2014), což znamená, že kompetentní úřady členských států žádají o registraci označení u Mezinárodního úřadu Světové organizace duševního vlastnictví. Mezinárodní úřad poté uvědomí o uděleném zápisu další členské země. Důležitou podmínkou ochrany mezinárodních označení původu je, že tato označení jsou prvotně uznávána a chráněna v zemi původu, a pak zapsána u Mezinárodního úřadu v Ženevě.

5.3. Regionální

Ve druhé polovině dvacátého století začala vznikat v jednotlivých částech světa integrační seskupení, která v rámci podpory mezinárodních obchodních vztahů vytvořila regionální úřady specializující se na právní ochranu předmětů průmyslového vlastnictví. Za účelem právní ochrany vynálezů vznikl Evropský patentový úřad v Mnichově a Euroasijský patentový úřad v Moskvě, právní ochrany známek a průmyslových vzorů vznikl Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu OHIM v Alicante. Mimo Evropskou unii se vytvořilo regionální seskupení na africkém kontinentě, Africká organizace duševního vlastnictví OAPI pro frankofonní země a Africká organizace průmyslového vlastnictví ARIPO pro anglofonní Afriku (Malý, 2002). V oblasti ochrany práv k duševnímu vlastnictví spolu spolupracují i některé arabské státy jako Spojené arabské emiráty, Omán nebo Saudská Arábie.

5.3.1. Evropský patent

Žádost o evropský patent může podat každý přihlašovatel, který chce získat právní ochranu svého vynálezu v členských státech Evropské patentové organizace. Základem evropského patentového systému je Úmluva o udělování evropských patentů, která byla uzavřena v roce 1973 v Mnichově. Tato úmluva vychází z principu, že se podává jediná patentová přihláška, a ta se zkoumá na základě jednotného evropského patentového práva u Evropského patentového úřadu v Mnichově. Pokud Evropský patentový úřad shledá předmět patentové přihlášky jako patentovatelný a splňující podmínky stanovené výše zmíněnou úmluvou, tak přihlašovatelí udělí evropský patent, avšak jen pro ty státy, které byly předem určeny v přihlášce (Úřad vlády České republiky, 2015).

Evropskou patentovou přihlášku může podat fyzická nebo právnická osoba a to bez ohledu na občanství nebo bydliště či sídlo. Nicméně přihlašovatelé, kteří nemají bydliště nebo sídlo v některém ze smluvních států, musí být zastoupeni při všech řízeních před Evropským patentovým úřadem zástupcem, který je zapsán do seznamu vedeného za tímto účelem EPÚ. Přihlášku lze podat u EPÚ v Mnichově nebo u pověřeného národního úřadu. Úřad následně přihlášku zkoumá, poté provádí formální průzkum a rešerše, nakonec následuje zveřejnění přihlášky. Pokud předmět patentové přihlášky splní podmínky patentovatelnosti stanovené Úmluvou, Evropský patentový úřad

evropský patent udělí. Po udělení patentu po dobu 9 měsíců ještě probíhá před EPÚ tzv. odporové řízení, během kterého lze ještě dosáhnout zrušení patentu. Udělením patentu následně dochází k jeho rozpadu na svazek jednotlivých národních patentů ve státech určených přihlašovatelem. Tyto patenty se stanou účinnými až po splnění některých dalších podmínek jednotlivých států. Nejčastěji se jedná o předložení překladu popisu vynálezu a patentových nároků a úhradu příslušných poplatků (Jakl, 2011, Hospodářská komora České republiky, 2007).

5.3.2. Ochranná známka Společenství

Ochranná známka společenství nabízí výhodu zajištění ochrany prostřednictvím jediného registračního procesu před Úřadem pro harmonizaci na vnitřním trhu (dále jen OHIM) v Alicante ve Španělsku a dává jejímu majiteli právo, které je vynutitelné ve všech zemích Evropské unie. Tím se zjednodušuje postup a náklady jsou podstatně nižší než v případě oddělené registrace v jednotlivých členských zemích (Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu, 2006).

Příhlášku ochranné známky Společenství mohou podat všechny typy přihlašovatelů, jak přihlašovatelé mající průmyslový nebo obchodní podnik, tak příslušníci členského státu EU, kteří neprovozují žádnou podnikatelskou činnost (Jakl, 2014). Takovým nepodnikajícím subjektem může být například tvůrce grafické známky, jenž si ochrannou známku zaregistruje s tím, že ji později převede na třetí stranu. V případě, že přihlašovatel nepochází z členského státu Evropské unie, musí být zastoupen zástupcem z některého z těchto států. Příhlášku ochranné známky Společenství je možné podat v jakémkoliv z 24 oficiálních jazyků Evropské unie. Avšak přihlašovatel musí v přihlášce uvést i druhý jazyk, který vybere z pěti jazyků OHIM (Úřad pro harmonizaci ve vnitřním trhu, 2006). Podat přihlášku je možné dvěma způsoby, přímo u úřadu OHIM, nebo prostřednictvím národního úřadu průmyslového vlastnictví v členském státě EU. Důležitými údaji v přihlášce jsou seznam výrobků a služeb, pro které žádá přihlašovatel ochranu, a vyobrazení ochranných známek.

Řízení o přihlášce ochranné známky Společenství je zahájeno jejím přijetím úřadem OHIM, poté dojde k překontrolování této přihlášky, zda splňuje určité požadavky, jako je např. zaplacení správního poplatku. Následně OHIM provede rešerši se zaměřením na starší ochranné známky Společenství, které by mohly být namítány

vůči zápisu ochranné známky Společenství, jež je předmětem přihlášky. Rešeršní zpráva je neprodleně předána přihlašovatel. Po uplynutí lhůty jednoho měsíce ode dne odeslání rešeršní zprávy přihlašovatel, zveřejní OHIM přihlášku ve věstníku. Majitelé starších ochranných známek Společenství mohou podat námitky vůči této ochranné známce ve lhůtě tři měsíců od zveřejnění přihlášky. Nebyly-li námitky podány nebo byly-li zamítnuty, je známka zapsána do rejstříku jako ochranná známka Společenství a úřad OHIM vydá jejímu majiteli osvědčení o jejím zápisu („Řízení o přihlášce ochranné známky Společenství,“ 2013).

Ochranná známka Společenství dává právo přihlašovatel zakázat třetím stranám užívání shodných nebo podobných označení pro shodné nebo podobné výrobky či služby. Tato známka může být převedena na třetí stranu a také na ni může být udělena licence. Platnost ochranné známky je 10 let od data podání přihlášky. Registraci známky lze na žádost majitele obnovit na období dalších 10 let, je však nutné zaplatit požadované poplatky (Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu, 2006).

6. Praktická část

6.1. Duševní vlastnictví Budějovického Budvaru

Budějovický Budvar, národní podnik, je dlouhodobě jedním z nejúspěšnějších potravinářských podniků v České republice. V rámci pivovarského průmyslu podle celkového objemu produkce piva zaujímá mezi pivovary a pivovarnickými skupinami v České republice 4. místo. Pivovaru se dlouhodobě daří prodej piva doma i v zahraničí. V současné době je považován ze jednu z nejúspěšnějších českých exportních potravinářských společností, která vyváží svou produkci do 76 zemí světa. Mezi jeho největší trhy patří Německo, Velká Británie, Slovensko a Rakousko („Profil“, n.d.).

Historie pivovaru Budějovický Budvar započala v roce 1895, kdy začal své pivo vařit v Českých Budějovicích jeho právní předchůdce Český akciový pivovar. Již na konci 19. století bylo pivo z Českého akciového pivovaru známé v zahraničí a vyváželo se do vzdálených míst, jako byly např. Benátky, Cařihrad či Alexandrie. V roce 1906 se pak pivo z akciového pivovaru objevilo i ve Spojených státech. Meziválečné období bylo pro Český akciový pivovar velmi úspěšné. V té době si pivovar nechal zaregistrovat ochranné známky jako Český budějovický granát v roce 1922, v roce 1925 ochrannou známku Český budějovický Crystal. Ve 30. letech vyvážel pivo do Východní Afriky, Severní a Střední Ameriky, Anglie, Belgie, Bulharska, Číny, Egypta, Francie, Guinei, Holandska, Indie, Íránu, Itálie, Japonska, do Jihoafrické unie, Jugoslávie, Litvy, Maroka, Malajska, Německa, Palestiny, Polska, Rakouska, Rumunska, Senegal, Sýrie, Švédska, Tunisu, Turecka a na Jávě (Duffková, 2012). V roce 1930 spatřila světlo světa ochranná známka Budvar, záměrem vzniku této známky bylo vytvoření značky, která by dobře charakterizovala druh výrobku a místo jeho původu, zároveň aby byla stručná, dobře vyslovitelná, a to i ve světových jazycích. Mezinárodně byla tato ochranná známka registrována v roce 1932. Pojem Budvar vznikl ze spojení dvou slov „*Budějovický*“ a „*Pivovar*“. Neboť se používání ochranné známky osvědčilo, rozhodlo se vedení pivovaru slovo Budvar začlenit do názvu firmy, který od roku 1936 zněl: Budvar – Český akciový pivovar České Budějovice (Hajn, 2015). Aby byl původ piva patrný i pro zahraničního spotřebitele, rozhodl se pivovar zaregistrovat si první ochrannou známku obsahující označení Budějovický v roce 1934, v celém znění Budvar –

budějovické pivo. Ekvivalent této známky obsahující Budweiser si pivovar rovněž zaregistroval v roce 1934, celé znění Budweiser Bier Budbräu (Duffková, 2012).

Během druhé světové války byl pivovar pod nacistickou správou a po jejím skončení byl na základě dekretu Edvarda Beneše, prezidenta Československé republiky, znárodněn a začleněn do Jihočeských pivovarů, kam patřilo dalších osm pivovarů v regionu. Novodobá historie pivovaru se datuje od roku 1967, kdy Ministerstvo zemědělství České republiky založilo národní podnik Budějovický Budvar jako samostatný právní subjekt, který je zároveň považován za přímého nástupce Českého akciového pivovaru („Historie pivovaru,“ n.d.). Majetkovou podstatu pivovaru tak tvořil všechnen majetek Českého akciového pivovaru, resp. Budvaru – českého akciového pivovaru v Českých Budějovicích, včetně práv k patentům, ochranným známkám, průmyslovým vzorům a označením původu.

Velice zajímavou kapitolu v historii exportu Budějovického Budvaru představuje vývoz piva do Spojených států amerických, který začal již v roce 1906. V USA od roku 1852 působí jiná pivovarnická společnost Anheuser-Busch se sídlem v St. Louis, v současné době součástí nadnárodního pivovarského koncernu Anheuser-Busch InBev., která své produkty také prodává pod názvem Budweiser či Budweiser Bier. „*Nápad byl jednoduchý, vyrábět pivo stejné kvality, barvy a chuti, jakou má pivo vyráběné v Budějovicích nebo v Čechách,*“ řekl v roce 1894 před Obvodním soudem v Jižním New Yorku Adolf Busch (Hajn, 2002), tehdejší představitel společnosti Anheuser-Busch. Tento výrok pochází ze soudního sporu s jinou společností, která také používala pro své výrobky označení Budweiser Bier.

První známkoprávní konflikt mezi Budějovickým Budvarem, tehdy Českým akciovým pivovarem, a společností Anheuser-Busch vznikl v roce 1907. Nakonec byla v roce 1911 mezi oběma pivovary uzavřena dohoda o používání označení Budweiser. V roce 1937 si Budějovický Budvar zaregistroval v USA ochrannou známku – etiketu Imported Original Bohemian Budweiser Bier from Budweis City. Toto počínání pivovaru Budějovický Budvar vedlo k dalšímu konfliktu s americkým pivovarem. Pod nátlakem hrozící druhé světové války, v roce 1939 český pivovar přistoupil na novou známkoprávní smlouvu, která však pro něj byla velmi nevýhodná. Budějovický Budvar se v ní zavázal nepoužívat označení Bud, Budweis a Budweiser, včetně různých složenin a zkratk, na území od Panamy na sever a v dalších vyjmenovaných oblastech (Hajn, 2015), to vše za směšnou finanční částku.

Úmluvy z roku 1911 a 1939 jsou stále platné, avšak jejich výklad je problematický. S ohledem na vágnost jednotlivých ustanovení dávají velký prostor k vlastnímu výkladu ve prospěch obou stran, ty mohou používat své ochranné známky ve všech ostatních zemích, které nejsou v těchto úmluvách jednoznačně zmíněny (Duffková, 2012). Zpět na americký trh se podařilo dostat výrobky pivovaru Budvar až v roce 2001, po úspěšné registraci ochranné známky Czechvar, vznikla kombinací slov „Czech“ a „Pivovar“. Jak je z této ochranné známky patrné, neobsahuje v názvu „bud“ a to umožnilo nekonfliktní existenci značky na trhu ovládaném nadnárodní společností Anheuser-Busch InBev.

Paradoxem je, že oba pivovary, i přes spory o ochranné známky vedené po celém světě, navázaly v roce 2007 obchodní spolupráci. Od tohoto roku prodával Budějovický Budvar své pivo v Americe právě prostřednictvím distribuční sítě společnosti Anheuser-Busch. Vzhledem k tomu, že Anheuser-Busch později přestal plnit obchodní cíle, ke kterým se smluvně zavázal, rozhodl se Budějovický Budvar v roce 2012 tuto spolupráci ukončit. Novým importérem se stala společnost United States Beverage (Samec, 2012).

