

Vysoká škola CEVRO Institut

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Sofia Drahná Saakyan, DiS.

Praha 2022

Vysoká škola CEVRO Institut

Katedra soukromého práva

PRÁVNÍ OCHRANA VÝROBKŮ PROTI NAPODOBOVÁNÍ

Bc. Sofia Drahná Saakyan, DiS.

Studijní program: Obchodněprávní vztahy

Studijní obor: OPV kombin.

Vedoucí práce: Mgr. Antonín Kazda, LL.M.

Diplomová práce

Praha 2022

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně, uvedla v ní všechny použité prameny a zdroje a v textu řádně vyznačila jejich použití.

V Praze dne 7. 7. 2022



.....

Sofia Drahná Saakyan

Na tomto místě bych ráda poděkovala panu Mgr. Antonínovi Kazdovi, LL.M., za jeho odborné vedení při zpracování této práce.

Resumé: Tato diplomová práce se zaměřuje na rozbor a právní analýzu ochrany výrobků proti napodobování, popisuje jednotlivá práva duševního vlastnictví, resp. případné jiné způsoby ochrany, se zaměřením na jeho název, logo s ním spojené nebo vzhled výrobku a jeho obalu.

S ohledem na výše uvedené se práce soustředí na tato práva duševního vlastnictví: ochranná známka, průmyslový vzor a autorské právo.

V uvedené souvislosti se také zaměřuje na celní řízení, vymáhání práv z titulu zmíněných právních institutů včetně kroků ve správním a soudním řízení.

Klíčová slova: duševní vlastnictví, autorské právo, práva průmyslového vlastnictví, falzifikát, napodobenina, právní ochrana, ochranná známka, patent, design, logo, výrobek, obal, Celní správa.

Resume: This diploma thesis is focusing on the parsing and legal analysis of product protection against counterfeiting, it describes the individual intellectual property rights and other ways of legal protection, focusing on its name, the logo associated with it or the appearance of the product and its packaging.

In view of the above, the thesis focuses on the following intellectual property rights: trademark, industrial design and copyright.

In this context, it also focuses on customs procedures, enforcement of rights under the above mentioned legal institutes, including steps in administrative and judicial proceedings.

Key words: intellectual property, copyright, industrial property rights, counterfeit, imitation, legal protection, trademark, patent, design, logo, product, packaging, customs.

Obsah

Úvod	8
1. Vymezení základních pojmů	10
1.1 Výrobek – věc v právním slova smyslu	10
1.2 Design	11
1.3 Obchodní značka	13
1.4 Vlastnictví	15
1.5 Duševní vlastnictví	16
1.5.1 Práva průmyslového vlastnictví	19
1.5.2 Autorské právo	20
2. Napodobování výrobků	23
2.1 Pojem padělek neboli falzifikát	25
2.2 Způsoby falzifikace	28
2.3 Falzifikace jako trestní čin	34
3. Právní ochrana proti napodobování výrobků	40
3.1 Přehled právní ochrany duševního vlastnictví	42
3.1.1 Ochrana průmyslových vzorů	43
3.1.2 Ochrana autorskoprávní	47
3.1.3 Ochrana známkoprávní	49
3.2 Vymáhání práv	50
3.3 Mezinárodní ochrana a některé aspekty ochrany v cizích zemích	

3.3.1	<i>Některé aspekty ochrany v cizích zemích</i>	57
4.	Působnost Celní správy	62
4.1	<i>Celní správa a její působnost</i>	62
4.2	<i>Příklad z praxe - žádost na Královéhradecký úřad</i>	65
4.3	<i>Vyhodnocení získaných výchozích dat</i>	69
5.	Dotazování veřejnosti	71
	Závěr	78
	Použité zkratky	82
	Zdroje a prameny	84
	<i>Právní zdroje/předpisy</i>	84
	<i>Bibliografické zdroje</i>	85
	<i>Odborné články, příručky a informace</i>	88
	<i>Internetové zdroje</i>	89
	<i>Správní rozhodnutí</i>	94
	<i>Seznam obrázků</i>	95
	<i>Seznam příloh</i>	97
	Příloha č. 1	98
	Příloha č. 2	100

Úvod

Výběr tématu bakalářské nebo diplomové práce je jedním z nejdůležitějších bodů úspěchu jejího napsání. S výběrem jsem si proto dala záležet a o tématu, které jsem zvolila, jsem dlouho přemýšlela. Vycházela jsem z několika atributů, kterým nejvíce odpovídala oblast duševního vlastnictví. Téma blízké mé osobě, ať už z životního hlediska, studijního, znalostního, ale také téma zajímavé a praktické. Téměř každý z nás se již setkal s falzifikáty různého druhu – oblečení, doplňky, umělecká díla, léky, peníze, úřední listiny, a další. Výjimkou tomu nejsem ani já. Jak se proti tomu chránit? Je tato oblast dostatečně regulovaná? Už mnoho let mám podobné myšlenky v hlavě. Zajímal mě proces padělání, ale i osud promařených talentů původců, kdy zisk putoval neprávem k výrobcům padělků. Z těchto a dalších důvodů, jsem si zvolila za téma své diplomové práce „Právní ochrana výrobků proti napodobování“. V práci se zaměřím víc na teoretickou část této otázky, ale budu se snažit uvádět i co nejvíce příkladů z praxe. Příklady se budou týkat převážně módního průmyslu. Dle mého názoru totiž patří módní falzifikáty k těm nejčastějším. Módě myslím velmi dobře rozumím, neboť kromě vlastního přirozeného zájmu jakožto ženy, mám i módní školu vystudovanou.

Práce je členěná do pěti kapitol. V první kapitole si dám za cíl rozebrat základní pojmy, jako jsou: věc, design, obchodní firma, vlastnická a průmyslová práva, a jiné. Uvedu příklady nejdražších značek a systematické uspořádání práv duševního vlastnictví.

V další kapitole se budu věnovat napodobování výrobku obecně a jak nejlépe předejít padělání vlastních výrobků. Rozvedu pojem „falzifikát“, uvedu několik možných způsobů falzifikace. Z praktického hlediska se zmíním, jak se chrání luxusní značky módních domů a jak rozeznat kabelku pravou od jejího falzifikátu. Kromě módní oblasti, se zaměřím na možnost falzifikace léků, peněz, parfémů nebo také uměleckých děl. V závěru kapitoly se budu věnovat otázce z hlediska trestního práva, v kterých případech se jedná o přešůpek a v kterých o trestní čin a co za jeho spáchání hrozí pachateli.

Třetí kapitola je jádrem této práce, neboť pojímá ochranu duševních práv jako takovou. Zabývat se budu převážně ochranou zákonnou, což je ochrana průmyslových práv (průmyslový vzor), autorských práv, a ochrana známkoprávní (ochranná známka). Nevynechám ani způsoby vymáhání zákonem daných práv a příklady soudních sporů, které mezi sebou vedly různé módní značky. Kapitola bude zakončena uvedením ochrany na mezinárodní úrovni, která je daná mezinárodními úmluvami, smlouvami a dohodami. Jaké mezinárodní organizace mají dohled nad zneužitím práv duševního vlastnictví, a jaká je situace v zahraničí.

Poslední dvě kapitoly se nesou v duchu ryze praktickém. Hlavním obsahem čtvrté kapitoly je rozhovor s vedoucí oddělení ochrany duševního vlastnictví na Celním úřadu Královéhradeckého kraje, paní Ing. Lenkou Krulichovou. Účelem tohoto rozhovoru je sběr aktuálních praktických dat a informací ohledně předmětné problematiky. Otázky položené paní vedoucí, se budou týkat způsobů práce Celní správy, jejich postupy, proces identifikace falzifikátů, následky, triky, zkušenosti, a zajímavosti. Mimo to krátce představím Celní správu České republiky a její působnost.

Podstatou páté kapitoly bude analýza výsledků krátkého dotazníku, který rozešlu pomocí sociálních sítí. Anketa bude krátká, složená z několika otázek. Jejím cílem bude zjištění názoru, který panuje ve společnosti ohledně falzifikátů v módním průmyslu. Kolik procent lidí rozezná originál od falzifikátu? Kolik procent lidí by si padělek koupilo? Odpovědi na tyto otázky se budu snažit kvantifikovat nejvíce.

Za výzkumnou otázku jsem si zvolila následující: „Je právní ochrana výrobků proti falzifikátu v českém právu dostatečná?“. V průběhu a hlavně v závěru této práci se jí budu snažit zodpovědět co nejkonkrétněji.

1. Vymezení základních pojmů

V první kapitole této práce se budu věnovat vymezení základních pojmů, které jsou velmi důležité pro správné pochopení celé problematiky. Zmíním se i o systému a struktuře práva duševního vlastnictví, jakožto nejzásadnější právní odvětví pro ochranu výrobku před falzifikací.

1.1 Výrobek – věc v právním slova smyslu

Výrobek je výsledek výrobního procesu. Z právního hlediska lze hledět na výrobek jako na věc. Věc je definovaná v zákoně č. 89/2012 Sb., občanském zákoníku (dále jen „NOZ“) jako „vše, co je rozdílné od osoby a slouží potřebě lidí“. Může být tedy hmotného i nehmotného složení. Negativní definice následně říká, že věci nemůže být „lidské tělo ani jeho části, třebaže byly od těla odděleny“. Stejně tak jako věci nejsou zvířata, rostliny či plody. Z historického hlediska to vždy nebylo a například v římském právu byli za věc považováni i otroci.^{1,2}

Výrobek jako takový pak definuje R. Soukalová jako „*hmotný statek, služba ale i myšlenka, která se stává předmětem směny na trhu a je určena k uspokojování lidských potřeb*.“ Výrobek, neboli produkt, je cokoliv, co je nabízeno na trhu za účelem uspokojení přání nebo potřeby zákazníka. Z definice užívané pro účely marketinku se může jednat o fyzické zboží, akce, služby, zážitky, nemovitosti, nebo také myšlenky.^{3,4}

¹Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, § 489-496

²REBRO, K.; BLAHO, P. *Rímské právo*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2019. s.174.

³SOUKALOVÁ, R. *Strategický marketing*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2004. s. 5

⁴KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Marketing management*. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. s. 410.