6.1.1. Ochranné známky

Pivovar Budějovický Budvar je majitelem cenného duševního vlastnictví, vlastní více než 380 ochranných známek, které jsou registrované ve 101 zemích světa. Mezi nejznámější patří Budweiser, Budvar, Budweiser Budvar, Bud, Budějovický Budvar a také již zmíněná ochranná známka Czechvar („Historie pivovaru“, n.d.). Navíc je toto duševní bohatství úzce spjato s místem svého původu, městem České Budějovice, což mělo vliv na získání další významné ochrany produktů pivovaru v podobě chráněného zeměpisného označení.

Z hlediska druhů ochranných známek má Budějovický Budvar registrované jak slovní, tak obrazové i kombinované. Primárně se klade důraz na slovní ochranné známky, neboť poskytují komplexnější ochranu, která v praxi umožňuje užívat tyto známku i v jakémkoli grafickém provedení. Naproti tomu obrazové a kombinované ochranné známky lze užívat pouze tak, aby se zapsané a užívané podoby známek od sebe příliš nelišily. Přesto ve výčtu známek vlastněných pivovarem převažují kombinované ochranné známky.

Národní ochranné známky

Národní cestou jsou registrovány ochranné známky například v České republice. Vzhledem k tomu, že se jedná o zemi, kde se nachází sídlo firmy, tak při přihlašování nehrozí komplikace s administrativou, se znalostí místní legislativy a ani s jazykovou bariérou. Žádosti o registraci se podávají obvykle elektronickou formou u Úřadu průmyslového vlastnictví se sídlem v hlavním městě Praha.

Pozoruhodností je, že ochranné známky Budějovického Budvaru jsou v České republice považovány za tzv. všeobecně známé, tento fakt umožňuje poskytnout majiteli zvláštní ochranu i v případě, kdy je známka neoprávněně používána ve spojitosti s jinými výrobky či službami, pokud je však prokázáno, že jsou takovým užíváním ohroženy zájmy majitele. Argument o všeobecné známosti budvarského piva nejen v České republice, ale i ve světě, je často použit během soudních sporů se společností Anheuser-Busch InBev.

Slovní ochranné známky

Nejběžněji registrované slovní známky Budějovického Budvaru v České republice se zakládají na jedno, dvou a tříslovném označení, např. *Budvar*; *Budweiser*; *Budweiser Budvar*; *Budvar – budějovické pivo*. Mezi zapsanými ochrannými známkami se nacházejí také viceslovná označení, či dokonce celá sousloví, která tvoří slogan, např. *Budweiser Budvar - To nejvzácnější, co máme*; *Budweiser Budvar NE z nás dělá to, čím jsme*. Stejně jako u klasické slovní ochranné známky platí, že slogan by měl být dostatečně originální, aby plnil rozlišovací funkci.

Obrazové ochranné známky

Obrazové ochranné známky si pivovar registruje z uvedených druhů nejméně. Jako ukázka je na obrázku 1 obrazová známka „dva rytíři“, kterou má Budějovický Budvar registrovanou u Úřadu průmyslového vlastnictví od roku 1938.

Obrázek 1: *Obrazová ochranná známka „dva rytíři“*



Zdroj: www.upv.cz

Kombinované ochranné známky

Jak již bylo řečeno, kombinované ochranné známky v duševním vlastnictví pivovaru převažují. Jejich výhoda spočívá v tom, že chrání grafické zpracování jako takové, ale částečně poskytují ochranu i slovním prvkům. Navíc jsou kombinované ochranné známky pro pivovar a jeho produkt stěžejní, protože se nejčastěji vyskytují v podobě pivních etiket, které působí na spotřebitelovo vnímání značky nejvíce.

Obrázek 2: *Kombinovaná ochranná známka Budějovický Budvar*



Zdroj: www.upv.cz

Ochranné známky Společenství

Ochranná známka Společenství je registrovanou ochrannou známkou Evropského společenství, která je platná ve všech členských zemích. Registraci této známky provádí Úřad pro harmonizaci na vnitřní trhu v Alicante. Výhod této ochranné známky je několik, získaná ochrana se vztahuje i na budoucí členy EU a žádost lze podat v českém jazyce. Naopak za nevýhodu lze považovat to, že ochranná známka nemůže být v rozporu s již registrovanou národní známkou v některé z členských zemí. Je tedy nutné, aby ochranná známka byla přijata ve všech členských zemích. Z tohoto důvodu má Budějovický Budvar u Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu zapsané pouze čtyři obrazové ochranné známky. V případě registrací dalších známek v členských zemích EU musel pivovar postupovat národní nebo mezinárodní cestou.

Obrazové ochranné známky

Prostřednictvím Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu má Budvar registrované dvě známky Budějovický Budvar, jejichž zápis proběhl již v roce 1998, obrázek 3 a 4, dále známku Pardál, která se vztahuje k novějšímu produktu pivovaru a zdaleka se nevyváží tolik jako originální produkty Budějovický Budvar. Poslední registrace u výše zmíněného úřadu proběhla v roce 2012 a jejím předmětem byla známka na obrázku 5.

Obrázek 3: *Obrazová ochranná známka Budějovický Budvar - etiketa*



Zdroj: www.upv.cz

Obrázek 4: *Obrazová ochranná známka Budějovický Budvar – nápis*

The image shows the word "Budějovický Budvar" in a highly stylized, black, cursive script. The letters are thick and interconnected, with a prominent underline that sweeps across the bottom of the text.

Zdroj: www.upv.cz

Obrázek 5: *Obrazová ochranná známka „B“*



Zdroj: www.upv.cz

Mezinárodní ochranné známky

Při mezinárodním zápisu ochranné známky podává majitel žádost Mezinárodnímu úřadu Světové organizace duševního vlastnictví v Ženevě. Avšak tento způsob se týká pouze přihlašování známek do států, které jsou členy Madridské dohody o mezinárodním zápisu ochranných známek nebo Protokolu k Madridské dohodě. Pokud chce Budějovický Budvar získat pro své známky ochranu ve státě, který není smluvním státem Madridské dohody nebo Protokolu k této dohodě, musí žádat o jejich registraci tzv. národní cestou.

Mezinárodní ochranné známky Budvaru se shodují s těmi národními i těmi pro Evropskou unii. Slovní mezinárodní ochranné známky jsou např. *Budweiser*, *Budvar*, *Budweiser Budvar*. Z kombinovaných ochranných známek je to včetně té na obrázku 2

i její cizojazyčný přepis *Budweiser Budvar*, obrázek 6, u obrazových ochranných známek je to dále např. cizojazyčný přepis známky na obrázku 4, obrázek 7.

Obrázek 6: *Kombinovaná mezinárodní ochranná známka Budweiser Budvar*



Zdroj: www.wipo.int

Obrázek 7: *Obrazová mezinárodní ochranná známka Budweiser Budvar*



Zdroj: www.wipo.int

6.1.2. Postup při registraci ochranných známek v Budějovickém Budvaru

Žádost o registraci

Přestože obecně platí, že ve všech zemích si žádost o registraci ochranné známky může podat sám žadatel, tak Budějovický Budvar vždy využívá služeb partnerů, advokátů či patentových zástupců, kteří se na příslušnou problematiku specializují. Tato spolupráce je pro dosažení příznivých výsledků při registračním procesu téměř nezbytná.

Navíc k tomu přispívá i skutečnost o existenci dvou podniků používajících stejnou ochrannou známku. Téměř vždy, když se pivovar Budvar snaží o registraci známky, narazí na přítomnost amerického Budweiseru, což obvykle vyústí ve známkoprávní konflikt. V takovém případě je zastoupení advokátem ve sporném řízení nutností. Podání přihlášky ochranné známky není vůbec jednoduchá věc, je třeba nejen dobře znát legislativu, ale také respektovat určité zvyklosti dané země, a toho lze nejlépe dosáhnout tak, že si firma najme místního odborníka. Nutně se nemusí jednat o země vzdálené od České republiky, i některé evropské státy vyžadují zvláštní náležitosti přihlášky. Příkladem je Itálie, jejíž významná historie v oblasti práva se notně promítla i do procesu registrace ochranných známek.

Spolupráce Budějovického Budvaru s vybraným partnerem, který v dané zemi zastupuje jeho zájmy, probíhá při podání žádosti tak, že Budvar mu poskytne základní informace o ochranné známce, o jejíž registraci má zájem, a partner se postará o zpracování a podání samotné přihlášky. V přihlášce nesmí chybět kontaktní údaje firmy, grafické zobrazení známky a výběr tříd výrobků a služeb, pro které chce firma získat registraci známky. Systém třídění výrobků a služeb se řídí podle tzv. Niceského třídění. Tvoří ho 45 tříd, kdy se výrobky řadí do tříd 1 až 34 a služby do tříd 35 až 45. Každá třída obsahuje souhrn klíčových slov, který umožňuje lépe definovat výrobky nebo služby, které mají být danou přihláškou ochranné známky chráněny. Budějovický Budvar ve svých přihláškách nejvíce usiluje o ochrannou známku ve třídě 32, jejíž záhlaví zní „*Piva; minerální vody, šumivé nápoje a jiné nápoje nealkoholické; nápoje a šťávy ovocné; sirupy a jiné přípravky k zhotovování nápojů*“. Pro další výrobky spojené s pivem je potřeba registrace ve třídě 16 „*Papír, lepenka a výrobky z těchto materiálů, které nejsou zařazeny do jiných tříd; tiskárenské výrobky; potřeby pro knižní vazby; fotografie; papírenské zboží*“, pod tím si v praxi můžeme představit hlavně pivní tácky, ve třídě 21 „*Pomůcky a nádoby pro domácnost a kuchyň; sklo, porcelán*“, a ve třídě 25 „*Oděvy, obuv, kloboučnické zboží*“. Z oblasti služeb jsou ochranné známky Budějovického Budvaru zapsané pro třídu 35 „*Propagační činnost, reklama; pomoc při řízení obchodní činnosti; obchodní administrativa*“ (Úřad průmyslového vlastnictví, 2016).

Některé země, např. USA nebo Kanada, vyžadují od přihlašovatelů při podání přihlášky důkaz o používání. V praxi to znamená přiložit k přihlášce marketingové materiály (prospekty, letáky, reklamu) nebo objednávky.

V žádosti o mezinárodní zápis ochranné známky se obvykle používají anglický a francouzský jazyk, a to proto, že oba tyto jazyky patří k úředním jazykům Evropské unie, Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu a zároveň jsou i jazyky protokolu.

Způsobů podání žádosti je několik, osobně, poštou, faxem a elektronicky. V současné moderní době je preferována elektronická forma přihlášky. Avšak při volbě formy hraje důležitou roli rozvinutost země, ve které se o registraci známky žádá. Téměř ve všech zemích, i těch na africkém kontinentě, kam Budvar exportuje, již fungují patentové a známkové úřady a komunikují s žadateli prostřednictvím internetu. S odlišným postupem se při používání ochranné známky v zahraničí setkali v Budějovickém Budvaru pouze na Maledívách, kde doposud nevznikl kompetentní úřad. V tomto ostrovním státě registrační proces probíhá tak, že majitel uveřejní inzerát v místních novinách s prohlášením o užívání určité ochranné známky. Tento postup je nutné opakovat jednou za tři roky.

Známkové rešerše

Vždy, když se Budějovický Budvar rozhodne zažádat o zápis ochranné známky, nechá si jako první krok provést řádnou rešerši ochranných známek ve vybrané zemi. Jejím účelem je zjistit, zda podobnou známku nemá již zaregistrovanou jiná firma pro stejné nebo podobné výrobky či služby. Známkovou rešerši má obvykle na starosti partner, patentový zástupce pro ochranné známky, v dané zemi, který k tomu využívá služeb národního úřadu pro ochranné známky. Rešerše provedená příslušným orgánem je důvěryhodnější, než použití volně přístupných či komerčních databází, jež nemusí být vždy zcela aktuální. Navíc výsledkem práce úřadu je úředně potvrzený dokument. Přesto i národní úřad pro ochranné známky se může dopustit chyby, s tím má i pivovar Budvar své zkušenosti. V několika případech se stalo, že úřad potvrdil Budvaru, že jeho známka není v konfliktu s nějakou starší známkou v registru v příslušných třídách, a nakonec se objevila společnost Anheuser-Busch InBev. se svojí námitkou proti registraci, neboť byla na trhu se značkou Budweiser ještě před českým pivovarem. S takovýmto problémem se musel Budvar vypořádat například v Norsku, kde chyba úřadu měla za následek dlouholetý soudní spor o značku se svým rivalem.

Dále je v zájmu Budějovického Budvaru sledovat nově přihlášené ochranné známky, a proto si nechává zpracovávat pravidelné rešerše. Tuto službu pro Budvar vykonává advokátní a patentová kancelář Čermák a spol. se sídlem v Praze. Předmětem

známkové rešerše jsou rejstříky ochranných známek vedené Úřadem průmyslového vlastnictví České i Slovenské republiky, Úřadem pro harmonizaci na vnitřním trhu a Světové organizace duševního vlastnictví. Výsledek rešerše zasílá advokátní kancelář každý měsíc. Pokud dojde ke kolizi ochranných známek, nabízí se Budvaru možnost zasáhnout a zamezit zápisu konkurenční ochranné známky, a to již v průběhu registračního řízení, což je jednodušší a méně nákladné, než se později dožadovat zrušení nebo neplatnosti ochranné známky po její registraci.

Podobnou službu si pivovar objednává u společnosti Trade Marks Directory Service (TMDS) se sídlem v Londýně. TMDS má na starost světovou rešerši ochranných známek, nicméně s výsledkem rešerše se na Budvar obrací jen v případě, že zaznamená snahu zaregistrovat kolidující ochrannou známku.

Známkové rešerše pro Budějovický Budvar se neprovádějí na celé slovo Budweiser, ale kontrolují se jednotlivé části *bud* a *weiser*, jež by mohly být součástí cizí ochranné známky.

Registrační proces

Jakmile je přihláška podána, tak příslušný úřad přihlašovanou ochrannou známku zpracovává, aby ověřil, zda může být zapsána. Tento postup sestává z několika různých kroků. Poté následuje průzkum, kdy jsou kontrolovány formální náležitosti přihlášky, a vypracovává se známková rešerše. Pokud úřad neodhalí žádnou chybu, ochranná známka je zveřejněna ve věstníku a pak zaregistrována. Nakonec firma obdrží registrační certifikát. Jak dlouho takový proces trvá, nelze přesně říci, celý registrační proces je vždy individuální, avšak dá se říci, že běžná doba je cca 2 roky. Budějovický Budvar má téměř vždy s registrací mezinárodní ochranné známky problémy kvůli přítomnosti společnosti Anheuser-Busch InBev, jež je největším pivovarnickým koncernem na světě. Registrace přihlašované známky se zpravidla prodlužuje vlivem námitek proti zapsání ochranné známky do rejstříku, čímž se značně oddaluje rozhodnutí úřadu. Nicméně pokud se Budvaru podaří na trh přijít jako první, což se už moc často nestává, může registrační proces trvat i 1 rok, příkladem je ostrovní stát Zanzibar. Častěji nastanou situací je, že žádost o registraci Budvaru je zamítnuta, protože je v rozporu se starší ochrannou známkou. V takovém případě musí Budějovický Budvar zvolit ochrannou známku jinou, *Czechvar* nebo *Budějovický Budvar*. Jak již bylo řečeno, stává se také, že dojde k chybě samotného úřadu při známkové rešerši, který nenalezne kolidující ochrannou známku

ve svém rejstříku a novou ochrannou známku zveřejní, avšak k registraci nedojde, neboť poškozená strana k tomu podá námitku. Takový průběh měla snaha o registraci známky *Budweiser Budvar* v Norsku z roku 1993, spor o tuto známku tam trval 21 let. Registrace byla Budějovickému Budvaru umožněna až v roce 2014. „*Po dlouhých 21 letech jsme získali právní jistotu, která přispěje k rozvoji našich obchodních aktivit v Norsku. Rozhodnutí nám navíc poskytuje důležitou argumentaci, kterou můžeme využít i ve známkoprávních sporech v dalších zemích,*“ vyjádřila se k vyhranému sporu Mgr. Veronika Sporová, právnička Budějovického Budvaru.

Z definice ochranné známky jasně vyplývá, že může existovat vždy jen s výrobky nebo službami, pro které je zapsána. Práva z ochranných známek tedy nepředstavují absolutní zákaz, aby si jiná osoba nebo podnikatelský subjekt zaregistrovali stejnou nebo podobnou známku pro zcela jiný typ výrobků. Při průzkumu ochranných známek registrovaných Budějovickým Budvarem ve volně dostupných databázích byl takový případ zaznamenán pouze jednou. Na evropském trhu působí už 20 let společnost s ručením omezeným Budvar Centrum, jejíž předmětem podnikání je převážně výroba a prodej plastových oken („*BUDVAR Centrum – an expert in windows production!*“, n.d.). Budvar Centrum má registrované obrazové a kombinované ochranné známky v Polsku, kde má své sídlo, a také u Světové organizace duševního vlastnictví, jejímž prostřednictvím získal právní ochranu ke svým známkám v USA, Norsku a Rusku. Podle Niceského třídění používá ochranné známky pro výrobky ze třídy 6 „*Obecné kovy a jejich slitiny; kovové stavební materiály; kovové stavební materiály přenosné; kovové materiály pro železnice; kovové kabely a dráty neelektrické; kovové potřeby zámečnické a klempířské; kovové trubky; sejfy; kovové výrobky, které nejsou uvedeny v jiných třídách; rudy.*“, ze třídy 17 „*Kaučuk, gutaperča, guma, azbest, slída a výrobky z těchto materiálů, které nejsou zahrnuty do jiných tříd; polotovary z plastických hmot; materiály těsnicí, ucpávací a izolační; ohebné trubky nekovové*“ a ze třídy 19 „*Stavební materiály nekovové; neohebné trubky nekovové pro stavebnictví; asfalt, směla; přenosné konstrukce nekovové; nekovové pomníky*“ (Úřad průmyslového vlastnictví, 2016). Budvar Centrum s.r.o. provozuje své prodejní aktivity i v České republice, avšak nemá zde registrovanou ochrannou známku. Budějovický Budvar nevěnuje přítomnosti této společnosti na trhu příliš velkou pozornost, protože se věnuje naprosto odlišné činnosti a ochranné známky se liší tak, že nehrozí nebezpečí záměny spotřebitelem. Případný spor o známku by byl bezvýznamný a znamenal by akorát zbytečné vynakládání financí.

Obrázek 8: *Ochranná známka Budvar Centrum s.r.o.*



Zdroj: www.tmdn.org

Platnost registrace ochranné známky ve většině zemí trvá 10 let. O obnovu známek Budějovického Budvaru se starají opět partneři, patentoví zástupci, ti lhůtu velmi pečlivě hlídají. Když se blíží konec platnosti, tak zpravidla 1 rok před jejím uplynutím pivovar upozorní a následně se domluví, zda se právní ochrana známky prodlouží o dalších 10 let.

Náklady spojené s vytvořením, ochrannou a používáním ochranné známky

Vymezit náklady, které Budějovický Budvar na ochranné známky vynakládá, není vůbec jednoduché, protože se jedná o procesy velmi individuální, ovlivněné moha různými faktory. Zejména záleží na rozvinutosti dané země, zda tam vůbec existuje národní úřad pro ochranné známky, dále také na dostupnosti příslušných patentových zástupců a advokátů specializujících se na tuto právní oblast, jejich kvalitě. Pokud se jedná právě o služby patentových zástupců a advokátů, tak náklady se odvíjejí také od stupně řízení o ochranné známce, kdy je pro některá stádia vyžadována vyšší kvalifikace a odbornost při zastupování zájmů Budějovického Budvaru, což pak musí být náležitě ohodnoceno. Navíc, když dojde k soudnímu řízení o ochranných známkách, jež jsou ve vzájemné rozporu, a následně je dosaženo pozitivních výsledků, tak i to se může promítnout do ohodnocení advokáta. Avšak sjednávání o ceně je dovoleno jen v některých zemích, jiné zase preferují pevné tarify. Dalšími náklady jsou bezesporu i poplatky za tyto soudní spory.

Co se týče nákladů na advokáty a patentové zástupce, velmi specifické jsou v tomto ohledu africké země. Ve srovnání s evropskými zeměmi bývají služby advokátů výrazně dražší, neboť se jich v některých zemích nenachází mnoho, kteří se danou problematikou zabývají.

Následující tabulky shrnují základní informace o poplatcích za registraci individuální ochranné známky Společenství u Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu a za registraci mezinárodní ochranné známky u úřadu Světové organizace duševního vlastnictví.

Ochranná známka Společenství

Tabulka 4: *Poplatky u Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu, 2016*

Poplatek	Částka
Základní poplatek za přihlášku individuální ochranné známky	1 050 EUR
Základní poplatek za přihlášku individuální ochranné známky podanou elektronicky	900 EUR
Poplatek za každou třídu výrobků a služeb od čtvrté třídy pro individuální ochrannou známku	150 EUR
Poplatek za vnitrostátní rešeršní zprávy	72 EUR
Poplatek za podání námitek	350 EUR
Základní poplatek za obnovení zápisu individuální ochranné známky	1 500 EUR
Poplatek za elektronické obnovení	1 350 EUR
Poplatek za obnovení každé třídy výrobků a služeb od čtvrté třídy pro individuální ochrannou známku	400 EUR
Poplatek za návrh na zrušení nebo na prohlášení neplatnosti	700 EUR

Zdroj: <http://oami.europa.eu>

Mezinárodní ochranná známka

Tabulka 5: *Poplatky za mezinárodní přihlášky ochranných známek podle Madridské dohody o mezinárodním zápisu ochranných známek a podle Protokolu k Madridské dohodě, 2016*

Poplatek	Částka (ve švýcarských francích)
Základní poplatek za přihlášku ochranné známky, která není v barevném provedení	653

Základní poplatek za přihlášku ochranné známky v barevném provedení	903
Dodatkový poplatek za každou další třídu výrobků a služeb	100
Poplatek za obnovení ochranné známky jestliže není barevná	653
Poplatek za obnovení barevné ochranné známky	903
Dodatkový poplatek za každou další třídu výrobků a služeb	100

Zdroj: <http://www.wipo.int>

Porušení práv k ochranným známkám

Vynucování práv k ochranné známce je ve středu zájmů samotného vlastníka. A proto si Budějovický Budvar nechá pravidelně zpracovávat známkové rešerše, aby odhalil porušení svých práv. Když dojde k jejich porušení, snaží se to Budvar nejprve řešit smírnou cestou, a to tak, že odešle údajnému porušiteli dopis, tzv. výzva k zastavení činnosti, kterou dochází k porušení práv, kde se snaží nastalý konflikt vyřešit mimosoudně. Pokud však Budvar zjistí, že porušení bylo úmyslné, tak se vždy rozhodne vymáhat svá práva v soudním řízení.

Soudní spory o značku Budweiser s nadnárodní společností Anheuser-Busch InBev. trvají již od roku 1907, úspěšnější je v nich Budějovický Budvar. V letech 2000 až 2013 bylo definitivně ukončeno 184 soudních sporů a správních řízení, z nichž 125 případů skončilo vítězstvím Budějovického Budvaru a 10 sporů skončilo smírem nebo remízou. Mezi vítězné se v posledních letech zařadil spor v Portugalsku a Norsku. Díky úspěšným registracím ochranných známek *Budweiser* nebo *Budweiser Budvar*, které patří Budějovickému Budvaru, nemůže Anheuser-Busch svou klíčovou značku *Budweiser* používat téměř v 70 zemích („Budějovický Budvar vyhrál spor o značku Budweiser Budvar v Norsku,“ 2014). V některých zemích mohou tyto dva dlouholetí rivalové koexistovat, např. ve Spojeném království Velké Británie, Egyptě, Vietnamu či Kambodži. Možnost společné koexistence na trhu je někdy lepší volbou, než vlekoucí se soudní spory s nejistým výsledkem, které stojí hodně peněz. V takovém případě je snaha poukázat na to, že velmi podobné ochranné známky Budějovického Budvaru

a společnosti Anheuser-Busch jsou přeci jen svým způsobem rozdílné ve vnímání spotřebitelů.

6.1.3. Označení původu a zeměpisná označení

Další formou ochrany produktů Budějovického Budvaru je chráněné zeměpisné označení (CHZO). Tento způsob označení chrání výrobky, které pocházejí z určitého místa, území či země, jeho kvalita, pověst nebo jiné vlastnosti se dají připsat tomuto zeměpisnému původu a jeho příprava, zpracování nebo alespoň výroba probíhá ve vymezené oblasti. Budějovický Budvar má na označení CHZO nárok, neboť již od svého založení následuje tradici výroby piva, které se od středověku vařilo v Českých Budějovicích. Pivovar se snaží zachovat originalitu Budějovického piva, a to tak, že dodržuje tradiční výrobní postupy a vaří pivo jen v Českých Budějovicích.

Obrázek 9: *Chráněné zeměpisné označení Českobudějovické pivo*



Zdroj: <http://www.parlamentnilisty.cz/>

Ochrana v Evropské unii

Práva používat označení *Budějovické pivo* a *Českobudějovické pivo* získal Budějovický Budvar současně se vstupem České republiky do Evropské unie 1. května 2004. Tato chráněná zeměpisná označení byla vyjednána v rámci Smlouvy o přistoupení

České republiky k EU („Budějovický Budvar používá Chráněná zeměpisná označení již 10 let,“ 2014). Ochrana těchto označení původu byla prosazena jednak proto, že Budějovický Budvar, jenž je předním producentem výrobků pod tímto označením, je národním podnikem a ochrana těchto názvů byla po vstupu do Evropské unie v jistém ohledu národním zájmem. Navíc s ohledem na stále probíhající spory se společností Anheuser-Busch InBev., toto rozhodnutí výrazně zlepšilo postavení Budějovického Budvar ve známkoprávních sporech. Bohužel právní ochrana se vztahuje pouze na označení v českém znění a ne na jejich cizojazyčný přepis, na území Evropské unie lze chránit pouze Budějovické pivo, ne však Budweiser Bier, což někdy může spíše nahrávat rivalovi českého pivovaru.