1.2 Design

Design je cizí slovo označující vzhled výrobku. Dle Akademického slovníku cizích slov jde také o povrchovou úpravu obecně, tedy i o materiály, ze kterých byly produkty vyrobeny. Design se používá hlavně k popisu vnějšího vzhledu předmětů, které jsou vyráběny nejčastěji průmyslově. Stejně tak se může použít i pro výrobky, které slouží k propagaci (např. leták, etiketa, vizitka). Pochází z latinského de-signare, které znamená „označit, vyznačit“. Postupem času došlo k rozšíření významu tohoto slova na „navrhnout“ i „návrh“, nebo také „plánovat“.^{5,6,7}

Jedná se tedy o něco, co působí na náš zrak. Věnuje se estetické stránce věci, která působí na lidský krasocit a schopnost člověka odlišovat věci podle vzhledu, vnímat jejich podobu, ale i materiály (hmatově). Design je často vyjádřen tvarem výrobku a jeho smyslem je, být zachycen na hmotném, zejména užitkovém předmětu. Nemusí však jít o hmatatelný vjem (opět leták, webové stránky aj.). Z hlediska časového design může být jak trvalý, tak i krátkodobý. Cílovou skupinou jsou většinou zákazníci společností či jejich obchodní partneři. Z toho vyplývá konečný účel vytváření designu u výrobků – vytvoření nebo zvětšení zájmu o koupi výrobku. Další podstatný smysl designu je odlišení výrobku od jiných obdobných produktů. Důležitým momentem je i kvalita tvůrčí činnosti, neboť by design neměl být vytvářen náhodně či amatérsky, ačkoliv jsou i výjimky. Je to z důvodu, že laik není většinou obeznámen s technickou a materiální stránkou předmětu, jeho výrobním procesem a dalšími vlastnostmi. Velkou roli v schopnosti rozlišovat jeden výrobek od jiného hrají výše zmíněné materiály. V módním průmyslu jsou materiály a jejich charakteristika/chování klíčovými faktory. Každý produkt by měl být vytvořen cílevědomě a estetika by měla být propojená s užitečností.

⁵KOUKAL, P. *Právní ochrana designu – průmyslové vzory, autorská díla*. Praha: Wolters Kluwert ČR, 2012. s. 5.

⁶FASSATI, T. *Inteligentní je víc než chytrý: poznáváme inteligentní design a architekturu*. Praha: České vysoké učení technické, 2018. s.12-15.

⁷KRAUS, J. *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Praha: Academia, 2005. s. 165.

Právo u designu chrání pouze tvůrčí složku, tj. vzhled výrobku, nikoliv výrobek samotný či jeho vlastnosti. Ochrana se však nevztahuje ani na vzhled, který vyplývá z technické povahy výrobku.⁸

Pokud se bavíme o produktovém designu, máme na mysli například nábytek nebo hračky. O průmyslový design se jedná u návrhů pro sériovou výrobu např. strojů a pracovních nástrojů. Grafický design dvourozměrné zachycení identifikačního znaku (logo, známka, leták). Design aplikovaný na nové modely oděvů se jmenuje „módní návrhářství“. Srovnání návrhu oděvu a následný výsledný model jde vidět níže na obrázcích č. 1 a č. 2. Této branži se budu věnovat v předmětné práci nejvíce.⁹



[obrázek č. 1]



[obrázek č. 2]

Teorie práva řadí design do tzv. nehmotných statků, konkrétně do idejí statických.¹⁰

⁸KOUKAL, 2012, s. 6-7.

⁹TAMTÉŽ, s. 8-11.

¹⁰TAMTÉŽ, 2012, s.12.

1.3 Obchodní značka

Bauer definuje obchodní značku, jako termín z oblasti obchodu a marketingu označujících značku konkrétních výrobků nebo v menší míře služeb. Její podstata je, jak jí zákazníci vnímají a jak se ztotožňuje se zbožím nebo službou, které jsou v rámci dané značky vyráběny, nebo poskytovány. Obchodní značka (angl. „brand“) označuje značku konkrétních výrobků či organizaci. „*Brand není to, co ty řekneš, že je, je to něco, co oni říkají, že to je*“. Značka je katalyzátor, který řídí vše, co organizace dělá – komunikace, HR politika, výběr místa podnikání, a další.^{11,12}

Obchodní značka většinou bývá totožná s obchodní firmou. Tu definuje NOZ následujícím způsobem: „Obchodní firma je jméno, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku.“ Je to tedy název, pod kterým se podnikatel a potažmo výrobek prezentují společnosti. Není ale výjimkou, že na nadpis na kamenném obchodě společnosti se liší od obchodní firmy zapsané v obchodním rejstříku.¹³

V oblasti módního průmyslu se jedná o nejdůležitější nehmotný statek návrháře. Obchodní značka je nerozdělitelně spjatá s pověstí, ikonickým kouskem a s osobností vlastníka nebo původce. Jedním z příkladů takových značek je Dolce&Gabbana (viz obrázek č. 3). Poslední tvrzení je ale vyvrátitelné, často se totiž stává, že např. návrhář z různých důvodů svoji značku prodá, a nový vlastník změní její základ, ze kterého vzešla popularita a cena značky, a pak jediné co z ní zůstane, je její název. To může znamenat jak nový popud k rozvoji, tak krach oné značky. Proto většinou podstatu značky nový vlastník nemění, nýbrž pokračuje ve stylu tvorby původce a postupně přidává své nové nápady a směry zaměření (např. Apple po smrti Steve Jobse).

¹¹BAUER, Z. *Jak vytvořit atraktivní obchodní název firmy, služby, produktu, značky*. Praha: Nakladatelství NZB, 2014. s. 32.

¹²MILTENBURG, A. *Brand the change*. Amsterdam: BIS Publishers, 2018. s. 14-15.

¹³NOZ, § 423.

DOLCE & GABBANA

[obrázek č. 3]

Cena známé a dobré obchodní značky může vzrůst do astronomických a občas i do obtížně vyčíslitelných částek. Dle F. Zelenky se hodnota značky „... neodvozuje pouze od tržního ocenění společnosti, ale vyplývá také z rozhovorů se zákazníky a dalších aspektů, které nakonec vytvářejí výslednou hodnotu.“ Příklady cen nejdražších existujících značek na světě k 21. 6. 2021 jsou:

- a) Amazon - 683 miliard dolarů;
- b) Apple – 611 miliard dolarů;
- c) Google – 457 miliard dolarů;
- d) McDonalds – 154 miliard dolarů;
- e) Coca-cola – 87 miliard dolarů;
- f) Louis Vuitton – 75 miliard dolarů;
- g) Netflix – 71 miliard dolarů;
- h) Disney - 55 miliard dolarů;
- i) Chanel – 47 miliard dolarů;
- j) Tiktok – 43 miliard dolarů.¹⁴

Obchodní značka je chráněná pomocí ochranné známky, kterou rozvedu ve třetí kapitole. Proces registrace je upraven zákonem č. č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách (dále jen „ZOZ“).

¹⁴<https://www.e15.cz/byznys/burzy-a-trhy/nejcennejsi-znacky-sveta-dominuje-amazon-strme-rostou-tesla-a-cinsky-vyrobce-alkoholu-1381494>

1.4 Vlastnictví

Vlastnictví je pojem čistě právní. Jeho definice najdeme v NOZ jako „vše, co někomu patří“ nebo jako „všechny jeho (někoho) věci hmotné i nehmotné“. Je to tedy neomezené právo k věci. Subjekt, který má k věci taková práva, se jmenuje vlastník. Vlastník je v právu naložit s takovou věcí jakýmkoliv dovoleným způsobem. Vlastnictví zahrnuje ochranné známky, know-how, a další práva duševního vlastnictví, stejně jako „brand“. Právě značka v rámci vlastnictví klade velký důraz na ochranu výrobku proti jakýmkoliv formám falzifikace. Značka dokáže zaujmout spotřebitele a ovlivnit spotřebu výrobků.^{15,16,17}

K pojmu vlastnictví se ovšem nevyjadřují jen právníci. V této souvislosti uvádím citát z knihy *Dvě pojednání o vládě* od Johna Lockeho: *„Ačkoli země a všichni nižší tvorové jsou společní všem lidem, přece každý člověk má vlastnictví své vlastní „osoby“. Na tuto nikdo nemá právo mimo něho samého. Práce jeho těla a dílo jeho rukou, můžeme říci, jsou ve vlastním smyslu jeho. Cokoli tedy vyjme ze stavu, jež příroda tomu propůjčila a v němž to ponechala, s tím smísil svou práci a k tomu připojil něco, co je jeho vlastní, a tím to činí svým vlastnictvím. To, že to vyňal ze společného stavu, do něhož to příroda postavila, připojilo touto prací k tomu něco, co vylučuje společné právo jiných lidí. Ježto tato „práce“ je nesporným vlastnictvím pracovníka, nikdo mimo něho nemůže mít právo na to, k čemu toto bylo jednou připojeno, aspoň tam, kde toho je dost a kde to je jako dobře ponecháno společně pro jiné.“¹⁸*

¹⁵NOZ, § 1011.

¹⁶JAKL, L. *Duševní vlastnictví a jeho právní ochrana*. 2. vyd. Praha: Metropolitan University Prague Press, 2017. s. 30.

¹⁷KELLER, K. L. *Strategické řízení značky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. s. 10-17.

¹⁸LOCKE, J. *Dvě pojednání o vládě*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd, 1965. s. 152.

1.5 Duševní vlastnictví

Předmětem duševního vlastnictví jsou nehmotné statky, které subjekt vytvořil svojí duševní nebo tvůrčí činností. Tvůrčí činnost lze popsat jako komplexní schopnost, která je výsledkem zdařilé syntézy kognitivních schopností, vlastností osobnosti a některých motivů. Během tvořivého procesu dochází k produkci myšlenek různé povahy, které jsou nové, popř. originální, a užitečné.¹⁹

Pojem duševního vlastnictví je obvykle u právní odborné veřejnosti ztotožňován s pojmem nehmotných statků. Přesnou definici najdeme v čl. 2 Úmluvy o zřízení Světové organizace duševního vlastnictví, kde jsou uvedena práva k:

- a) Literárním, uměleckým a vědeckým dílům,
- b) K výkonům výkonných umělců, zvukovým záznamům a rozhlasovému vysílání,
- c) K vědeckým objevům,
- d) Všechna ostatní práva vztahující se k duševní činnosti v oblasti průmyslové,
- e) Všechna ostatní práva vztahující se k duševní činnosti v oblasti vědecké literární a umělecké.

Duševní vlastnictví v sobě zahrnuje práva k předmětům průmyslového vlastnictví a práva k ostatním předmětům duševního vlastnictví, jako jsou práva autorská a související. Mohou to být naše vlastní myšlenky realizovatelné ve výrobní oblasti, nebo také ztvárnění myšlenek, které bývají uměleckými, ale někdy i technickými výtvary.^{20,21}

¹⁹PLHÁKOVÁ, A. Učebnice obecné psychologie. Praha: Academia, 2005. s. 169.

²⁰JAKL, 2017. s. 30-31.

²¹TÝČ, V. *Průmyslová a autorská práva v mezinárodním obchodě*. Praha: Linde, 1997. s.

Přesné uspořádání nebo soustavu práv duševního vlastnictví lze určit dle různých hledisek, níže uvádím informativní přehled těchto práv v souladu s českým právním řádem:

a) Právo průmyslového vlastnictví

1. Průmyslová práva

a. Průmyslová práva na výsledky tvořivé duševní činnosti:

- i. patentové právo (právo vynálezů);
- ii. právo průmyslových vzorů;
- iii. právo užitných vzorů;
- iv. právo topografií polovodičových výrobků;
- v. právo odrůd rostlin.

b. Práva na označení:

- i. právo ochranných známek;
- ii. chráněné označení původu;
- iii. chráněné zeměpisné označení;
- iv. právo firemní (obchodní firmy).