Poplatek, který se platí Úřadu průmyslového vlastnictví za postoupení žádosti o ochranu zeměpisného označení Evropské komisi, činí 500 Kč (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011).

Mimo jiné Evropská unie také sjednává ochranu pro zeměpisná označení v bilaterálních dohodách se třetími zeměmi. Takové dohody uzavřené ve prospěch Budějovického Budvaru existují např. se Švýcarskem či Ruskem.

Mezinárodní ochrana

Mezinárodní úpravou v oblasti zeměpisných označení se na základě Lisabonské dohody na ochranu označení původu a jeho mezinárodního zápisu zabývá Světová organizace duševního vlastnictví. Budějovický Budvar má prostřednictvím této organizace registrováno zeměpisné označení pro pojmy Budějovické pivo, Budějovický Budvar, Bud, i s jejich cizojazyčnými ekvivalenty, ve 150 zemích světa („Ochrana označení podle místa původu,“ n.d.).

Příhlášky k vyjmenovaným zeměpisným označením podal za Budějovický Budvar Český svaz pivovarů a sladoven, který zastupuje zájmy svých členů na mezinárodní úrovni. Po podání přihlášky byla označení mezinárodně zapsána a notifikována vybranými smluvními státy, které se během roční lhůty rozhodovaly, zda danému označení přiznají právní ochranu. Podání mezinárodní přihlášky ochrany zeměpisného označení má stejnou výhodu jako přihlašování mezinárodní ochranné známky, pokud některá z vybraných zemí tuto ochranu odmítne, tak to nemá vliv na registrační řízení v ostatních zemích, které ochranu neodmítly. Poplatek, jenž se platí Úřadu průmyslového vlastnictví za přijetí mezinárodní přihlášky k zápisu označení původu podle Lisabonské dohody, je 2 500 Kč (Ministerstvo průmyslu a obchodu, 2011).

Nutnou součástí registrace v obou případech je popis a specifikace zboží. Podmínky pro udělení chráněného zeměpisného označení jsou velmi přísné. Při výrobě piva s tímto označením musí být přesně dodržen technologický postup, místo výroby a mohou se používat jen přesně definované suroviny. Dodržování všech předepsaných parametrů pro CHZO kontroluje Státní zemědělská a potravinářská inspekce („Budějovický Budvar používá Chráněná zeměpisná označení již 10 let,“ 2014). Charakteristickým složením piva Budějovického Budvaru je voda z 300 metrů hlubokých artézských studní, kvalitní moravský slad, chmel odrůdy Žatecký poloraný červeňák a vlastní kvasinky spodního kvašení.

6.2. Průzkum českých pivovarů, které mají ochranné známky registrované v zahraničí

Cílem této kapitoly bylo zjistit, které české pivovary mají registrované ochranné známky v zahraničí. Zjištěná data tvoří základ pro následující kapitolu 4.3. *Fungování registrace ochranných známek u zkoumaných pivovarů.*

Průzkum byl realizován v období od 15. února do 6. března 2016. Data byla získána prostřednictvím volně přístupných národních a zahraničních databází ochranných známek, které jsou dostupné online. Jmenovitě byla použita národní databáze Úřadu průmyslového vlastnictví České republiky, ze zahraničních databází byly použity databáze Světové organizace duševního vlastnictví *Global Brand Database* a *Romarin* a databáze Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu *eSearch plus* a *TMView*. Získané výsledky byly v těchto databázích porovnávány, aby byly co nejpřesnější.

Databáze Úřadu průmyslového vlastnictví České republiky obsahuje, jak známky národní, tak mezinárodní ochranné známky s designací ČR a EU zapsané u úřadu Světové organizace duševního vlastnictví a komunitární ochranné známky zapsané u Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu. *Global Brand Database* a *Romarin* jsou databáze mezinárodních známek zapsaných podle Madridského systému, které jsou v současné době v platnosti nebo zanikly v uplynulých 6 měsících. *TMView* a *eSearch plus* jsou databáze ochranných známek Společenství.

Parametry pro vyhledávání byly původ vlastníka ochranných známek a třída výrobku podle Niceského třídění. Neboť předmětem výzkumu byly české pivovary s registrovanými známkami v zahraničí, tak klíčové označení původu bylo v databázích

značeno CZ – Czech Republic. Hlavním produktem pivovaru je pivo, které má v rámci Niceského třídění číslo 32, záhlaví zní „Piva; minerální vody, šumivé nápoje a jiné nápoje nealkoholické; nápoje a šťávy ovocné; sirupy a jiné přípravky k zhotovování nápojů“. Třída 32 byla druhým parametrem pro vyhledávání v databázích.

Následující tabulka shrnuje výsledky průzkumu českých pivovarů, které mají v současné době registrované ochranné známky v zahraničí, to znamená buď na území celé Evropské unie, nebo jen v některých členských zemích, anebo v zemích mimo EU.

Tabulka 6 – České pivovary, které mají registrované ochranné známky v zahraničí

Pivovar	Vlastník ochranných známek	Adresa	Kraj
Pivovar Konrád	HOLS a.s.	Zlatnická 1128/6, Praha 1	Hlavní město Praha
Pivovary Lobkowicz	Pivovary Lobkowicz Group a.s.	Hvězdova 1716/2b, Praha 4	Hlavní město Praha
Pivovary Staropramen	Pivovary Staropramen a.s.	Nádražní 84, Praha 5	Hlavní město Praha
Heineken ČR	Heineken Česká republika a.s.	U Pivovaru 1, Krušovice	Středočeský kraj
Tradiční pivovar v Rakovníku	Tradiční pivovar v Rakovníku a.s.	Havlíčková 69, Rakovník	Středočeský kraj
Pivovar Bohemia Regent	Bohemia Regent a.s.	Trocnovského náměstí 124, Třeboň	Jihočeský kraj
Pivovar Samson	Pivovar Samson a.s.	Lidická tř. 458/51, České Budějovice	Jihočeský kraj
Pivovar Chodovar	CHODOVAR s.r.o.	Pivovarská 107, Chodová Planá	Plzeňský kraj
Plzeňský Prazdroj	Plzeňský Prazdroj a.s.	U Prazdroje 7, Plzeň	Plzeňský kraj
Žatecký pivovar	Žatecký pivovar s.r.o.	Žižkovo náměstí 81, Žatec	Ústecký kraj

Pivovar Rohozec	Pivovar Rohozec a.s.	Malý Rohozec 29, Turnov	Liberecký kraj
Pivovar Svijany	Pivovar Svijany a.s.	Svijany 25, Příšovice	Liberecký kraj
Pivovar Nová Paka	Pivovar Nová Paka a.s.	Pivovarská 400, Nová Paka	Královéhradecký kraj
Pivovar Bernard	Rodinný pivovar BERNARD a.s.	6. května 1, Humpolec	Kraj Vysočina
Pivovar Holba	Pivovar HOLBA a.s.	Pivovarská 261, Hanušovice	Olomoucký kraj
Pivovar Litovel	Pivovar Litovel a.s.	Palackého 934, Litovel	Olomoucký kraj
Pivovar Zubr	Pivovar ZUBR a.s.	Komenského 35, Přerov	Olomoucký kraj

Zdroj: vlastní zpracování

Po zpracování dat získaných z výše zmíněných volně dostupných databází bylo zjištěno, že si ochranné známky v zahraničí zaregistrovalo celkem 17 českých pivovarů. Vedle pivovaru Budějovický Budvar mají zapsané mezinárodní a komunitární ochranné známky i další velké pivovarnické společnosti, Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen, Heineken ČR, Pivovary Lobkowicz, Pivovary Moravskoslezské a LIF Group. Pivovary Moravskoslezské Přerov a.s. je mateřskou společností pivovarů Holba, Litovel a Zubr. Společnost LIF Group ovládá pivovary Svijany a Rohozec. Ze samostatných pivovarů činných v České republice má registrované známky v zahraničí Pivovar Bernard, Pivovar Samson, Pivovar Konrád, Pivovar Bohemia Regent, Pivovar Chodovar, Pivovar Nová Paka, Pivovar Bakalář a Žatecký pivovar.

6.2.1. Pivovarské společnosti

Plzeňský Prazdroj

Plzeňský Prazdroj je největším výrobcem piva v České republice, který provozuje pivovary značky Plzeňský Prazdroj, Gambrinus, Radegast a Velkopopovický Kozel.

V roce 2015 byl celkový objem produkce 10 milionů hl, z toho 792 tisíc hl putovalo do zahraničí. Plzeňský Prazdroj je tak jedním z nejvýznamnějších exportérů českého piva, v současné době vyváží pivo do 54 zemí po celém světě. Mimo země s tradičním odbytem piva jako je Německo, Slovensko, Rakousko a Velká Británie, Plzeňský Prazdroj vyváží svou produkci například do Číny, Korejské republiky, Hongkongu či Ghany („Plzeňský Prazdroj – fakta,“ n.d.).

Společnost Plzeňský Prazdroj a.s. má registrované ochranné známky Společenství i mezinárodní ochranné známky, nejčastěji je to tradiční značka pivovaru Plzeňský Prazdroj Pilsner Urquell, ale také Velkopopovický Kozel, méně pak Gambrinus a Radegast. Země, kde má Plzeňský Prazdroj a.s. registrované platné ochranné známky jsou: Německo, Slovensko, Estonsko, Švýcarsko, Rusko, Kanada, USA, Mexiko, Papua Nová Guinea, Indonésie, Austrálie, Nový Zéland, Korejská republika, Izrael, Maroko, Tunis, Senegal. Prostřednictvím úřadu Světové organizace duševního vlastnictví má zapsané ochranné známky i v dalších zemích, jako je: Japonsko, Rakousko, Lotyšsko, Litva, Lucembursko, Belgie, Francie, Monako, Itálie, San Marino, Portugalsko, Španělsko, Velká Británie, Irsko, Nizozemí, Polsko, Island, Norsko, Dánsko, Švédsko, Finsko, Chorvatsko, Slovinsko, Bosna a Hercegovina, Srbsko, Bulharsko, Maďarsko, Rumunsko, Turecko, Malta, Kypr, Řecko, Indie, Čína, Vietnam, Indonésie, Kuba, Kolumbie, Alžírsko, Egypt.

Pivovary Staropramen

Pivovary Staropramen s. r. o. jsou druhým největším producentem piva v České republice. Společnost provozuje dva pivovary, Staropramen a Ostravar, a k tomu má široké portfolio značek, Staropramen, Braník, Ostravar, Velvet, Měšťan a Vratislav. Celkový výstav piva Pivovarů Staropramen je 3,16 milionů hl, z toho přibližně 600 tisíc hl bylo vyvezeno do zahraničí. Společnost je významným exportérem českého piva, pivo pod značkou Staropramen se vyváží do 35 zemí světa. Mezi největší trhy Pivovarů Staropramen patří Slovensko, Velká Británie, Německo, Švédsko, Rusko, Ukrajina, Chorvatsko a Bulharsko („O společnosti,“ n.d.).

Společnost Pivovary Staropramen s.r.o. má registrované ochranné známky Společenství i mezinárodní ochranné známky, nejčastěji jde o nejoblíbenější značku Staropramen, registrované známky má ze zmíněného portfolia i Velvet a Vratislav, nejméně registrované značky v zahraničí jsou Braník a Ostravar. Tyto značky jsou zapsané v rejstřících ochranných známek v zemích jako např. Estonsko, Německo,

Dánsko, Izrael, Austrálie, Nový Zéland, Korejská republika, USA, Kanada, Mexiko, Senegal.

Heineken Česká republika

Heineken Česká republika je třetí nejvýznamnější společností na trhu s pivem. Rovněž se řadí mezi nejdůležitější vývozce. V roce 2015 bylo vyrobeno 2,3 milionů hl piva, z toho do zahraničí bylo vyvezeno 600 tisíc hl piva („Krušovické pivo teklo proudem. Heineken ČR prodal miliony hektolitrů,“ 2016). Společnost Heineken ČR vlastní tři tuzemské pivovary, pivovar Starobrnno, Královský pivovar Krušovice a pivovar Velké Březno. Do jejího portfolia patří značky Heineken, Krušovice, Zlatopramen, Starobrnno, Březňák, Hostan a regionální značky Dačický a Louny („Kdo jsme,“ n.d.).

Cílové země Heineken ČR pro export jsou Slovensko, Švédsko, Rusko, Rakousko a Německo. Úspěšná je především značka Krušovice. Dalšími exportními značkami jsou Březňák, Zlatopramen a Starobrnno.

Společnost Heineken Česká republika vlastní 2 ochranné známky Společenství a několik mezinárodních ochranných známek v následujících zemích: Německo, Izrael, Austrálie, Kanada a USA.

Pivovary Lobkowicz

Pivovary Lobkowicz patří podle celkové produkce mezi pět největších pivovarnických společností na českém trhu. Společnost sestává ze sedmi regionálních pivovarů, Protivín, Uherský Brod, Jihlava, Rychtář, Klášter, Vysoký Chlumec a Černá Hora. Tyto pivovary v současnosti nabízí 70 značek piva. V roce 2014 byl výstav 894 tisíc hl piva. Podíl Pivovarů Lobkowicz na vývozu českého piva není, ve srovnání s předchozími společnostmi, tak významný, přesto působí na klíčových exportních trzích jako je Německo, Slovensko a Polsko („Pivovary Lobkowicz Group, a.s. navýšily za první tři měsíce roku 2015 své tržby i výstav piva,“ 2015).

Společnost Pivovary Lobkowicz Group a.s. má v zahraničí registrovanou jednu ochrannou známku Společenství. Tato známka je obrazová a její znění je „*Traditional Czech Beer Imported from Czech Republic*“. Pokud jde o mezinárodní ochranné známky, tak je značka Lobkowicz registrovaná převážně v zemích EU, mimo tuto nadnárodní organizaci např. v Rusku. Exportní značkou pivovaru je také Platan, která je zapsaná v zemích EU i v Rusku, ze vzdálených zemí např. v Kazachstánu.

Pivovary Moravskoslezské

Pivovary Moravskoslezské Přerov a.s. sdružuje tři moravské pivovary, Holba, Zubr a Litovel. Podle celkové produkce představuje společnost PMS Přerov šestou největší tuzemskou pivovarnickou skupinu. V roce 2014 vyrobily dohromady pivovary Holby, Zubr a Litovel přibližně 755 tisíc hl piva. Pivovaru Holba, který je podle produkce největší, se daří více na českém trhu, zatímco pivovaru Litovel se lépe prosadil v zahraničí (Kütner, 2015).

Všechny tři pivovary mají komunitární ochranné známky (CTM), pivovar Holba má 5 známek, Litovel má 4 známky a Zubr má jen 2 známky. Ze třech jmenovaných pivovarů má pouze Zubr ochrannou známku registrovanou mimo území Evropské unie, a to v USA.

Pivovary společnosti LIF Group

Pivovar Svijany je jedním z největších pivovarů v České republice. V roce 2015 byla celková produkce pivovaru 623 800 hl piva, z toho bylo vyvezeno pouze 26 tisíc hl piva (4 % z celkové produkce), a to do Polska a na Slovensko („Pivovar Svijany,“ n.d.). Export pivovaru Svijany je minimální, protože své pivo nepasteruje, a proto má kratší trvanlivost („Pivovar Svijany dodal loni na trh rekordních 623.800 hl. piva,“ 2016).

Pivovar Svijany má registrovanou jednu mezinárodní ochrannou známku u úřadu Světové organizace duševního vlastnictví. Prostřednictvím této jedné registrace je zapsána v následujících zemích: Rakousko, Německo, Polsko, Slovensko, Španělsko, Itálie, Bulharsko, Rusko, Kazachstán a Čína.

Pivovar Rohozec uvádí na svých oficiálních stránkách pouze výstav piva v roce 2012, okolo 70 tisíc hl. Tento pivovar se primárně zaměřuje na tuzemský trh. Pokud jde o export, tak se zaměřuje zejména na Německo a Polsko, avšak oblibu si získal i ve Skandinávii („Historie našeho pivovaru,“ n.d.).

Jednu ochrannou známku má pivovar registrovanou v Německu, dále prostřednictvím úřadu Světové organizace duševního vlastnictví má registrovanou obrazovou známku v Rakousku, Německu, Polsku, Slovensku, Švédsku, Španělsku, Itálii a Bulharsku.

6.2.2. Střední a malé pivovary

Rodinný pivovar Bernard

Pivovar Bernard je rodinný pivovar v Humpolci, který je akciovou společností. V roce 2014 bylo uvařeno rekordní množství piva, 265 tisíc hektolitrů, z toho 20 % putovalo do zahraničí. Nejvíce pivovar vyváží na Slovensko, dále do dalších asi 30 zemí, např. Slovinska, Ruska, Polska, Švédska a Velké Británie („Pivovar Bernard zvýšil výstav o 15 procent, rozšíří i provoz,“ 2015).

Pivovar Bernard vlastní jak ochranné známky Společenství, tak mezinárodní ochranné známky. Ty mezinárodní jsou registrované v následujících zemích: Slovensko, Švýcarsko, Norsko, Srbsko, Chorvatsko, Černá Hora, Řecko, Bělorusko, Ukrajina, Rusko, Turecko, Izrael, Kazachstán, Austrálie, USA, Mexiko, Čína, Japonsko, Korejská republika.

Pivovar Samson

Pivovar Samson je nejstarší pivovar v Českých Budějovicích. Vedení pivovaru v posledních letech o výstavu piva neinformuje. Export Samsonu tvoří polovinu celkové produkce, nejvíce se pivo vyváží pod značkou Samson.

Kromě značky Samson vlastní pivovar i další mezinárodní ochranné známky, Crystal, Czech Beer Crystal, Bière Tchèque Crystal, Dianello a Pito. Tyto známky jsou registrované v členských zemích Evropské unie, mimo ni ve Švýcarsku, Lichtenštejnsku, Monaku, San Marinu, Bosně a Hercegovině, Albánii, Černé Hoře, Srbsku, USA, Izraeli, Turecku, Moldavsku, Bělorusku, Ukrajině, Rusku, Makedonii, Maroku, Tunisu, Alžírsku, Egyptě, Senegal, Keni, Austrálii, Ghaně, na Islandu, Kubě, v Norsku, Švédsku, Korejské republice, Mongolsku, Číně, Vietnamu, Iránu, Kyrgyzstánu, Tádžikistánu, Libérii, Uzbekistánu, Ázerbájdžánu.

Tradiční pivovar v Rakovníku

Tradiční pivovar v Rakovníku, také zvaný pivovar Bakalář, uvařil v roce 2015 94,8 tisíc hl piva. V současné době vyváží pivovar zhruba dvě třetiny svého výstavu do 25 zemí světa. Mezi významné exportní trhy patří Slovensko, Rusko, Bělorusko,

Ukrajina, Izrael, Čína a Austrálie. Exportními značkami pivovaru jsou Bakalář, Černovar a Pražáčka („Historie“, n.d.).

Pivovar vlastní ochranné známky Společenství i mezinárodní ochranné známky. Zmíněné exportní značky jsou zaregistrované např. v Rusku, Ukrajině, Izraeli, Moldavsku, Bělorusku, Arménii, Číně, Austrálii.

Pivovar Chodovar

Pivovar Chodovar vyrábí ročně okolo 90 tisíc hl piva („Historie a současnost Rodinného pivovaru Chodovar,“ 2013). Vlastní jednu ochrannou známku, kterou má zapsanou u Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu, jež je platná ve všech zemích Evropské unie. Značka Chodovar je prostřednictvím úřadu Světové organizace duševního vlastnictví také zaregistrovaná v Rusku a Číně.

Pivovar Bohemia Regent

Pivovar Regent je začleněn do historického jádra města Třeboň. Pod značkou Bohemia Regent vyrábí pivovar ročně okolo 80 tisíc hl piva. Země pro export piva jsou např. Rakousko, Nizozemí, Dánsko, Švédsko, Rusko, Itálie, Rumunsko, Polsko, Litva, Velká Británie („Historie,“ n.d.).

Pivovar je vlastníkem ochranné známky Bohemia Regent, která je v současné době zapsána pro tyto země: Alžírsko, Arménie, Belgie, Bosna-Hercegovina, Chorvatsko, Egypt, Estonsko, Francie, Gruzie, Itálie, Srbsko a státy bývalé Jugoslávie, Kazachstán, Kyrgyzstán, Lichtenštejnsko, Litva, Lotyšsko, Lucembursko, Maďarsko, Makedonie, Maroko, Moldávie, Monako, Německo, Nizozemsko, Portugalsko, Rakousko, Rumunsko, Slovensko, Slovinsko, Španělsko, Švédsko, Švýcarsko, Tádžikistán, Tunis, Ukrajina, Uzbekistán, Velká Británie.

Pivovar Konrád

Pivovar Konrád Vratislavice naposledy uveřejnil objem produkce za rok 2013, kdy bylo vyrobeno 75 tisíc hl piva, z toho byla přibližně polovina exportována („Vratislavická 12° opět boduje!“, 2014).

Pivovar Konrád má stejnojmennou ochrannou známku registrovanou u Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu, mimo EU ji má registrovanou v Rusku a Švýcarsku.

Pivovar Nová Paka

Pivovar Nová Paka se nachází v Podkrkonoší. V roce 2013 bylo v tomto pivovaru vyrobeno 40 tisíc hl piva. Pivovar je výrazně orientován na export, přibližně 60% produkce míří do zahraničí, především pak do Německa, Polska, Slovenska, Maďarska, Litvy, Finska, Švédska, Dánska, Ruska, Izraele, USA, Kanady, Číny („Pivovar Nová Paka,“ n.d.).

Exportními značkami pivovaru Nová Paka jsou: Slavjanské pivo, Zlaté české pivo, Brouczech a Třešňové pivo. Tyto značky jsou registrované v zemích Evropské unie.

Žatecký pivovar

Žatecký pivovar je malý průmyslový pivovar, který podle dostupných informací v roce 2013 uvařil 35 tisíc hl piva. Export se ve stejném roce podílel na celkovém prodeji 14%. Tradičně se pivo vyváží do Velké Británie a USA („Historie a současnost pivovaru Žatec,“ 2014). Exportní značky jsou Žatec a Celia.

Pivovar Žatec má ochrannou známku Společenství pro země EU a mezinárodní ochranné známky zapsané u národních úřadů v Norsku, Rusku, Izraeli, USA a Austrálii.

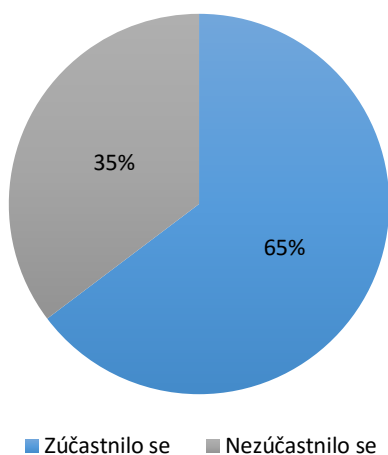
6.3. Fungování registrace ochranných známek u zkoumaných pivovarů

Dotazníkové šetření bylo provedeno v období od 7. do 24. března. Data byla sebrána dvěma způsoby, elektronickou poštou a pomocí telefonního rozhovoru. V rámci dotazníkového šetření bylo osloveno 17 českých pivovarů, jimž byla věnována podkapitola 4.2. Na grafu 1 je zobrazena účast oslovených pivovarů v dotazníkovém šetření.

Ze 17 oslovených se do dotazníkového šetření zapojilo celkem 11 českých pivovarů. Z 6 nezúčastněných 2 pivovary, pivovar Lobkowicz a Žatecký pivovar, neprojevíly zájem o účast v dotazníkovém šetření. V případě zbylých 4 pivovarů, Samson, Chodovar, Konrad a Nová Paka, se o ochranné známky kompletně starají externí firmy, a z toho důvodu se rovněž nezúčastnily dotazníkového šetření.

Graf 1: Účast českých pivovarů v dotazníkovém šetření

Účast v dotazníkovém šetření



Zdroj: vlastní zpracování

V tabulce 7 je uvedeno kolik ochranných známek měly české pivovary, zapojené do dotazníkového šetření, registrované v zahraničí. U pivovaru Staropramen není uvedeno konkrétní číslo, protože jej nechtějí zveřejňovat.

Tabulka 7: Počet ochranných známek registrovaných v zahraničí

Pivovar	Počet OZ registrovaných v zahraničí
Plzeňský Prazdroj	35
Pivovary Staropramen	100 a více
Heineken ČR	16
Pivovar Holba	5
Pivovar Zubr	3
Pivovar Litovel	4
Pivovar Svijany	1
Pivovar Rohozec	1
Rodinný pivovar Bernard	12
Tradiční pivovar v Rakovníku	4
Pivovar Bohemia Regent	1

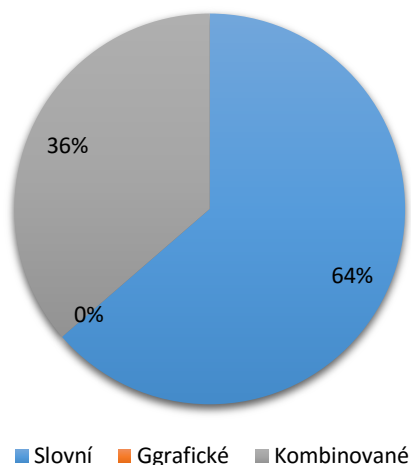
Zdroj: vlastní zpracování

Graf 2 názorně ukazuje, jaký druh ochranných známek při žádosti o registraci převládá. Jak je uvedeno v podkapitole 4.2.2. Průmyslové vlastnictví, základní druhy ochranných známek jsou následující: slovní, grafická (též obrazová), kombinovaná

a prostorová (trojrozměrná). S poslední jmenovanou jsem se během průzkumu u českých pivovarů nesešla, a tudíž nebyla zahrnuta v dotazníku.

Graf 2: Nejčastěji registrovaný druh ochranné známky

Jaké druhy OZ jste si převážně zaregistrovali?