2. Práva obdobná průmyslovým právům

- a. Zlepšovatelské právo (právo zlepšovacích návrhů);
- b. Právo know-how;
- c. Právo nových způsobů prevence diagnostiky chorob a léčení lidí a zvířat;
- d. Právo firemní (obchodní firmy);
- e. Logo;
- f. Doménové jméno;
- g. Název a dobrá pověst právnické osoby.

- b) Autorské právo, právo příbuzné autorskému právu a práva související s autorským právem
 - 1. Autorské právo;
 - 2. Právo výkonných umělců (právo příbuzné autorskému právu);
 - 3. Právo výrobců zvukových a zvukovo-obrazových záznamů;
 - 4. Právo vysílatelů (práva související s autorským právem);
 - 5. Databáze.²²

Právo duševního vlastnictví patří do práva soukromého a stejně jako každé jiné odvětví práva má své pojmové znaky. Jejich výčet je následující:

- a) Nehmotnost, předpokladem je ovšem právně objektivní vyjádření určitého předmětu lidskými smysly ve znatelné podobě, tedy jeho vnější vyjádřitelnost, např. písmem nebo obrazem apod., včetně vyjádření znatelného jen strojově;
- b) Dočasnost;
- c) Státně územní omezenost (teritorialita), kterou ale lze překonat ochranou na mezinárodní úrovni, kterou zabezpečují mezinárodní smlouvy zaručující ochranu ideálních předmětů i v jiných signatářských státech, nežli je země původu;
- d) Obchodní nebo jiné hospodářské určení;
- e) Přiznání absolutních majetkových práv vždy pro každý zákonný případ zvlášť.²³

²²VOJČÍK, P. *Teorie právní ochrany nehmotných statků*. Praha: Metropolitní univerzita Praha, 2016. s. 20.

²³SRSTKA, J.; BARTÁK, J.; DOBŘICHOVSKÝ, T. *Autorské právo a práva související: vysokoškolská učebnice*. 2. akt. vyd. Praha: Leges, 2019. s. 38-40.

Do související právní oblasti patří právo proti nekalé soutěži a právo spotřebitelské (ochrana práv spotřebitele). Jejich prostřednictvím dochází k nepřímé soukromoprávní ochraně duševního vlastnictví.²⁴

1.5.1 Práva průmyslového vlastnictví

Jan Hák definuje průmyslová práva následujícím způsobem: „*Průmyslové vlastnictví představuje souhrn územně a časově omezených absolutních práv k nehmotným statkům, průmyslově využitelných, nezávislých na hmotném substrátu, v němž jsou vyjádřeny.*“²⁵

Jedná se tedy o užší okruh duševního vlastnictví, který se vyznačuje specifickými rysy.

Předmětem průmyslových práv jsou:

- a) průmyslové vzory,
- b) vynálezy, které vznikají technickou tvůrčí činností,
- c) ochranné známky,
- d) užité vzory,
- e) topografie polovodičových výrobků,
- f) označení původu a
- g) zeměpisná označení.²⁶

Tato práva vznikají cestou formální, v okamžiku podání přihlášky a zaplacení správního poplatku. Přihláška se podává úřadu průmyslového vlastnictví nebo jinému národnímu, regionálnímu či mezinárodnímu úřadu. Platí zde tedy registrační princip, stejně tak jako princip teritoriality. Ten znamená, že získané

²⁴TAMTÉŽ, s. 42.

²⁵HÁK, J. Potřebujeme definici pojmu průmyslové vlastnictví? In: *Průmyslové vlastnictví*. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2008. č. 4, s. 112.

²⁶SLOVÁKOVÁ, Z. *Průmyslové vlastnictví*. Praha: LexisNexis CZ, 2006. s. 10-17.

právo platí jen na určitém území. Právo platí po určitou dobu, kterou lze prodloužit za další správní poplatek.²⁷

Předměty průmyslového vlastnictví, obdobně jako předměty práva autorského, jsou výtvořem člověka a mají tvůrčí povahu. Podrobněji se jednotlivým průmyslovým právům a jejich ochraně budu věnovat ve třetí kapitole.²⁸

1.5.2 Autorské právo

Autorské právo sleduje lidskou tvořivost v podobě státoprávní ochrany nehmotných výsledků umělecké či vědecké tvorby. Na tvorbu samotnou navazuje uplatňování výtvořů v zájmu osobním i obecném, přičemž se jedná i o zájmy kulturní a hospodářské. Významné jsou i státní podpora a přispívání ke svobodnému rozvoji osobnosti.

Ústředním zákonným pramenem je zákon č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) (dále jen „AZ“). Hlavním účelem AZ je ochrana přirozeného osobnostního práva k výtvořům fyzické osoby jako hospodářské investice.²⁹

M. Knappová popisuje autorské právo ze dvou úhlů pohledu. V objektivním úhlu pohledu se jedná o soubor právních norem, které upravují vztahy vznikající při interakci a uplatnění autorských děl. V subjektivním smyslu se autorským právem rozumí právo, které náleží autorovi k dílu, jež vytvořil svou duševní tvůrčí činností.³⁰

Dle K. Knappa je autorské právo „...jednou ze specifických oblastí širšího komplexu právních disciplín označených souhrnně jako práva k duševnímu

²⁷JAKL, 2017. s. 32.

²⁸SLOVÁKOVÁ, 2006. s. 10

²⁹SRSTKA, BARTÁK, DOBŘICHOVSKÝ, 2019. s. 42-43.

³⁰KNAPP, V.; KNAPPOVÁ, M.; ŠVESTKA, J. Občanské právo hmotné. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: ASPI, 2002. s. 180.

vlastnictví. Tato svébytná disciplína rovněž úzce souvisí s oblastí občanskoprávních vztahů a ve vztahu k občanskému zákoníku je třeba autorský zákon chápat jako lex specialis, tedy jako zákon zvláštní, speciální. Obecně je pojem autorského práva chápán a vykládán ve dvojím smyslu, a to objektivním a subjektivním. Ve smyslu objektivním jej chápeme jako soubor právních norem upravujících společenské vztahy vznikající z tvorby a společenského uplatňování literárních, vědeckých a uměleckých děl souhrnně označovaných jako díla autorská. Z širšího hlediska se nejedná pouze o právní normy obsažené v autorském zákoně, ale můžeme sem zahrnovat i řadu dalších norem obsažených v jiných právních předpisech, které rovněž regulují výše uvedenou kategorii právních vztahů. Pokud hovoříme o kategorii autorského práva v subjektivním smyslu, pak pod tímto pojmem rozumíme oprávnění, která autorovi vznikají a která může realizovat ve vztahu k jím vytvořenému dílu.“³¹

Autorské právo lze tedy rozdělit na práva výlučná osobnostní a práva výlučná majetková. Osobnostní práva patří vždy autorovi, fyzické osobě, která dílo vytvořila, jsou nepřevoditelná a trvají jen do autorovy smrti. Autor je nemůže převést na třetí osobu, ani se jich vzdát. Patří mezi ně např. právo rozhodnout o zveřejnění díla či právo na nedotknutelnost díla. Majetková práva představují výlučné právo na rozhodování o užívání svého díla. Tato práva trvají po dobu autorova života a dále 70 let po jeho smrti. Stejně jako u osobnostních práv se majetkových práv nelze vzdát a jedná se o práva nepřevoditelná.³²

Předmětem autorského práva je dílo vědecké, literární, nebo jiné dílo umělecké, které je jedinečným výsledkem tvůrčí činnosti autora. Je vyjádřeno v jakékoli objektivně vnímatelné podobě včetně podoby elektronické, trvalé nebo dočasné, bez ohledu na jeho rozsah, účel nebo význam. Dílem pak chápeme vyjádření slovem nebo písmem, jako např. dílo hudební, dílo dramatické, dílo fotografické, dílo výtvarné, malířské, grafické a sochařské a další. Dílem je také např. počítačový program nebo databáze, která je způsobem výběru nebo

³¹KNAP, K. a kol. *Autorský zákon a předpisy související: komentář*. 5. podstatně přeprac. a dopl. vyd. Praha: Linde, 1996. s. 15.

³²BOHÁČEK, M. *Právo duševního vlastnictví*. Praha: Oeconomica, 2002. s. 112.

uspořádáním obsahu autorovým vlastním duševním výtvořem. Zákon dále rozlišuje dílo souborné, jako je časopis, encyklopedie, a další, jejichž součástí jsou systematicky, nebo metodicky uspořádány a jednotlivě zpřístupněny elektronicky či jiným způsobem.

Autorské právo lze uplatnit jak na dílo dokončené, tak i na jeho jednotlivé vývojové fáze a části, včetně názvu a jmen postav. Ochrana podle AZ se nevztahuje na úřední dílo, jako je právní předpis, rozhodnutí, jakož i úřední návrh úředního díla a jiná přípravná úřední dokumentace, včetně úředního překladu takového díla, sněmovní a senátní publikace, pamětní knihy obecní (obecní kroniky), státní symbol a symbol jednotky územní samosprávy a jiná taková díla, u nichž je veřejný zájem na vyloučení z ochrany, dále se nevztahuje na výtvoř tradiční lidové kultury, není-li pravé jméno autora obecně známo a nejde-li o dílo anonymní nebo o dílo pseudonymní.³³

Důležité je zmínit také Listinu základních práv a svobod, kde v čl. 34 je stanoveno, že práva k výsledkům tvůrčí duševní činnosti jsou chráněna zákonem. Což znamená, že je autorské právo ústavně chráněno.³⁴

Dále ve věci autorskoprávní ochrany viz. kapitola třetí.

³³Zákon č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon). § 1-3.

³⁴Zákon č. 2/1993 Sb., Listina základních práv a svobod. Čl. 34.

2. Napodobování výrobků

Všechny výše zmíněné pojmy byly vysvětleny za účelem pochopení problematiky napodobování výrobků. Zboží, které napodobuje jiné, aniž by k tomu mělo právo, či svolení od původce, nebo autora práv, porušuje jeho práva duševního vlastnictví.