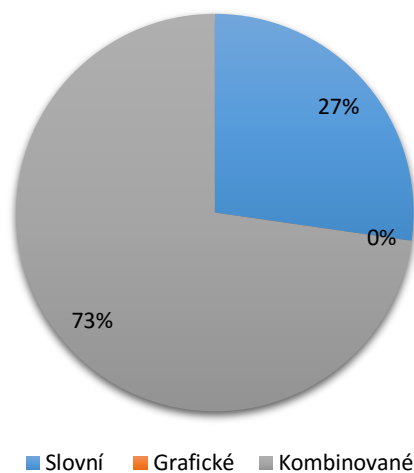
Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu 2 vyplývá, že pivovary si nejčastěji registrovaly slovní ochranné známky, a to proto, že poskytují nejsilnější ochranu. V tomto případě na druhy ochranných známek pohlížely ostatní pivovary stejně jako Budějovický Budvar. Méně pivovary preferovaly registraci kombinovaných označení. Nikdo si primárně neregistroval grafická označení.

V praxi však bylo užívání druhů ochranných známek opačné. Toto tvrzení je patrné z následujícího grafu.

Graf 3: Nejčastěji používané druhy ochranných známek v praxi.

Jaké druhy OZ využíváte nejčastěji?



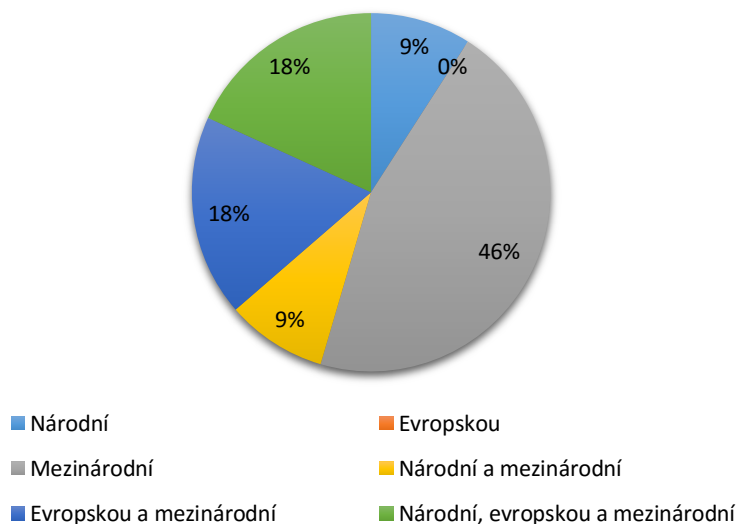
Zdroj: vlastní zpracování

Pivovary ve spojení se svým produktem nejčastěji používaly kombinované ochranné známky, které tvoří slovní i obrazové prvky. Tento druh ochranné známky je nejpraktičtější, neboť poskytuje komplexní ochranu. Naopak nejméně užívané byly grafické známky, které představují pouze základní ochranu. Pivovary používaly tento druh ve spojení s hlavními logy.

Předmětem dalšího zjišťování v rámci fungování registrací ochranných známek u zkoumaných pivovarů bylo dozvědět se, jaké byly jejich preference při podávání žádostí o zapsání ochranné známky, zda upřednostňovaly postup přes národní úřady, Mezinárodní úřad Světové organizace duševního vlastnictví nebo Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu. Odpovědi na otázku, jakou cestou české pivovary nejčastěji registrovaly ochranné známky v zahraničí, jsou znázorněny v grafu 4.

Graf 4: *Preference českých pivovarů při volbě způsobu podání žádosti o OZ v zahraničí*

Jakou cestou nejčastěji registrujete OZ v zahraničí?



Zdroj: vlastní zpracování

Z průzkumu jednoznačně vyplynulo, že téměř polovina dotázaných upřednostnila registraci svých známek prostřednictvím Světové organizace duševního vlastnictví. Pivovary využily možnosti přihlásit tzv. mezinárodní ochrannou známku prostřednictvím jediné přihlášky do všech nebo některých zvolených členských zemí. Mimo jiné v žádosti o registraci u úřadu WIPO je možné vyznačit pro registraci i území Evropské unie, čehož pivovary často využívaly. Navíc odmítnutí některé země danou známku registrovat neohrozí registrační proces v dalších zemích.

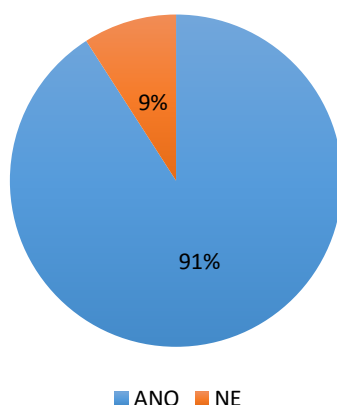
Není neobvyklé, že pivovary při registraci známek volily více možností jak tento proces v zahraničí provést. Z grafu 4 je vidět, že pro naplnění svých zájmů v zahraničí se pivovary přiklonily k využití jak služeb úřadu WIPO, tak Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu. A přesto, že je snaha proces registrace v základních krocích unifikovat, stále se na světě nacházejí země, které trvají na určitých specifikách souvisejících např. s historií, kulturou nebo ochrannářskou povahou trhu. Z toho důvodu je někdy nezbytné, aby pivovary zvolily podání žádosti u národního úřadu. Anebo tak učinily proto, že některá z vyznačených zemí pro registraci mezinárodní ochranné známky odmítla tuto známku zapsat.

Zajímavé je, že pro registraci svých značek zvolil jen jeden pivovar možnost pouze přes příslušné národní úřady. Jedná se o Plzeňský Prazdroj. Domnívám se, že je tomu z toho důvodu o jak velkou pivovarnickou společnost se jedná. Velký význam má jistě fakt, že Plzeňský Prazdroj je součástí globální skupiny SABMiller, kterou mimo jiné koupila v roce 2015 společnost Anheuser-Busch InBev., jež může poskytovat svým dceřiným společnostem dostatečné zázemí a spolupráci při registraci ochranných známek v zahraničí.

Graf 5 velmi úzce souvisí s předchozí otázkou. Tento graf zobrazuje, kolik procent českých pivovarů využilo při podání přihlášky služeb advokátů a patentových zástupců.

Graf 5: *Využívání služeb advokátů a patentových zástupců při registraci ochranných známek*

Využíváte k podání žádosti o registraci OZ služeb odborníků?



Zdroj: vlastní zpracování

Přestože se jednotlivé kroky registrace nezdají být příliš složité, je pro podniky lepší využít služeb odborníků s patřičnou praxí v oboru. Navíc pokud se jedná o registraci ochranné známky v zahraničí, kdy se žádost podává v cizím jazyce a komunikuje se se zahraničními institucemi, je zapojení externích odborníků téměř nezbytné. Všechny dotázané pivovary až na jednu výjimku, Plzeňský Prazdroj, si najmuly služby advokátů a patentových zástupců.

Dále jedním z úkolů dotazníkového šetření bylo zjistit, jaké byly náklady na služby výše zmíněných odborníků na registraci ochranných známek. Bohužel, přesné

částky se nepodařilo zjistit. Ve většině případech pokládaly oslovené pivovary tuto informaci za obchodní tajemství, v jiných případech jsem dostala neutrální odpovědi, že záleží na konkrétní zemi nebo je to založeno na smluvní dohodě.

Podle dostupných informací o advokátech a patentových zástupcích, se kterými zkoumané pivovary spolupracovaly, jsem se snažila na internetu dohledat ceníky jejich služeb, ale ti je na svých webových stránkách nezveřejňovali.

Předmětem zkoumání byla také běžná doba trvání registračního procesu ochranných známek v zahraničí. Ze získaných odpovědí vyplynulo, že se jednalo o procesy, které byly opravdu velmi individuální, a nebylo tak možné odvodit pevnou dobu trvání. Záleželo na tom, zda bylo potřeba k žádosti o registraci ochranné známky doložit další vyžádané podklady, zda příslušný úřad požádal o specifikace či nikoli a v poslední řadě záleželo na rychlosti práce daného úředníka, ke kterému se žádost dostala. Pokud pivovary během procesu registrace v zahraničí nenarazily na žádnou překážku, byla jejich známka zapsána do rejstříku v několika řádech týdnů až měsíců. Žádný z dotázaných pivovarů se nesešel s tak extrémní situací jako Budějovický Budvar, kdy některé registrační procesy trvaly i více než deset let.

Další otázky byly zaměřené na známkové rešerše. Předmětem zájmu byly častost prováděných známkových rešerší a to, kdo je zpracovával. Rešerše ochranných známek je důležitá nejen při jejich přihlašování, kdy je třeba ověřit, zda není podobné označení již pro stejné či podobné výrobky registrováno, ale ochranné známky jako cenný majetek pivovarů vyžadují průběžný monitoring. Všechny pivovary si své klíčové známky hlídaly a zpracovávaly na ně rešerše jednou za měsíc. V ostatních případech záleželo podle potřeby.

Odpovědi na otázku, kdo zpracovával známkové rešerše, kopírují ty, které se týkají spolupráce s odborníky při žádosti o registraci ochranných známek, neboť ti, kteří známky pro pivovary registrovali, poté pravidelně sledovali později přihlášené či již registrované ochranné známky, jež by pivovary jako jejich vlastníky mohly poškodit.

Pokud jde o náklady za rešerše ochranných známek, opět se nepodařilo zjistit přesné cenové sazby. Stejně jako v případě otázky na náklady služeb patentových zástupců, pivovary to považovaly za obchodní tajemství, nebo se jednalo o paušalové platby, které byly předmětem smluvní dohody.

Posledním tématem dotazníkového šetření bylo porušení práv pivovarů k ochranným známkám, což znamená, že nějaký jiný podnikatelský subjekt používal neoprávněně ochrannou známku, k níž příslušelo výhradní právo jinému. Z 11 oslovených pivovarů se 8 setkalo s porušením práv k ochranným známkám. Zbylé 3 se s tímto přímo neselekaly, avšak za jejich působení na trhu se už někdy stalo, že nějaká firma namítla, že přihlašují podobnou ochrannou známku, jako má již tato firma nebo naopak.

Publikace Světové organizace duševního vlastnictví Vytvoření ochranné známky uvádí několik způsobů, jak postupovat proti porušení práv v oblasti ochranných známek. Nejmírnější možnost, jak se může vlastník ochranné známky bránit proti porušení svých práv, je dopis, tzv. výzva k zastavení činnosti, kterou dochází k porušení práv. V tomto dopise je údajný porušitel informován o možné existenci sporu. Další způsoby řešení porušení práv k ochranným známkám uváděné ve zmíněné publikaci jsou rozhodčí řízení a mediace. V obou případech se jedná o řešení, které je méně formální a levnější než soudní řízení. Posledním možným řešením je správní a soudní řízení.

Z průzkumu českých pivovarů jednoznačně vyplynulo, že všechny pivovary, které se při své činnosti setkaly s porušením svých práv, postupovaly nejprve tak, že porušitele informovaly ve výzvě k zastavení činnosti o neoprávněném užívání ochranné známky. Vždy byla na prvním místě snaha vyřešit spor smírnou cestou. Pokud však byly pivovary s výzvou neúspěšné, přešly k důraznějšímu kroku, a to k soudnímu řízení.

6.3.1. Výsledky a diskuze

Obecně se v literatuře a různých příručkách o registraci ochranných známek uvádí, že ve většině zemí se zastoupení advokátem či patentovým zástupcem nevyžaduje. Přihlášku ochranné známky může podat jak fyzická, tak i právnická osoba. Na základě těchto tvrzení, jsem předpokládala, že velké průmyslové pivovary a pivovarnické společnosti mají právní oddělení a kompetentní zaměstnance k podání žádostí o zápis ochranné známky v zahraničí. Rovněž systémy přihlašování mezinárodní ochranné známky a ochranné známky Společenství usnadňující celý proces registrace v zahraničí by mohly nasvědčovat tomu, že si pivovary registrují své ochranné známky samy. Zejména podání přihlášky ochranné známky Společenství by nemělo být příliš komplikované, a to proto, že ji lze podat v českém jazyce, který je jedním z úředních jazyků Evropské unie.

Jedna ze závislostí, která mne v průzkumu zajímala, byla závislost velikosti pivovaru na využívání služeb odborníků při registraci ochranných známek v zahraničí.

Tabulka 8: *Kontingenční tabulka závislosti velikosti pivovarů na využívání služeb odborníků při registraci OZ v zahraničí*

Velikost pivovaru \ Spolupráce při registraci OZ s odborníky	NE	ANO	Celkem
Střední	0 0 %	3 27,27 %	3 27,27 %
Velký	1 9,09 %	7 63,64 %	8 72,73 %
Celkem	1 9,09 %	10 90,91 %	11 100 %

Zdroj: vlastní zpracování

Řádky tabulky zastupují velikost pivovaru. Za velké jsou označeny pivovary, které mají roční produkci piva větší než 100 tisíc hektolitrů. Střední pivovary jsou ty, které mají roční produkci v rozmezí od 50 do 100 tisíc hektolitrů. Malé pivovary s roční produkcí od 10 do 50 tisíc hektolitrů piva nejsou v průzkumu zastoupeny. Sloupce reprezentují informace o tom, zda pivovary využívají při registraci ochranných známek služeb odborníků. Nabízejí se pouze dvě možnosti, ano nebo ne.