Jako nedovolené napodobeniny se značí výrobky, které představují nebo obsahují kopie pořízené bez souhlasu držitele autorského práva, nebo práva s tím souvisejícího, nebo práva k průmyslovému vzoru. Proč jsou napodobeniny nepovolené? Napodobeniny parazitují na pověsti původců originálních výrobků a užívají výtěžky z jejich slávy, která vznikla dlouholetým vývojem. Neoprávněně. Dle § 2981 odst. 2 a 3 NOZ ten, kdo užije zvláštního označení závodu nebo zvláštního označení či úpravy výrobku, výkonu nebo obchodního materiálu závodu, které v zákaznických kruzích platí pro určitý závod za příznačné, může vyvolat nebezpečí záměny. Obdobně se hledí na toho, kdo napodobí cizí výrobek, jeho obal, nebo výkon, ledaže se jedná o „*napodobení v prvcích, které jsou již z povahy výrobku funkčně, technicky nebo esteticky předurčeny, a napodobitel učinil veškerá opatření, která lze na něm požadovat, aby nebezpečí záměny vyloučil nebo alespoň podstatně omezil, pokud jsou tato jednání způsobilá vyvolat nebezpečí záměny nebo klamnou představu o spojení se soutěžitelem, jeho závodem, pojmenováním, zvláštním označením nebo s výrobkem či výkonem jiného soutěžitele.*“ Nebezpečí záměny je dle NOZ nekalá soutěž, která je v ČR, stejně tak jako ve celé EU, zakázaná.^{35,36}

Jeden ze způsobů jak předejít falzifikaci vlastních výrobků je výběr dobrého a spolehlivého výrobce. Takový subjekt ví, které materiály použít a jak s nimi pracovat díky jejich vlastnostem. Vynaloží úsilí s procesem kvalitní výroby a výsledný produkt bývá precizní. Výrobci padělků mají hlavní myšlenku zmenšení

³⁵BÁLKOVÁ, S. *Ochranná známka a průmyslový vzor - jejich ochrana a padělání*. Ostrava: Key Publishing, 2011. s. 81

³⁶NOZ, § 2981 odst. 2 a 3

nákladů na minimum a nechtějí vynakládat prostředky na kvalitní výrobu. Jednak nemají takové možnosti při výrobě (dodržování výrobních postupů) a jednak chtějí vyrobit falzifikáty co nejrychleji na úkor kvality. Několik doporučení z pohledu výrobce, která by mohla výrobu padělků do určité míry omezit:

- a) Vyrábět výrobky z kvalitních materiálů (pro dlouhodobé užívání věci);
- b) Vyrábět výrobky z méně dostupných materiálů (např. kůže rejnoka – může ale nastat kolize s ochránci přírody);
- c) Zvládnutí dokonalého řemeslného umění (ruční vyrábění jednotlivého kusu – Hermes kabelky);
- d) Celoživotní nárok na opravu výrobku (tuto službu poskytuje např. módní dům Louis Vuitton);
- e) Požití ochranných prvků (sériové kódy – viz obrázek č. 4);
- f) Snažit se vždy zvolit netradiční vzhled výrobku, který by bylo možné zaregistrovat;
- g) Dostatečně informovat své zákazníky (např. charakteristické znaky padělků, místa, kde se nejčastěji objevují, aj.);
- h) Nadstandardní služby zákazníkům (něco, co zákazníci neobdrží u padělku, cílem je vytvořit určitý pocit zákazníka, pro který se bude chtít zase vrátit).³⁷



[obrázek č. 4]

³⁷BÁLKOVÁ, 2011. s. 8-9.

2.1 Pojem padělek neboli falzifikát

Padělkem se rozumí zboží, resp. obal na zboží, označené neoprávněně ochrannou známkou, která je totožná s ochrannou známkou platně zapsanou pro stejný druh zboží, nebo která nemůže být ve svých podstatných znacích odlišena. Takové označení porušuje práva majitele ochranné známky dle ZOZ, patentu nebo užitého vzoru, a dalších práv duševního vlastnictví. Padělkem jsou dále „*věci nesoucí takové označení (značky, loga, etikety, nálepky, prospekty, návody k použití, doklady o záruce a podobně), a to i tehdy, jsou-li uváděny samostatně, a samostatné obaly, na nichž je umístěno takové označení.*“ Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 608/2013 ze dne 12. června 2013, o vymáhání práv duševního vlastnictví celními orgány a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1383/2003, definuje padělek jak zboží, které je předmětem činu porušujícího práva

- a) ochranné známce nebo
- b) k zeměpisnému označení,

v členském státě, kde se zboží nachází a nese neoprávněně značku, která je buď totožná, nebo neodlišitelná od ochranné známky platně zapsané pro stejný druh zboží ve svých podstatných znacích. Zatímco zboží, které porušuje práva chráněná autorským právem nebo právem s ním souvisejícím, se říká „nedovolená napodobenina“^{38,39,40}.

Falzifikát lze definovat jako „*napodobeninu uměl. díla, písemnosti, peněz, ap. zhotovená s úmyslem vydávat ji za pravou, padělek*“. Falzifikátor je pak padělatel. O oblasti umění se zfalšovaným dílům říká také „*falzum*“. Falzifikace může ale znamenat i „*vyvrácení výroku*“.⁴¹

³⁸BÁLKOVÁ, 2011. s. 81-82. Stejnou autorku označuje předtím Balková.

³⁹Zákon č. 634/1992 Sb., zákon o ochraně spotřebitele. § 2 odst. 1, písm. n, bod 1.

⁴⁰Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 608/2013 ze dne 12. června 2013, o vymáhání práv duševního vlastnictví celními orgány a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1383/2003. čl. 2.

⁴¹KRAUS, 2005. s. 198.

Padělává se v dnešní době už skoro vše, od oblečení, módní doplňky a obuv přes léky, zubní pasty, elektrické zubní kartáčky, mobily, umělecká díla, peníze, nebo součástky do automobilů. Všeobecně nejvíce padělků pochází z Asie, konkrétně z Číny, kde existují „fakemarkety“, obrovské fabriky s tisíce obchody. Několik z nich lze nalézt v Šanghaji. Stejně jako v České republice tamější zákony prodej padělků zakazují. V oblasti léku a dalších přípravků pochází většina falzifikátů opět z Číny, dále z Indie, Pákistánu, Thajska, a ze zemí bývalého Sovětského svazu. Nejčastěji poškozenými subjekty jsou zase obyvatelé USA, Francie, Švýcarska, Itálie, Německa, Japonska, Koreje a Spojeného království.^{42,43,44}

Nejedná se o žádný nový fenomén, historie porušování práv duševního vlastnictví sahá až do 19. století. Ovšem v současné době jsou ztráty několikanásobně větší, mají vliv jak ekonomický, tak i sociální nebo politický. Zlepšila se také kvalita falšování. Nejlépe to je vidět na módním průmyslu. Příklad takových obchodu lze vidět na obrázcích č. 5, č. 6, č. 7 a č. 8. Zde se dříve dal padělek identifikovat vcelku snadno dle kvality šití (nefunkční zipy, barva nití, která nesedí k látce, atp.), dnes je ale detekce mnohem těžší. Imitování není tak zjevné a proto si mohou podvodníci říkat o vyšší cenu. Cenový rozdíl mezi originálem a falzifikátem už také nebývá tak velký, jako dřív.^{45,46}

⁴²<https://www.sukl.cz/padelky-leku-a-nelegalni-pripravky>

⁴³<https://www.idnes.cz/zpravy/archiv/kabelka-vuitton-za-par-korun-a-dalsi-vydobytky-cinskeho-umu>

⁴⁴<https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/spolecna-obchodni-politika-eu/ochrana-prav-k-dusevniimu-vlastnictvi/objem-svetoveho-obchodu-s-padelky-a-s-piratskymi-vyrobky-bohuzel-roste--246436/>

⁴⁵DOBŘICHOVSKÝ, T. *Moderní trendy práv k duševnímu vlastnictví: v kontextu evropského práva, dohody TRIPS a aktivit WIPO*. Praha: Linde, 2004. s. 189.

⁴⁶<http://www.usatoday.com/story/money/business/2014/03/29/24-7-wall-st-counterfeited-products/7023233/>



[obrázek č. 5]



[obrázek č. 6]



[obrázek č. 7]



[obrázek č. 8]

2.2 Způsoby falzifikace

Způsob falzifikace závisí na tom, co se falšuje. Je jich obrovské množství. Základním bodem je najít nejpodobnější materiál, ze kterého je vyroben originál. Co nejlépe okopírovat vzhled a funkce originálu za použití levnějších a méně kvalitních materiálů a součástek. V této podkapitole se budu zabývat falšováním různých ekonomických statků se zaměřením na luxusní zboží módního průmyslu, na které pachatelé dle mého názoru cílí nejvíce, a další.

„Řada oblečení či bot, jak neoficiálně popisují podnikatelé v Číně, se vyrábí přímo v továrnách, které šijí legálně pro známé značky.“ uvádí deník iDnes.cz *„Funguje to tak, že dvě směny vyrábějí legální zboží, načež nastoupí třetí, nelegální noční směna, která vyrábí totéž načerno.“* Běžná situace je také, když bývalí

zaměstnanci továrny okopírují produkt a postaví si svou továrnu, kde vyrábějí stejný produkt. Další způsob je razantnější. „Zločinecké gangy z Číny či Tchajwanu vlastní továrny, které vyrábějí pouze padělky. Příjmy z jejich prodeje pak většinou putuje teroristickým organizacím, podporuje obchod s lidmi a další nebezpečné aktivity. „" uvádí mluvčí českého zastoupení Louis Vuitton Martina Lewis. Podle ní je například vyloučeno, aby se originální kabelky této značky šily na zakázku v Číně. Firma si výrobu zajišťuje výhradně sama a kabelky také prodává výhradně ve vlastních obchodech.⁴⁷

Nespočet padělků pochází také z Turecka, Iránu, apod. Tyto výrobci jsou známí tím, že falšují kabelky a další módní doplňky s přesností 100:100. V Iránu jsem na vlastní oči viděla vystaveny originální kabelky za vitrínou, ale vespod byla spousta nerozeznatelných falzifikátů.

U luxusních brandů, jako je Louis Vuitton, Gucci, Hermés, Prada a další, je několik způsobů a typu jak rozeznat originál od padělku. Uvedu pár příkladů:

- a) Vnitřek padělaných kabelek obvykle nebývá potlačen logem či monogramem (viz obrázek č. 9);
- b) Kapsy falzifikátů obvykle neodpovídají kapsám originálů (zapínání na zip nebo magnetickou sponou, atd.);
- c) Obal padělků většinou neodpovídá úrovni a kráse originálních obalů;
- d) Velmi detailní zpracování originálů (určitý počet stehů na palec, atp.);
- e) Barva padělků bývá o odstín či dva jiná než má originál (viz obrázek č. 10);
- f) Kovové doplňky u originálů jsou vždy z odolného kovu a bývají označeny číslem nebo značkou;
- g) U originálních kabelek lze najít uvnitř datum výroby a sériový kód na datakódě;

⁴⁷<http://www.idnes.cz>

- h) Příliš nízká cena produktu (nejlevnější kabelka Gucci stojí cca 27 tisíc Kč);
- i) Horší kvalita materiálu, jde poznat na uších a poutkách (mačkají se, jsou měkčí, atd.);
- j) Organizace si většinou zajišťují výrobu kabelek sami a také je prodávají výhradně ve vlastních obchodech.^{48,49}



[obrázek č. 9]



[obrázek č. 10]

Dalším způsobem jak rozeznat originál od padělku je aplikace vyvinutá společností Entrupy. Podezřelý padělek je třeba vyfotit, fotografii nahrát do aplikace, a ta pak rozpozná, zda se o padělek jedná či nikoliv. Aplikace má v sobě databázi s více než třemi miliony produktů a jak výrobce uvádí, dokáže

⁴⁸<https://kabelux.cz/jak-rozlisit-original-kabelku-od-fake>

⁴⁹<https://zeny.iprima.cz/moda/navonena-bida-vite-jak-poznat-padelanou-kabelku>

identifikovat materiály, jako je kůže, kov, dřevo i textilie. Pro její používání je potřeba zakoupit jeden z několika nabízených měsíčních plánů (5/20/40 autentifikací, a další) v rozmezí od 99-599 \$. Zajímavé je, že firma účtuje za rozpoznání originality značky Hermés zvlášť 99 \$ za kus výrobku.^{50,51}

Zatímco u padělaných kabelek jde hlavně o ekonomicky hodnotové ztráty, u padělané obuvi může být újma výraznější. Většina z nich jsou špatně ušité, tudíž jsou nepohodlné a prokazatelně ničí nohy majitele.