Zajímalo mne, zda existuje závislost mezi velikostí pivovaru a najímáním služeb advokátů a patentových zástupců. Stanovila jsem si nulovou hypotézu **H₀: Najímání služeb odborníků nezávisí na velikosti pivovaru**, vůči alternativě **H_A: Najímání služeb odborníků závisí na velikosti pivovaru**. Pro testování hypotéz byl použit test dobré shody (Pearsonův chí-kvadrát test). Test byl proveden na **hladině významnosti = 5%**.

Na data uvedená v tabulce 8 byl použit test v programu Microsoft Excel, kde jsem pomocí funkce „CHITEST“ získala hodnotu *p-value*, na základě které jsem rozhodla o zamítnutí, či nezamítnutí nulové hypotézy.

Hodnota *p-value* vyšla 0,520703 na hladině významnosti 5 %. Nezamítá se tedy nulová hypotéza H₀, a to znamená, že data jsou nezávislá.

Dále byla testována závislost průměrné doby trvání registračního procesu v zahraničí na velikosti pivovaru.

Tabulka 9: Kontingenční tabulka závislosti doby trvání registračního procesu v zahraničí na velikosti pivovarů

Průměrná doba registračního procesu Velikost pivovaru	Méně než půl roku	Půl roku až 1 rok	Víc než 1 rok	Celkem
Střední	1 9,09 %	2 18,18 %	0 0 %	3 27,27 %
Velký	1 9,09 %	6 54,55 %	1 9,09 %	8 72,73 %
Celkem	2 18,18 %	8 72,73 %	1 9,09 %	11 100 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Řádky tabulky opět zastupují velikost pivovaru a sloupce zastupují průměrnou dobu trvání registračního procesu v zahraničí, údaje jsem sloučila do skupiny méně než půl roku, půl roku až 1 rok, více než 1 rok.

Stanovila jsem nulovou hypotézu H_0 : **Doba trvání registračního procesu nezávisí na velikosti pivovaru**, vůči alternativě H_A : **Doba trvání registračního procesu závisí na velikosti pivovaru**. Test byl proveden na **hladině významnosti = 5%**.

Na data uvedená v tabulce 9 byl použit test v programu Microsoft Excel, kde jsem pomocí funkce „CHITEST“ získala hodnotu *p-value*, na základě které jsem rozhodla o zamítnutí, či nezamítnutí nulové hypotézy.

Hodnota *p-value* vyšla 0,632337 na hladině významnosti 5 %. Nezamítá se tedy nulová hypotéza H_0 , a to znamená, že data jsou nezávislá.

Na závěr byla testována kontingence velikosti pivovaru a porušení práv k ochranným známkám. Dalo by se totiž předpokládat, že větší pivovary jsou známější, a tím pádem by se mohly některé subjekty na trhu snažit jejich produkty více napodobovat.

Tabulka 10: *Kontingenční tabulka závislosti velikosti pivovarů na porušení práv k ochranným známkám*

Porušení práv k OZ			
Velikost pivovaru	NE	ANO	Celkem
Střední	1 9,09 %	2 18,18 %	3 27,27 %
Velký	2 18,18 %	6 54,55 %	8 72,73 %
Celkem	3 27,27 %	8 72,73 %	11 100 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Řádky tabulky opět zastupují velikost pivovaru a sloupce zastupují informace o tom, zda se pivovary již setkaly s porušením jejich práv k ochranným známkám, přesněji řečeno, zda je někdo neoprávněně neutiloval, uvedené možnosti byly ano nebo ne.

Opět jsem si stanovila nulovou hypotézu **H₀: Porušení práv k ochranným známkám nezávisí na velikosti pivovaru**, vůči alternativě **H_A: Porušení práv k ochranným známkám závisí na velikosti pivovaru**. Test byl proveden na **hladině významnosti = 5%**.

Na data uvedená v tabulce 10 byl použit test v programu Microsoft Excel, kde jsem pomocí funkce „CHITEST“ získala hodnotu *p-value*, na základě které jsem rozhodla o zamítnutí, či nezamítnutí nulové hypotézy.

Hodnota *p-value* vyšla 0,782252 na hladině významnosti 5 %. Nezamítá se tedy nulová hypotéza H₀, a to znamená, že data jsou nezávislá.

Závěr

Ochrana práv k duševnímu vlastnictví získává stále větší význam nejen na území jednotlivých států, ale i v Evropské unii a především v rámci mezinárodního obchodu. Z toho důvodu bylo jedním z cílů této práce vytvořit komplexní přehled o právech k duševnímu vlastnictví v mezinárodním obchodě. Téma duševní vlastnictví je velmi rozsáhlé, a proto jsem se rozhodla zaměřit primárně na průmyslové právo, které je pro podnikání a konkurenceschopnost na všech trzích rozhodující. Nejvíce pozornosti jsem věnovala označením, resp. ochranným známkám, jako jednomu z předmětů průmyslověprávní ochrany.

Hlavním cílem praktické části bylo analyzovat činnosti při registraci ochranných známek na národní, mezinárodní a regionální úrovni. Nejprve bylo nutné prozkoumat, jak jednotlivé systémy ochrany průmyslových práv, resp. ochranných známek, fungují, jaké jsou jejich výhody a nevýhody. Pro dosažení tohoto cíle a snazší pochopení jednotlivých činností při registraci ochranných známek byly stanoveny dílčí cíle. Opěrným bodem celé práce byl Budějovický Budvar n.p.. Tento významný český podnik s mezinárodními obchodními aktivitami má s registracemi ochranných známek dlouholeté zkušenosti. Budvar vlastní více než 380 ochranných známek registrovaných ve 101 zemích světa. Avšak je třeba zdůraznit, že situace Budějovického Budvaru je v této oblasti velmi specifická v důsledku existence jiného podniku na mezinárodním trhu, který používá stejnou ochrannou známku Budweiser.

S ohledem na jednotlivé kroky registrace ochranných známek v Budějovickém Budvaru lze konstatovat, že nejlepším způsobem je registrovat ochrannou známku prostřednictvím Mezinárodního úřadu Světové organizace duševního vlastnictví. Mezinárodní zápis ochranné známky umožňuje podat pouze jednu přihlášku a přihlásit ochrannou známku do všech států, které jsou smluvními stranami Madridské dohody nebo Protokolu k Madridské dohodě. Velmi významný je i fakt, že v případě odmítnutí jedním státem známku registrovat, není proces registrace ohrožen v dalších státech. I když nic nenasvědčuje tomu, že by během procesu registrace měly nastat komplikace, obecně je lepší využít služeb odborníků a to z několika důvodů. Úspěšná registrace je podmíněna zejména praxí a znalostí daného prostředí, kultury a jazyka.

Již několikrát bylo zmíněno, že ochranné známky představují cenný majetek podniku, a proto je třeba si je chránit nejen samotnou registrací, ale i poté kontrolovat,

zda se je někdo nesnaží neoprávněně užívat či poškodit. Ke kontrole slouží tzv. známkové rešerše. Opět je výhodnější využít služeb odborníků s praxí, kteří v případě zjištění porušení práv k ochranné známce vědí, jak dále postupovat.

Proces registrace ochranných známek Budějovického Budvaru obvykle trvá 2 roky. Tato doba trvání je také uváděna některými publikacemi o ochranných známkách. Ale je nutné brát na vědomí, že se jedná o proces velmi individuální.

Jako další dílčí cíl jsem si stanovila průzkum českých pivovarů, které mají ochranné známky registrované v zahraničí. Obecně ochranné známky v pivovarnictví jsou zajímavé neobvykle dlouhou historií v této právní oblasti. Data o českých pivovarech byla získána z volně přístupných národních a zahraničních databází ochranných známek. Výsledkem průzkumu bylo 17 českých pivovarů a pivovarnických společností, Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen, Heineken ČR, Pivovary Lobkowicz, pivovar Svijany, pivovar Bernard, pivovar Samson, pivovar Holba, pivovar Litovel, pivovar Zubr, Tradiční pivovar v Rakovníku, pivovar Chodovar, pivovar Bohemia Regent, pivovar Rohozec, pivovar Konrad, pivovar Nová Paka a Žatecký pivovar.

Posledním z dílčích cílů bylo zjistit, jak funguje proces registrace ochranných známek u výše vypsanych pivovarů. Dotazníkové šetření zaměřené na tuto problematiku bylo provedeno u 11 pivovarů, které byly ochotné se zúčastnit, Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen, Heineken ČR, pivovar Svijany, Bernard, Holba, Litovel, Zubr, Tradiční pivovar v Rakovníku, pivovar Bohemia Regent a Rohozec. Z odpovědí na otázky jednoznačně vyplynulo, že 46 % oslovených pivovarů, stejně jako Budějovický Budvar, využilo registrace mezinárodní cestou, zbylých 54 % zvolilo buďto pouze cestu národní registrace, nebo více způsoby zároveň. Až na jednu výjimku, Plzeňský Prazdroj, využívali všichni dotázaní služby odborníků, advokátů a patentových zástupců, a to jak pro podání žádosti o registraci ochranné známky, tak i pro zpracování známkových rešerší. Samotný proces registrace ve srovnání s pivovarem Budějovický Budvar netrval v žádném pivovaru tak dlouho. Dotázaní uváděli běžnou dobu registrace ochranné známky v zahraničí od několika málo týdnů do jednoho roku. Tento fakt je způsoben hlavně tím, že žádný z pivovarů zapojený do dotazníkového šetření se nepotýkal s ničím tak komplikovaným, jaká situace Budějovického Budvaru a společnosti Anheuser-Busch InBev. skutečně je.

Dle mého názoru bylo stanovených cílů dosaženo. Za určité bariéry považuji zdoluhavou komunikaci a přesvědčování oslovených pivovarů, aby se zapojily do dotazníkového šetření. Také se mi zcela nepodařilo zjistit, jaké jsou přesné náklady

na registraci ochranné známky a s tím spojené náklady na služby advokátů a patentových zástupců, protože mi tyto údaje oslovené pivovary nechtěly poskytnout.

Na závěr musím poznamenat, že dne 23. března došlo k několika důležitým změnám, Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu (OHIM) byl přejmenován na Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO) a název ochranná známka Společenství byl nahrazen názvem ochranná známka Evropské unie. Jelikož se tak stalo těsně před dokončením této práce, rozhodla jsem se ponechat původní názvy.

Summary

The main topic of this diploma thesis is „*Protection of intellectual property rights in international trade*“. The aim is to provide complex view on intellectual property protection in international trade, afterwards more specifically focused on industrial property, trademarks and geographical indications.

The thesis starts with definition of international trade because the international trade and intellectual property rights are closely related. As a result of globalization and technological development, more and more business entities are coming with their original innovations and products to the international market. These entities must be protected. Besides other things, there are intellectual property rights which provide them protection.

In the second chapter are described the different types of intellectual property. Intellectual property is usually divided into two branches, namely copyright and industrial property. Copyright relates to literary and artistic creations. Industrial property includes patents to protect inventions; industrial designs, which protects the visual design of objects; trademarks, as well as geographical indications.

The following chapter deals with industrial property and registration systems. Objects of industrial property are registered in several ways. The registration process can be carried out at the national, regional and international level. National applications are filled in separately in each country at the national offices. This procedure is more expensive because of national fees and fees to agents in different countries. Regional registration concept is used for a certain territory, the best example is the European Union. International registration enables to obtain protection in several countries by filling only one application.

The crucial part of the thesis is devoted to the analysis of individual steps of trademark registration. At first the process of trademark registration is demonstrated on a brewing company Budweiser Budvar. Budweiser Budvar is known in the world due to trademark disputes with Anheuser-Busch InBev. Furthermore, this chapter focuses on a survey of other Czech breweries having registered trademarks abroad. Data were obtained by way of working with national and international trademark databases available online. Finally, there was a questionnaire survey on the functioning of trademark registration in other Czech breweries.

Keywords

International trade, Intellectual property, Copyright, Patents, Trademarks, Industrial designs, Geographical indications, European Union, World Intellectual Property Organization, European Union Intellectual Property Office, Budweiser Budvar, Trade Trademark Registration, Brewing industry

Seznam použité literatury

Asociace pro mezinárodní otázky (2011). *Práva k duševnímu vlastnictví (TRIPS)*.

Praha: AMO.

Cihelková, E., Frait, J. a kol. (2008). *Mezinárodní ekonomie II*. **Praha: C. H. Beck.**

Duffková, K. (2012). *Vztah ochranných známek a zeměpisných označení - Spor o označení Budweiser (Rigorózní práce)*. **Univerzita Karlova v Praze - Právnická fakulta.**

Evropská komise (2013). *Unie inovací. Kapesní průvodce iniciativou Evropa 2020*.

Lucemburk: Úřad pro publikace Evropské unie.

European Patent Office (2014). *Intellectual Property Teaching Kit IP Basics*.

Mnichov: European Patent Office.

Hajn, I. (2002). *Budějovický Budvar v novém tisíciletí*. **České Budějovice:**

Budějovický Budvar.

Hajn, I. (2015). *Budweiser Budvar (1895 – 2015)*. **České Budějovice: Budějovický**

Budvar.