Jak vidíme v níže přiložené tabulce z Výroční zprávy za rok 2021 České obchodní inspekce (dále jen „ČOI“), v roce 2018 bylo zajištěno skoro 40 tisíc kusů padělků, v roce 2019 skoro 60 tisíc kusů padělků, a v roce 2020 skoro 20 tisíc padělků a v roce 2021 skoro 30 tisíc kusů padělků. Za posledních 10 let největší hodnota originálů zajištěných ČOI dosahovala 207 milionů korun. Evidentní je, že i na výrobce padělků měl Covid-19 špatný ekonomický vliv. Mezi nejvíce padělané luxusní značky za posledních pár let dle různých zdrojů patří bezkonkurenčně:

- a) Yeezy;
- b) Chanel;
- c) Louis Vuitton;
- d) Balenciaga;
- e) Gucci;
- f) Rolex;
- g) Fendi;
- h) Cartier;
- i) Adidas;
- j) Nike;

⁵⁰<https://www.tyden.cz/rubriky/relax/moda-a-styl/original-nebo-padelek-kamera-rozpozna-pravost-kabelky>

⁵¹<https://www.entrupy.com/luxury-authentication/>

k) Michael Kors.^{52,53,54,55}

V České republice jsou to Škoda Auto, Budějovický Budvar, Plzeňský Prazdroj, Kofola, nebo Seznam.⁵⁶

Další velkou skupinou falzifikátů jsou parfémy. V oblasti parfémů se padělek snaží napodobit originál designem flakonu, jeho balení, a samozřejmě vůni samotnou. Výroba parfému je zdlouhavý a nákladný proces, každý parfém má svůj jedinečný „recept“. Přiblížila bych to falzifikátům Coca Coly, kdy chuť se zdá být totožnou při první konzumaci, posléze jde ale cítit rozdíl víc a víc. Stejně je to u vůní, které jsou charakteristicky proměnlivé časem. Padělek parfému voní stejně prvních pár okamžiků, ovšem pak buď úplně odezní, nebo se zcela změní. Častým problémem u padělaných parfémů jsou vysoké koncentrace vonných látek, což může způsobit kontaktní dermatitidu. U originálu je tato šance minimální. Zejmána díky nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1223/2009 o kosmetických přípravcích, které stanoví povolené množství vonných látek. Obsah padělaného parfému i jeho zdravotní rizikovost posuzují hygienické stanice dle Zákona č. 258/2000 Sb. o ochraně veřejného zdraví. Tyto falzifikáty jsou nejčastěji k nalezení na tržnicích nebo u pouličních obchodníků za výrazně nižší cenu než v kamenném obchodě. ČOI chrání spotřebitele na internetu tím, že vede na svém webu seznam rizikových e-shopů.^{57,58,59}

⁵²<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2741366-inspektori-loni-zabavili-padelky-za-temer-100-milionu-korun-falsovalo-se-hlavne>

⁵³https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2022/03/COI_Vyrocní_zprava_2021.pdf

⁵⁴<https://refresher.cz/97649-Top-10-nejfejkovanejsich-luxusnich-znacek-Dokazes-rozeznat-fake-od-praveho-kousku>

⁵⁵<https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/03/socialni-site-pritahuji-padelatele-nejvetsi-obeti-je-louis-vuitton/>

⁵⁶BÁLKOVÁ, 2011. s. 58.

⁵⁷<https://www.parfemy-elnino.cz/encyklopedie-vuni/padelek-parfemu-jak-ho-poznat-od-originalu/>

⁵⁸<https://www.parfemy-elnino.cz/encyklopedie-vuni/originalni-parfemy-vs-levne-napodobeniny/>

⁵⁹<https://www.kupi.cz/magazin/clanek/8399-seznam-padelanych-parfemu-jak-poznate-jestli-mate-doma-skutecne-original>

Falšování peněz bylo dřív jedním z největších nelegálních aktivit. Paděláním peněz se rozumí úplné vyhotovení peněz bez oprávnění, kdy pachatel upravuje peníze, většinou z hodnoty nižší na vyšší. Dělat tak může obkreslením, fotograficky, ražením, odléváním apod. Pachatel může také peníze vytvořit zcela nové, „své“, k čemuž opět nebude mít potřebné oprávnění. Padělanými penězi jsou jakékoli napodobeniny, které vzhledem ke své kvalitě mohou být při udávání za jakýchkoliv okolností zaměněny s penězi pravými. Dokonalý falzifikát peněz vznikne za použití stejné tiskové techniky jako originál bankovky, dokonalého materiálu a co nejpřesnějšího napodobení ochranných prvků. Bankovky jsou tištěny buď na speciální vysoce kvalitní bankovkový papír vyrobený na bázi bavlny, nebo speciální polymerový substrát, který se používá např. v Austrálii, Novém Zélandu nebo Rumunsku. Polymerové bankovky se falšují mnohem hůře než ty bavlněné.^{60,61}

Padělkům uměleckých děl se říká falzum. Falzem nejsou kopie výtvarného díla vytvořených za výukovým nebo studijním účelem, nebo za účelem vystavení kopie, jestliže není možné vystavit originál. V případě kopie, kdy se autor snaží co nejvěrněji napodobit původní dílo, se nenaplnuje zásadní skutková podstata trestného činu padělaní výtvarného díla – „*úmysl, aby nové dílo bylo považováno za původní dílo takového autora*“. Jedním z nejslavnějších falzumů v dějinách malířství je obraz „Emauzští učedníci“ od Hana van Meegerena z roku 1937 (viz obrázek č. 11), jedním z nejslavnějších padělatelů.^{62,63,64}

⁶⁰JELÍNEK, J.; HASCH, K.; NOVÁKOVÁ, J.; SOVÁK, Z. *Trestní právo hmotné. Zvláštní část*. Praha: Eurolex Bohemia, 2003. s. 54-56.

⁶¹<https://www.mesec.cz/clanky/skutečne-pribehy-jak-se-padelaji-penize/>

⁶²ŠÁMAL, P.; GRIVNA, T.; HERCZEG, J.; KRATOCHVÍL, V.; PÚRY, F.; RIZMAN, S.; ŠÁMALOVÁ, M.; VÁLKOVÁ, H.; VANDUCHOVÁ, M. *Trestní zákon: komentář. II. díl*. 6., dopl. a přeprac. vyd. Praha: C. H. Beck, 2004. s. 2760.

⁶³Zákon č. 140/1961 Sb., trestní zákon, § 271.

⁶⁴<https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/vystavu-falzifikatu-umeleckych-del-doplni-nejslavnejsi-padelek-v-dejinach/2150632>



[obrázek č. 11]

Padělky lze nalézt také ve vědě jako je archeologie. Již se prokázaly falzifikáty mumií, jejich hrobky, lebky, a další. Mým oblíbeným případem se stal v roce 2011, kdy tehdejší ruský premiér Vladimir Putin se potopil na dno Černého moře, kde našel dvě antické amfory. V důsledku toho nechal zvýšit výdaje na archeologický výzkum v Rusku. Archeologové ovšem ihned po incidentu označili objev za podvod. Jako hlavní důvody figuroval fakt, že „amfory ležící na dně po tisíciletí ani neobrostly řasami. A navíc, Putin amfory z vody vynesl za ucha, což by u tak starého nálezu nemělo být možné.“ O pár měsíců později tiskový mluvčí premiéra, Dmitrij Peskov, oznámil, že se jednalo o sešranou scénu pro média.⁶⁵

2.3 Falzifikace jako trestní čin

Falzifikace se řadí mezi kriminality ekonomické, které se liší od obecné kriminality tím, že jsou jakýmsi „stínem“ legálních ekonomických aktivit. Ekonomické aktivity mohou být zřetelnějšího charakteru (zřejmé podvody, defraudace) nebo méně viditelné jako je právě porušování duševních práv. Specifikem tohoto druhu kriminality je osobní distance mezi pachatelem a obětí, a

⁶⁵<https://www.national-geographic.cz/clanky/nejvetsi-archeologicke-podvody-v-dejinach-mumie-lebky-i-vestonicka-venuse-20181206.html>

někdy je trestný čin dokonce vnímán jako nutné zlo. Což souvisí právě s tím, že trestná činnost je „*neoddělitelně spojená se svou legální bází a někdy pachatel v jakémsi sebeklamu, považuje své jednání za v zásadě legální či minimálně morálně odůvodnitelné.*“⁶⁶

Neoprávněný zásah do předmětů průmyslových práv může být třemi způsoby:

- a) Neoprávněné využívání předmětů průmyslových práv;
- b) Neoprávněné poskytování práv třetím osobám (poskytnutí licence);
- c) Neoprávněné disponování s předměty průmyslových práv (obchodování a darování).⁶⁷

Není ovšem pravidlem, že v každém případě padělání se jedná o trestní čin. O trestní čin se bude jednat, pokud intenzita porušování práv duševního vlastnictví dosáhne úrovně nebezpečí pro společnost. Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník (dále jen „TZ“) od roku 2010 upravuje trestné činy pod nadpisem „Trestné činy proti průmyslovým právům a proti autorskému právu“. Dle ust. § 268 TZ „*Kdo uvede do oběhu výrobky nebo poskytuje služby neoprávněně označené ochrannou známkou, k níž přísluší výhradní právo jinému, nebo známkou s ní zaměnitelnou nebo pro tento účel sobě něho jinému takové výrobky nabízí, zprostředkuje, vyrobí, doveze, vyveze nebo jinak opatří nebo přechovává, anebo takovou službu nabídne nebo zprostředkuje, bude potrestán odnětími svobody až na dvě léta, zákazem činnosti nebo propadnutím věci nebo jiné majetkové hodnoty.*“ Stejně platí pro neoprávněné užívání cizí obchodní firmy, výrobky neoprávněně opatřené označením původu nebo zeměpisným označením, a pro neoprávněné zasahování do všech ostatních chráněných průmyslových a autorských práv. Pachatel bude potrestán, pokud spáchá trestní čin ve značném rozsahu a získá tím pro sebe nebo pro třetí osobu značný prospěch. V takovém případě je odnětí svobody na šest měsíců až pět let. V případě, že pachatel spáchá trestní čin ve velkém rozsahu a

⁶⁶KOTLÁN, P. *Ekonomická kriminalita očima policejního organu*. Praha: Leges, 2021. s. 12.

⁶⁷VOJČÍK, 2016. s. 82.

získá tím pro sebe nebo pro jiného prospěch velkého rozsahu, posouvá se hranice sazebníku od tří do osmi let.^{68,69}

TZ stanoví mimo výše popsané i trest pro porušování předpisů o pravidlech hospodářské soutěže. Nekalého soutěžního jednání se pachatel dopustí, pokud při účasti v hospodářské soutěži:

- a) Použije klamavou reklamu, která bude klamat spotřebitele;
- b) Použije klamavé označování zboží a služeb, které neodpovídá realitě;
- c) Vyvolává nebezpečí záměny jména osoby či označení nebo úpravy výrobku;
- d) Parazituje na pověsti podniku, výrobků nebo služeb jiného soutěžitele;
- e) Bude podplácet třetí osobu z jakýkoliv důvodů;
- f) Nebo zlehčovat výkon, vlastností výrobku, a uvádět a rozšiřovat další pravdivé údaje, které jsou schopné přivodit soutěžiteli, jehož se zlehčování týká, újmu;
- g) Použije srovnávací reklamy, která je klamavá a nesplňuje podmínky uvedené v ust. § 2980 odst. 2 NOZ;
- h) Poruší obchodní tajemství;
- i) Bude dotěrně obtěžovat jiného soutěžitele, čímž se myslí sdělování údajů o soutěžiteli, nebo nabídka zboží a služeb, s využitím komunikačních prostředků jako je telefon nebo pošta, ačkoliv o to příjemce nestojí;
- j) Ohrozí zdraví spotřebitelů a životního prostředí.^{70,71}

⁶⁸VOJČÍK, 2016. s. 77-81.

⁶⁹TZ, § 268-270.

⁷⁰TZ, § 248.

⁷¹NOZ, § 2976-2987.

Dle NOZ pak má osoba, „jejíž právo bylo nekalou soutěží ohroženo nebo porušeno, může proti rušiteli požadovat, aby se nekalé soutěže zdržel nebo aby odstranil závadný stav.“ Může také požadovat přiměřené zadostiučinění, náhradu škody z důvodu bezdůvodného obohacení. Vymáhání práv z průmyslového vlastnictví pak zákon č. 221/2006 Sb., zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a ochraně obchodního tajemství.⁷²

Ust. § 253 TZ chrání spotřebitele tím, že stanoví: „Kdo na cizím majetku způsobí škodu nikoli nepatrnou tím, že poškozuje spotřebitele zejména tím, že je šidí na jakosti, množství nebo hmotnosti zboží ... bude potrestán odnětím svobody až na jeden rok, zákazem činnosti nebo propadnutím věci.“ Délka sazby u tohoto trestu se pak opět liší dle rozsahu prospěchu a také zda pachatel jednal jako člen organizované skupiny či nikoliv. Ust. § 255 TZ upravuje zneužití „dosud nikoli veřejně přístupnou“ informaci v obchodním styku.⁷³

Velmi důležitým faktorem je zda se je věc falšuje, tzn. pachatel ji jen vyrábí, nebo se dostane do ekonomického oběhu, tzn. pachatel ji prodává. Zákon tyto dvě činnosti záměrně rozděluje a trestá oboje. V případě peněz upravuje TZ jak výrobu a držení padělatelského náčiní (§ 236), tak i neoprávněnou výrobu peněz (§237), nebo jejich padělání (§233) a jejich udávání (§235). Udáváním se myslí uvedení do oběhu. K tomu dochází v okamžiku, kdy výrobek opustí soukromé prostory subjektu, který je padělal.⁷⁴

Vězení hrozí nejčastěji pachatelům, kteří falšují veřejné listiny. Za falešný diplom o absolvování magisterského studia na Pedagogické univerzitě hrozí pachatelce z Plzně až tři roky vězení. V jiném případě soud odsoudil pachatele za

⁷²NOZ, § 2988

⁷³TZ, § 253-255.

⁷⁴VOJČÍK, 2016. s. 81-82.

soustavné a déletrvající padělávání peněz a jejich uvedení do oběhu na sedm let do věznice s ostrahou.^{75,76}

V případech s menším dopadem a rozsahem neoprávněného zásahu pachateli nehrozí vězení. Může mu ovšem hrozit pokuta v řádech milionů korun. V květnu roku 2022 bylo v Pardubicích zadrženo Celní správou zfalšované zboží v hodnotě přibližně pěti milionů korun. Jednalo se o padělky značek Louis Vuitton, Gucci, Harry Potter, Burberry, a další. Majitel musí zlikvidovat zmíněné zboží na vlastní náklady a hrozí mu pokuta ve výši deseti milionů korun. Ve stejném městě zabavila Celní správa padělané zboží podobného charakteru a o měsíc dřív v hodnotě čtrnácti milionů korun. Níže lze vidět souhrnný výčet let 2011-2021 (obrázek č. 12).⁷⁷

Výrobky nebo služby porušující některá práva duševního vlastnictví - meziroční srovnání

Rok	Počet kontrol	Kontroly se zjištěnými závadami	Kontroly se zjištěnými padělkami	Zajištěné padělky v kusech	Hodnota padělků v Kč odhadem v cenách originálů
2011	2 144	1 732	842	86 417	214 681 000
2012	1 642	1 260	552	48 958	122 922 000
2013	1 946	1 444	614	25 486	44 335 000
2014	1 994	1 598	733	65 475	128 993 000
2015	2 414	1 643	474	35 694	101 496 725
2016	2 076	1 452	515	46 619	207 006 430
2017	1 925	1 410	515	38 385	83 946 862
2018	1 914	1 495	554	41 379	92 372 725
2019	1 701	1 257	444	57 576	151 664 346
2020	811	557	213	18 845	32 492 871
2021	699	516	275	29 443	61 764 645

[obrázek č. 12]

⁷⁵<https://karlovarsky.denik.cz/zlociny-a-soudy/falesne-ucitelce-az-hrozi-tri-roky-vezeni-20210315.html>

⁷⁶<https://zpravy.aktualne.cz/regiony/jihomoravsky/soud-poslal-do-vezeni-dvojici-slovaku-keri-zdarile-padelali/r~f4f6a278fd9111e5a5f4002590604f2e/>

⁷⁷https://pardubicky.denik.cz/zpravy_region/chanel-calvin-klein-i-gucci-pardubicti-celnici-znicili-padelky-znamych-znacek-20.html

Jedním z největších odpůrců falzifikace je módní značka Louis Vuitton. Jeden z nejznámějších módních domů má k tomu vytvořené specializované právní oddělení, které se skládá z přibližně šedesáti nejlepších právníků z oblasti ochrany duševního vlastnictví. Právní oddělení podává přes třináct tisíc žalob ročně. Nejvíce jich putuje do Číny, Thajska, Itálie, Koreji a USA. Mediální tým Louise Vuittona své zákazníky důrazně upozorňuje na výskyt padělku, a jak tuto značku nakupovat. Louis Vuitton nepořádá výprodeje, nemá slevy a ani nemá své butiky v outletových resortech. Navíc pracovníci kamenných obchodů odmítají potvrdit autentičnost výrobku, který nebyl zakoupen v nějakém z celosvětových kamenných obchodů.^{78,79}

Výrobci ovšem i přes veškeré překážky našli cestu, jak se legálně inspirovat a také zneužít slávu jiných brandů. Imitace jsou legální napodobeniny, u kterých se autor může otevřeně přihlásit ke zdroji své inspirace. Imitují pouze hlavní rysy a funkce, a snaží se vyvolat podvědomě žádoucí asociace s originálním výrobkem. Aby se výrobci mohli vyhnout označení „padělek“ a případným žalobám ze strany napodobených značek, opatřují si výrobci flakony, krabičky a názvy těchto parfémových imitací viditelnými odlišnostmi.⁸⁰

Existuje tedy opravdu efektivní ochrana práv duševního vlastnictví? V další kapitole se pokusím tuto otázku zodpovědět.

⁷⁸http://www.scottandscottllp.com/main/louis_vuitton_sues_home_shopping_network.asp

⁷⁹<https://pardubicky.denik.cz/zlociny-a-soudy/majitelum-padelku-luxusnich-znacek-hrozi-az-desetimilionova-pokuta-20220516.html>

⁸⁰<https://www.podnikatel.cz/clanky/prodavate-padelky-problem-budete-mit-i-v-pripade-ze-se-k-tomu-priznate/>

3. Právní ochrana proti napodobování výrobků

Téměř jakýkoliv produkt lze opatřit právní ochranou. Každá právní ochrana klade různé podmínky k jejímu účinku. Některá práva vznikají konkrétním činem, registrací či zápisem, u některých začíná běžet ochranná doba okamžikem vzniku díla. Podstatou ochrany práv duševního vlastnictví je právo záповědi. Takové právo zakazuje jiným osobám neoprávněně nakládat s nehmotným statkem. Právní ochrana duševního vlastnictví má značný význam pro celou podnikatelskou sféru, zejména průmysl, sféru služeb a drobného podnikání, stejně tak i pro obchodní styky mezinárodní.^{81,82}

Jak bylo zmíněno, právo u designu chrání pouze její tvůrčí složku, která vytváří vzhled určitého produktu. Vzhled, který vyplývá z technické povahy výrobku či užitého předmětu. Znaky „nutného provedení“ nebo „technického předurčení“, nejsou chráněné. Mimo zákonnou ochranu, může výrobce zabezpečit své produkty proti falzifikacím i jinými způsoby. Jak radí S. Balíková, jedním z nejdůležitějších atributů je materiál výrobku. Předurčuje trvanlivost, kvalitu a účel pro který je vyroben. Může mít také zásadní schopnost odlišit originál od kopie. Nedostupný a limitovaný materiál se bude méně kopírovat, čímž se zamezí případným paděláním. Jako příklad uvádím krokodýlí kůži, kterou značka Hermés používá pro své slavné kabelky. Dalším způsobem je využití speciálních technologií, jako je hologram, plisování, nebo spojení značky v povědomí zákazníků se specifickou nestandardní barvou. Jednou z takových nejvíce zarytých asociací s módním domovem vyvolává zářivě rudá barva, přesněji směs 100 % magenty, 100 % žluté a 10% černé, která se jmenuje „Valentinská červeň“ a je chráněna ochrannou známkou (viz obrázek č. 13).^{83,84}

⁸¹KOUKAL, s. 16.