Hospodářská komora České republiky (2007). *Průručka. Ochrana duševního vlastnictví*. **Praha: C. O. T. media s.r.o.**

Jakl, L. (2014). *Národní, mezinárodní a regionální systémy ochrany průmyslového vlastnictví*. **Praha: MPU Press.**

Jakl, L. (2011). *Právní ochrana vynálezů a užitných vzorů: vypracování jejich popisů a nároků na ochranu*. **Praha: MPU Press.**

Jakl, L., Boháček, M. (2003). *Právo duševního vlastnictví*, **Praha: Oeconomia.**

Kubišta, V. a kol. (2009). *Mezinárodní ekonomické vztahy*. **Plzeň: Aleš Čeněk.**

Malý, J. (2002). *Obchod nehmotnými statky. Patenty, vynálezy, know-how, ochranné známky*. **Praha: C. H. Beck.**

Ministerstvo průmyslu a obchodu. (2011). *Zeměpisná označení a jejich ochrana*.

Praha: Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR.

Svaz průmyslu a dopravy ČR. (2015). *Spektrum 02 2015*. **Praha: SP ČR.**

Světová organizace duševního vlastnictví (WIPO). (2015). *Vytvoření ochranné známky*. 2. české upravené vydání. **Praha: Úřad průmyslového vlastnictví.**

Štěrbová, L. a kol. (2013). *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. **Praha: Grada.**

Úřad průmyslového vlastnictví. (2010). *Duševní vlastnictví*. **Praha: ÚPV.**

Úřad průmyslového vlastnictví. (2010). *Mezinárodní systém přihlašování průmyslových vzorů.* Praha: ÚPV.

Úřad průmyslového vlastnictví. (2016). *Niceské třídění – seznam tříd s vysvětlivkami.* Praha: ÚPV.

Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu. (2006). *Ochranná známka společenství.* Praha: ÚPV

WIPO. (2004). *WIPO intellectual property handbook: policy, law and use. 2nd edition.*

WTO. (2014). *International trade statistics 2014.* Geneva: WTO.

Internetové zdroje

Agris.cz (2016). *Pivovar Svijany dodal loni na trh rekordních 623.800 hl. piva.* [online].[cit. 2016-03-10]. Dostupné z: <http://www.agris.cz/clanek/190817/pivovar-svijany-dodal-loni-na-trh-rekordnich-623-800-hl-piva>

Budějovický Budvar, n.p. (2014). *Budějovický Budvar používá Chráněná zeměpisná označení již 10 let.* [online].[cit. 2016-02-5]. Dostupné z: <http://www.budejovickybudvar.cz/media/archiv-tiskovych-zprav/2014/chzo-budvar.html>

Budějovický Budvar, n.p. (2014). *Budějovický Budvar vyhrál spor o značku Budweiser Budvar v Norsku.* [online].[cit. 2016-02-25]. Dostupné z: <http://www.budejovickybudvar.cz/media/archiv-tiskovych-zprav/2014/spor-norsko.html>

Budějovický Budvar, n.p. (2016). *Historie pivovaru..* [online].[cit. 2016-02-5]. Dostupné z: <http://www.budejovickybudvar.cz/o-spolecnosti/historie-pivovaru.html>

Budějovický Budvar, n.p. (2016). *Ochrana označení podle místa původu.* [online].[cit. 2016-02-25]. Dostupné z: <http://www.budejovickybudvar.cz/o-spolecnosti/znacky/ochrana-oznaceni.html>.

Budějovický Budvar, n.p. (2016). *Profil.* [online].[cit. 2016-02-5]. Dostupné z: <http://www.budejovickybudvar.cz/o-spolecnosti/profil.html>

Budvar centrum Sp. z o.o. (n.d.). *BUDVAR Centrum – an expert in windows production!* [online].[cit. 2016-02-25]. Dostupné z: <http://www.budvarcentrum.eu/p/o-firmie-2-2-2-2>

BusinessInfo.cz. (2015). *Autorské právo.* [online].[cit. 2015-11-25]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/autorske-pravo-ppbi-50463.html#!&chapter=1>

České pivo – české zlato (2013). *Historie a současnost Rodinného pivovaru Chodovar.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://ceskepivo-ceskezlato.cz/pivovary.php?pid=Chodovar&on=o>

České pivo – české zlato (2014). *Historie a současnost pivovaru Žatec.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://ceskepivo-ceskezlato.cz/pivovary.php?pid=Zatec&on=o>

E15.cz (2015). *Pivovar Bernard zvýšil výstav o 15 procent, rozšíří i provoz.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/prumysl-a-energetika/pivovar-bernard-zvysil-vystav-o-15-procent-rozsiri-i-provoz-1215138>

Evropský parlament. (2015). *Duševní, průmyslové a obchodní vlastnictví.* [online]. [cit. 2015-11-21].
Dostupné z:
http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/cs/displayFtu.html?ftuId=FTU_3.2.4.html

Heineken ČR (n.d.). *Kdo jsme.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z:
<http://www.heinekenceskarepublika.cz/kdo-jsme?age=more>

Kütner, D. (2015). *Kuopata posiluje v pivovarech, HSK Invest vytěsnila malé akcionáře.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/prumysl-a-energetika/kuopata-posiluje-v-pivovarech-hsk-invest-vytesnila-male-akcionare-1158954>

Ministerstvo zemědělství (2015). *Světová obchodní organizace – WTO.* [online]. [cit. 2015-11-21].
Dostupné z:
<http://eagri.cz/public/web/mze/ministerstvo-zemedelstvi/zahranicni-vztahy/mezinarodni-organizace/svetova-obchodni-organizace-wto.html>

ParlamentniListy.cz (2014). *Budějovický Budvar používá Chráněná zeměpisná označení již 10 let.* [online]. [cit. 2016-02-05]. Dostupné z:
<http://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/tiskovezpravy/Budejovicky-Budvar-pouziva-Chranena-zemepisna-oznaceni-jiz-10-let-321957>

Pivní.info (n.d.). *Pivovar Svijany.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z:
<http://pivni.info/pivovary/liberecky-kraj/192-pivovar-svijany.html>

Pivovar Bakalář (n.d.). *Historie.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z:
<http://www.pivobakalar.cz/historie.html>

Pivovar Konrad (2014). *Vratislavická 12° opět boduje!* [online]. [cit. 2016-03-20].
Dostupné z: <http://www.pivo-konrad.cz/aktuality.html>

Pivovary Lobkowicz (2015). *Pivovary Lobkowicz Group, a.s. navýšily za první tři měsíce roku 2015 své tržby i výstav piva.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://www.pivovary-lobkowicz-group.com/ke-stazeni?fileName=pdf%2F53-tz-q1-2015-9076.pdf>.

Pivovar Nová Paka (n.d.). *Pivovar Nová Paka.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://www.novopackepivo.cz/>

Plzeňský Prazdroj (n.d.). *Plzeňský Prazdroj - fakta.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/data/web/download/plzensky-prazdroj-fact-sheet-cz.pdf>

Pivovar Regent (n.d.). *Pivovar Regent.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://www.pivovar-regent.cz/cz/pivovar-regent/historie-pivovaru>

Pivovar Rohozec (n.d.). *Historie našeho pivovaru.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://www.pivorohozec.cz/Historie.html>

Pivovary Staropramen (n.d.). *O společnosti.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: <http://www.pivovary-staropramen.cz/cs/o-nas/o-spolecnosti/>

Samec, P. (2012). *Budějovický Budvar ukončuje spolupráci s koncernem Anheuser-Busch InBev.* [online]. [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: <http://www.budejovickybudvar.cz/sk/media/archiv-tiskovych-zprav/2012/ukonceni-ab.html>

Týden.cz (2016). *Krušovické pivo teklo proudem. Heineken ČR prodal miliony hektolitrů.* [online]. [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/byznys/cesko/krusovicke-pivo-teklo-proudem-heineken-cr-prodal-miliony-hektolitru_375240.html

Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu. (2015). *Definice ochranné známky.* [online]. [cit. 2015-12-6]. Dostupné z: <https://oami.europa.eu/ohimportal/cs/trade-mark-definition>

Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu. (2015). *Definice průmyslového vzoru.* [online]. [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <https://oami.europa.eu/ohimportal/cs/design-definition>

Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu. (2016). *Niceské třídění (ochranné známky).* [online]. [cit. 2016-02-15]. Dostupné z: <https://oami.europa.eu/ohimportal/cs/nice-classification>

- Úřad pro harmonizaci na vnitřním trhu. (2015).** *Průmyslové vzory v Evropské unii.* [online]. [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <https://oami.europa.eu/ohimportal/cs/designs-in-the-european-union>
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2011).** *Mezinárodní ochranná známka - obecné informace.* [online]. [cit. 2015-12-12]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/ochranne-znamky/prihlasovani-do-zahranici/mezinarodni-ochranna-znamka/moz-obecne-informace.html>
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2015).** *Mezinárodní přihlášky PCT.* [online]. [cit. 2015-12-12]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/vynalezy-patenty/prihlasovani-do-zahranici/mezinarodni-prihlasky-pct.html>
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2014).** *Ochranné známky.* [online]. [cit. 2015-12-6]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/ochranne-znamky.html>
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2011).** *Ochranné známky společenství. Ostatní informace.* [online]. [cit. 2015-12-8]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/pravni-predpisy/EU/ochranne-znamky-spolecenstvi/Ostatni-informace.html>
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2014).** *Označení původu/zeměpisná označení.* [online]. [cit. 2015-12-10]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/oznaceni-puvodu-zemepisna-oznaceni.html>
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2014).** *Označení původu a zeměpisná označení Společenství.* Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/oznaceni-puvodu-zemepisna-oznaceni/prihlasovani-do-zahranici/oznaceni-puvodu-a-zemepisna-oznaceni-spolecenstvi0.html>
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2015).** *Průmyslové vzory.* [online]. [cit. 2015-11-30]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/prumyslove-vzory.html>
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2013).** *Řízení o přihlášce ochranné známky Společenství.* [online]. [cit. 2015-12-12]. Dostupné z: https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/ochranne-znamky/prihlasovani-do-zahranici/ochranne-znamky-spolecenstvi/rizeni-o-prihl_OZS.html
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2015).** *Užitné vzory.* [online]. [cit. 2015-12-2]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/uzitne-vzory.html>
- Úřad průmyslového vlastnictví. (2014).** *Vynálezy / Patenty.*

[online]. [cit. 2015-11-27]. Dostupné z: <https://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/vynalezy-patenty.html>

Úřad vlády České republiky. (2015). *Evropský patentový úřad.* [online]. [cit. 2015-12-15]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/8822/sekce/evropsky-patentovy-urad/>

WIPO. (n.d.). *Summary of the Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs (1925).* [online]. [cit. 2015-11-25]. Dostupné z: http://www.wipo.int/treaties/en/registration/hague/summary_hague.html

Seznam obrázků

Obrázek 1: Obrazová ochranná známka „dva rytíři“	str. 37
Obrázek 2: Kombinovaná ochranná známka Budějovický Budvar	str. 37
Obrázek 3: Obrazová ochranná známka Budějovický Budvar – etiketa	str. 38
Obrázek 4: Obrazová ochranná známka Budějovický Budvar – nápis	str. 39
Obrázek 5: Obrazová ochranná známka „B“	str. 39
Obrázek 6: Kombinovaná mezinárodní ochranná známka Budweiser Budvar	str. 40
Obrázek 7: Obrazová mezinárodní ochranná známka Budweiser Budvar	str. 40
Obrázek 8: Ochranná známka Budvar Centrum s.r.o.	str. 45
Obrázek 9: Chráněné zeměpisné označení Českobudějovické pivo	str. 48

Seznam tabulek

Tabulka 1: Statistiky světového obchodu a jejich porovnání se světovým HDP a obyvatelstvem	str. 11
Tabulka 2: Světový vývoz zboží podle skupin produktů	str. 12
Tabulka 3: Světový obchod se službami podle kategorií	str. 13
Tabulka 4: Poplatky u Úřadu Evropské unie pro duševní vlastnictví	str. 46
Tabulka 5: Poplatky za mezinárodní přihlášky ochranných známek podle Madridské dohody o mezinárodním zápisu ochranných známek a podle Protokolu k Madridské dohodě	str. 46
Tabulka 6: České pivovary, které mají registrované ochranné známky v zahraničí	str. 51
Tabulka 7: Počet ochranných známek registrovaných v zahraničí	str. 59
Tabulka 8: Kontingenční tabulka závislosti velikosti pivovarů na využívání služeb odborníků při registraci OZ v zahraničí	str. 66
Tabulka 9: Kontingenční tabulka závislosti doby trvání registračního procesu v zahraničí na velikosti pivovarů	str. 67
Tabulka 10: Kontingenční tabulka závislosti velikosti pivovarů na porušení práv k ochranným známkám	str. 68

Seznam grafů

Graf 1: Účast českých pivovarů v dotazníkovém šetření	str. 59
Graf 2: Nejčastěji registrovaný druh ochranné známky	str. 60
Graf 3: Nejčastěji používané druhy ochranných známek v praxi	str. 61
Graf 4: Preference českých pivovarů při volbě způsobu podání žádosti o OZ v zahraničí	str. 62
Graf 5: Využívání služeb advokátů a patentových zástupců při registraci ochranných známek	str. 63