⁸²JAKL, L. *Úvod do systému právní ochrany průmyslového vlastnictví*. Praha: Metropolitní univerzita, 2010. s. 9,

⁸³KOUKAL, 2012. s. 7.

⁸⁴BÁLKOVÁ, 2011. s. 17-26.



[obrázek č. 13]

Nejspolehlivější ochranou je většinou ochrana zákonná. V oblasti práv k duševnímu vlastnictví působí celá řada orgánů. Ústředním orgánem státní správy České republiky na ochranu průmyslového vlastnictví je Úřad průmyslového vlastnictví (dále jen „ÚPV“), na úrovni nadnárodní je to pak Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví (dále jen „EUIPO“). Ministerstvo kultury České republiky má klíčovou působnost v oblasti autorských práv, kde mimo jiné připravuje legislativu, zajišťuje mezinárodní činnosti, uděluje oprávnění k výkonu kolektivní správy a dozoru nad touto správou. Dalšími orgány jsou Celní správa, Policie České republiky nebo Česká obchodní inspekce, která provádí kontroly právnických a fyzických osob prodávajících nebo dodávajících výrobky a zboží na vnitřní trh. Dále i kontroly subjektů poskytujících služby nebo vyvíjejících jinou podobnou činnost na vnitřním trhu (poskytování spotřebitelského úvěru nebo provozování tržnice). Ministerstvo zemědělství je ústředním orgánem v oblasti odrůdového zkušebnictví, krmiv, agrochemie, půdy a výživy rostlin, osiv a sadby pěstovaných rostlin trvalých kultur (vinohradnictví a chmelařství) a v oblasti živočišné produkce. Kontrolou potravin, surovin k jejich výrobě, zemědělských výrobků a tabákových výrobků se zabývá Státní zemědělská a potravinářská inspekce, a neoprávněné zacházení s léčivy postihuje Státní ústav pro kontrolu léčiv. Mimo jiné do výčtu orgánů patří i soustava soudů, advokátní komora, a další.⁸⁵⁸⁶

⁸⁵JAKL, 2017. s. 267-275.

⁸⁶JAKL, JANSÁ, 2010. s. 94-99.

V Čechách také působí Česká unie proti padělkům, která nabízí služby ověřování originality. Unie „nemá za cíl pouze osvětu, ale chce opravdu a vážně bojovat proti podvodným prodejčům a naopak podporovat ty poctivé.“⁸⁷

3.1 Přehled právní ochrany duševního vlastnictví

Systematika ochrany práv z duševního vlastnictví je navázaná na obecnou systematiku ochrany práv duševního vlastnictví, která je popsána v kapitole 1.5. Ochrana se poskytuje právům průmyslovým, stejně tak jako právům autorskoprávním. V takovém případě hovoříme o formě ochrany „výlučných (absolutních) právech“. Další formou ochrany je forma odpovědnostní, kam spadá ochrana prostřednictvím práva na ochranu proti nekalé soutěži, kterou poskytuje NOZ.⁸⁸

Průmyslově právní ochranu využívá především subjekt, který má zájem využívat nehmotný majetek monopolně na určitém území. Hlavním účelem je dosažení návratnosti vložených prostředků, čemuž falšovatelé překážejí a mají na tom neprávem svůj vlastní zisk. Ochrana průmyslového vlastnictví by tak měla být důležitým zájmem a součástí strategie každého původce.⁸⁹

Autorskoprávní a průmyslově právní ochrana vykazují jak společné, tak i rozdílné znaky. Zejména jde o způsob vzniku ochrany, podmínky a délky jejího trvání, užití předmětu ochrany a jiné. Jeden ze zásadních rozdílů mezi oběma typy ochrany je již zmiňovaný okamžik jejího vzniku, kde autorskoprávní ochrana vzniká samotným vytvořením díla, zatímco u průmyslově právní ochrany se počátek této právní události váže na čin – podání žádosti o registraci. Autorskoprávní ochranu zas původce nemůže převést na třetí osobu. Zatímco u průmyslově právní ochrany je kladeno několik požadavků. AZ jen stanoví, že dílo musí být „vyjádřeno v jakékoli objektivně vnímatelné podobě“ a „je jedinečným

⁸⁷<http://www.cupp.cz>

⁸⁸KOUKAL, 2012. s. 16.

⁸⁹Příručka: Ochrana duševního vlastnictví. 1. vydání. Praha: Hospodářská komora České republiky, 2010. s. 5

výsledkem tvůrčí činnosti autora“, což znamená mimo jiné, že musí být první a jediný svého druhu. Jinak je to u průmyslově právní ochrany, která požaduje od předmětu ochrany určitou úroveň řešení. Autorskoprávní ochrana také nechrání myšlenku jako takovou, nýbrž vnější formu jejího vyjádření. Jako příklad poslouží tato diplomová práce, která je chráněna již v současné chvíli autorským právem, ovšem chráněny nejsou informace nebo metody, které jsou zde uvedené, ale forma vyjádření a sepsání této práce. Průmyslově právní ochrana zná dále vyčerpání práva, se kterým se u autorského práva nedá setkat. Naopak, jedním ze společných znaků obou ochran je určení tvůrce výtvaru, kterým je autor díla či původce vynálezu, užitého vzoru, průmyslového vzoru či topografie polovodičového výrobku. Za další společný znak osobně považuji i požadavek novosti výtvaru, který sice v AZ není výslovně stanoven, ale vyplývá to z ust. § 2 AZ.^{90,91,92}

Ochrana duševních práv je důležitá hned z několika aspektů, jedním z nich je ochrana zdraví. Padělané zboží se ve většině případů vyrábí z nestandardních a levných částí a může obsahovat toxické látky, které mohou vyvolat zdravotní problémy. Častými problémy této oblasti jsou i nucené práce, nevhodné pracovní podmínky, dětské práce, a další.⁹³

Dalšími předměty duševních práv jsou i úprava topografií polovodičových výrobků a odrůdy rostlin. Tato témata vzhledem k zaměření práce nebudou výrazněji rozebírána. V následujících částech kapitoly se budu věnovat jednotlivým způsobům jak chránit výrobky proti falzifikaci, nikoliv prostředkům právní ochrany obecně.

3.1.1 Ochrana průmyslových vzorů

Průmyslový vzor je jedním z nejvýznamnějších forem právní ochrany designu. Používá se hojně zejména v oblasti průmyslového výtvarnictví a

⁹⁰AZ, § 2

⁹¹JAKL, JANSA, 2010. s. 14-15.

⁹²Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví. čl. 9 odst. 2.

⁹³<https://www.liftec.cz/padelani-ve-vyrobe-se-branit/>

návrhářství, patří jak do oblasti umění, tak do oblasti techniky. Ovšem díky osobnímu vkladu tvůrce, jeho osobitému stylu, se průmyslový design přibližuje užitému umění. Základním právním předpisem je zákon č. 2007/2000 Sb., zákon o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ZPV“). Doplněná ochrana je pak poskytována ustanoveními TZ, zákonem č. 250/2016 Sb., zákon o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich zákonem o přestupcích, zákonem č. 634/1992 Sb., zákon o ochraně spotřebitele, zákonem č. 191/1999 Sb., zákon o opatřeních týkajících se dovozu, a zpětného vývozu zboží porušujícího některá práva duševního vlastnictví, a další.^{94,95,96}

ZPV chápe pojem výrobek z širšího pohledu a rozšiřuje jej o úpravu, grafický symbol a typografický znak. Slovo „vzor“ je pojmem historickým, používalo se dříve pro průmyslovou výrobu užitných předmětů ve významu „matrice“ či „formy, zatímco celý pojem „průmyslový vzor“ představuje soubor vzhledových znaků, který tvoří vzhled výrobků. Vzhledové znaky mohou být: linie, obrysy, barvy, tvary, struktury nebo materiály výrobku samotného, nebo jeho zdobení. Příkladem chráněného průmyslového vzoru je obal na tyčinku na rty, patrová postel, nebo židle. Podmínky pro ochranu vzoru právem stanoví ZPV jako „novost“ a „individuální povahu“. První podmínku splní výrobek, jestliže nebyl shodný výrobek zpřístupněn veřejnosti před dnem, kdy se podá přihláška na jeho právní ochranu, či přede dnem vzniku práva přednosti. Novost musí být absolutní, lišit se od ostatních musí v reálných měřítkách. Povaha výrobku musí být natolik individuální, aby vyvolala u informovaného uživatele dojem, že se prezentovaný výrobek celkově liší od výrobků, které jsou již na trhu. Onen okamžik zpřístupnění výrobku je velice důležitý, poněvadž se jedná o okamžik rozhodný pro hodnocení požadavků kladených zákonem. O zveřejnění zboží lze mluvit, pokud byl výrobek zveřejněn na základě zápisu do rejstříku, vystavení nebo užívání v obchodě. V případech zveřejnění porušujících ZPV, se průmyslový vzor pro účely tohoto

⁹⁴SLOVÁKOVÁ, 2006. s. 58-60.

⁹⁵KOUKAL, 2012. s. 25.

⁹⁶HORÁČEK, R.; ČADA, K.; HAJN, P. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2017. s. 259.

zákona nepovažuje za zpřístupněný. Výrobek nebude možné chránit průmyslovým právem, pokud bude v rozporu s veřejným pořádkem, dobrými mravy, nebo bude v kolizi se stejným nebo zaměnitelným průmyslovým vzorem s dřívějším právním oprávněním.^{97,98,99,100}

Dle Důvodové zprávy k zákonu ZPV je průmyslový vzor „...vzhled výrobku a jeho části, který vyplývá z kresby, obrysu, barev, tvaru a textury materiálu výrobku nebo jeho zdobení...“, zatímco „Barva sama o sobě, stejně jako materiál, nemohou tvořit průmyslový vzor, tyto znaky však mohou charakterizovat konkrétní průmyslový vzor a ve spojitosti s dalšími prvky mohou přispět k individuální povaze průmyslového vzoru; totéž pak platí o kombinaci barev v grafickém provedení.“¹⁰¹

Nejspolehlivějším způsobem, jak se bránit proti zásahu do duševních práv, paděláním, je nahlášení svého produktu autorizovanému orgánu – ÚPV. Produkt se nahlásí prostřednictvím písemně podané přihlášky fyzickou či právnickou osobou, která má právo na předmětnou ochranu. Této osobě se říká „původce vzoru“ nebo jeho právní nástupce. Původce ze své podstaty věci je vždy jen fyzická osoba, nebo pokud jich je víc, jsou to pak „spolupůvodce“. Právní nástupce je subjekt, na něhož práva přešla či byla převedena, ale právnickou osobou být může. Původce má osobnostní práva, jako být uveden v přihlášce průmyslového vzoru a zapsán do rejstříku průmyslových vzorů. Souhrnně se jim říká „původcovství“. Podáním přihlášky, která má veškeré předepsané náležitosti, se zahajuje řízení a tímto dnem vzniká přihlašovatelovi právo na přednostní udělení ochrany před ostatními subjekty, které podobný výrobek ještě nepřihlásili na ÚPV. Následně ÚPV prozkoumává přihlášku na splnění formálních podmínek a provádí i vlastní průzkum na splnění podmínek pro udělení ochrany. Jedná se o průzkumový princip, který platí mezinárodně. Po průzkumu přihlášky, v případě, že je ona bezchybná, provede

⁹⁷SLOVÁKOVÁ, 2006. s. 60-62.

⁹⁸zákon č. 207/2000 Sb., zákon o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů. § 3-5.

⁹⁹KOUKAL, 2012. s. 25-26

¹⁰⁰HORÁČEK, ČADA, HAJN, 2017. s. 266-273.

¹⁰¹Důvodová zpráva k zákonu č. 207/2000 Sb., zákon o ochraně průmyslových vzorů.

ÚPV zápis průmyslové vzoru do rejstříku průmyslových vzorů. Dle principu publicity se následně registrovaný předmět zveřejní ve věstníku. Zveřejnění lze odložit z různých strategických důvodů. Průzkumový systém v této oblasti ochrany duševních práv není v Evropě jednotný a liší se země od země. V České republice činí ochranná doba pět let od data podání přihlášky. Prodloužit o dalších pět let je možné dohromady pětkrát, tzn. celková nejdelší možná doba ochrany může být ve výsledku dvacet pět let.^{102,103}

Zapsaný průmyslový vzor se využívá především v oblasti automobilů, šperků, nábytku nebo hraček. Dle ust. § 19 odst. 2 ZPV práva ze zapsaného průmyslového vzoru platí zpětně ode dne podání přihlášky. Po zápisu práva má vlastník průmyslového vzoru výlučné právo užívat průmyslový vzor, bránit třetím osobám v jeho užívání, právo poskytnout licenci k užívání a průmyslový vzor bez omezení převést na třetí osobu. Tato práva mohou být také omezena ze zákona, jedná se taxativní výčet uvedený v ust. §23 odst. 1. Práva vyplývající ze zapsaného průmyslového vzoru se nevztahují na jednání třetích osob uskutečněná pro neobchodní účely, nebo pro experimentální účely, nebo „...*jednání třetích osob spočívající v reprodukci pro účely citace nebo výuky, za předpokladu, že tato jednání jsou slučitelná s poctivou obchodní praxí a nejsou nepřiměřená na úkor řádnému užívání průmyslového vzoru a že je uveden zdroj.*“ Také se nevztahuje na zařízení lodí a letadel, které jsou registrované v jiných zemích, ale dostanou se přechodně na území České republiky, stejně tak jako oprava takového dopravního prostředku a dovoz náhradních dílů a příslušenství.^{104,105,106}

Institut průmyslového vzoru Společenství přináší „nezapsaný průmyslový vzor“, jakožto alternativu pro majitele práv, kterému vzniká velké množství vzorů v krátkém časovém úseku. Takové výrobky mají většinou i krátkou životnost na trhu. Jedná se převážně o předměty módního návrhářství. Jak již napovídá název, ochrana nevzniká na základě udělení či registrace vzoru u zápisného úřadu a má

¹⁰²JAKL, 2017. s. 170-184.

¹⁰³SLOVÁKOVÁ, 2006. s. 62-66.

¹⁰⁴HORÁČEK, ČADA, HAJN, 2017. s. 277.

¹⁰⁵KOUKAL, 2012. s. 18.

¹⁰⁶ZPV, § 23.

zcela odlišný právní systém. Je ovládán zásadou neformálnosti a podobá se víc autorskému právu. Počátek běhu právní ochrany je zcela odkázán na okamžik zveřejnění. Předmět takové ochrany nemusí splňovat požadavek originality.
107,108,109

Průmyslové vzory jsou práva nadnárodní legislativou jaksi „opomíjeny“. V jednotlivých státech se proto právní úprava liší daleko více než např. úprava práva patentového. V USA je definice pojmu „design“ následující: „*The design for an article consists of the visual characteristics embodied in or applied to an article. Since a design is manifested in appearance, ...configuration or shape of an article, to the surface ornamentation applied to an article, or to the combination of configuration and surface ornamentation.*“ Ve volném překladu: „*Design předmětu (průmyslový vzor) se skládá z vizuálních charakteristik ztělesněných v předmětu nebo aplikovaných na předmět. Vzhledem k tomu, že se design projevuje ve vzhledu, ...uspořádáním nebo tvarem výrobku, v povrchovém zdobení aplikovaném na předmět nebo v kombinaci uspořádání a povrchového zdobení.*“ Pro porovnání v Japonsku definice průmyslového vzoru se vztahuje na tvar, vzorek, barvu nebo jakákoliv jejich kombinace výrobku, včetně části výrobku, který působí estetickým dojmem. Další podobu definice pojmu průmyslového vzoru lze nalézt ve Směrnici 98/71/ES, která za průmyslový vzor považuje vzhled výrobku nebo jeho části spočívající mimo jiné i v struktuře nebo materiálech výrobku samotného nebo jeho zdobení. Hraje to velkou roli v módním průmyslu.^{110,111}

3.1.2 Ochrana autorskoprávní

Druhý nejčastější způsob ochrany je autorskoprávní. Jedná se ovšem o mnohem menší procento výskytu, výrobek totiž v mnoha případech nenaplnuje

¹⁰⁷HORÁČEK, ČADA, HAJN, 2017. s. 291-292.

¹⁰⁸BALÍKOVÁ, 2011. s. 11.

¹⁰⁹KOUKAL, 2012. s. 42.

¹¹⁰KOUKAL, 2012. s. 26-27.

¹¹¹<http://uscode.house.gov/download/pls/17C1.txt>

definiční znaky autorského díla (viz kapitola 3.1). Jde převážně o díla užitého umění.¹¹²

Jak již bylo zmíněno v kapitole 1.5.2, autorskoprávní ochrana chrání autorská práva a práva výkonných umělců, kam patří nehmotné statky vznikající při umělecké tvorbě, vědeckém bádání či uměleckém projevu, také práva, která vznikají v souvislosti s přenášením autorských děl, resp. výkonů. Taková práva patří výrobcům zvukových a zvukově-obrazových záznamů. Dále chrání práva rozhlasového a televizního vysílatele nebo grafický design. Autorským právem je chráněn vnější vzhled, který má výrazně umělecký charakter.^{113,114,115}

Autorskoprávní ochrana nastává vytvořením díla a jeho vyjádřením v jakékoliv objektivně lidskými smysly vnímatelné podobě. Je ale důležité pochopit, že dílem není námět díla sám o sobě. Důležitým ustanovením zákona AZ pro módní průmysl je hned ze začátku ust. § 2 odst. 2. Kromě obecného popisu a stanovení podmínek pro pojem „dílo“, AZ konkrétně za dílo považuje fotografie a výtvar vyjádřený postupem podobným fotografii, které jsou původní v tom smyslu, že jsou autorovým vlastním duševním výtvozem. V posledních pár letech se ochrany práv fotografií chopil hojný počet advokátních kanceláří, které vyhledávají v internetových prostorech porušení těchto práv a vymáhají je formou „finance litigation“.^{116,117,118}

Ochrana daná AZ je jediná ochrana duševního vlastnictví, která vzniká automaticky, bez jakéhokoliv předchozího procesu. Její účinky ale nastávají až jejím vyvoláním a vymáháním svých práv daných zákonem. Nevýhodou je, že není žádný rejstřík, který by pojímal veškeré vytvořené právo na světě. Je proto velice důležité náležitým a dokazatelným způsobem zaznamenat zrod díla, nebo jeho případné zveřejnění. Také pozbytí autorskoprávní ochrany není tak jednoduché. AZ

¹¹²KOUKAL, 2012. s. 8.

¹¹³TAMTÉŽ, 2012. s. 17.

¹¹⁴BÁLKOVÁ, 2011. s. 9-11.

¹¹⁵HORÁČEK, ČADA, HAJN, 2017. s. 260.

¹¹⁶JAKL, 2017. s. 179.

¹¹⁷TAMTÉŽ, 2017. s. 207-209.

¹¹⁸AZ. § 2.

například stanoví, že zničením věci, jejímž prostřednictvím je dílo vyjádřeno, právo k autorskému dílu nezaniká. V případě materiálních práv se jedná o dobu sedmdesát let po smrti autora, zatímco osobnostní práva zanikají smrtí autora (viz. kapitola 3.1.2.).^{119,120}

Postavení AZ v módním průmyslu není zcela jednoznačné. Společnosti, které vyrábějí masově, jejichž oblečení je podobné, či se nijak neliší od oblečení jiných návrhářů, využít autorské právo nemohou. Avšak dvoumetrové šaty, nad kterými návrhář strávil desítky hodin, a mají velmi specifickou podobu, kterou je spotřebitel schopen rozlišit od jiných. Takový módní oděv se bude chránit autorskoprávní ochranou a nejspíš i ochranou průmyslově právní. Avšak velký význam má autorskoprávní ochrana díky své způsobilosti chránit i pouze část díla. Tak může být oděv jako celek chráněn jen průmyslovým právem, zatímco jedinečně vymyšlený knoflík může mít jak ochranu průmyslově právní tak i autorskoprávní.

3.1.3 Ochrana známkoprávní

Ochranu známkoprávní je obsažena v této práci převážně kvůli ochraně grafického designu – loga. Logo má v módním průmyslu velký význam. S nadsázkou lze říct, že velkou většinu výrobků by bez svého loga výrobci nikdy neprodali. Zcela určitě ne za nabízenou cenu. Některé módní domy na svou pověst, značku a následně logo hodně dbají. Návrhář nejdřív pracuje pro logo, logo následně „pracuje“ pro něj. Jedná se o jeden z předmětů práva duševního vlastnictví. Pojem „logo“ v českém právním řádu není právně vymezen. V užším pojetí se jedná o obrazovou nebo kombinovanou ochrannou známku zapsanou v rejstříku ochranných známek. Logo musí zajistit individualizaci subjektu a jeho produktů a musí být nezaměnitelné.^{121,122}

¹¹⁹JAKL, JANSÁ, 2010. s. 16.

¹²⁰JAKL, 2017. s. 207-218.

¹²¹BÁLKOVÁ, 2011. s. 11.

¹²²VOJČÍK, 2016. s. 33-40.

„Zapsaná ochranná známka představuje komplex soukromých subjektivních práv a povinností, který ve svém souhrnu představuje nehmotnou věc v právním smyslu.“ Ochranné známky se řídí zákonem č. 441/2003 Sb., zákon o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách). Může jí být jakékoliv označení, zejména slova, včetně osobních jmen, barvy, kresby, písmena, číslice, tvar výrobku nebo jeho obal nebo zvuky. Takové označení musí být způsobilé odlišit výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby a být vyjádřeno v rejstříku ochranných známek. Ze zápisu jsou dle rozhodnutí ÚPV 0-131254/9-8- 2001 vyloučena označení obsahující jména osob, které se určitým způsobem zasadily o dění v současném světě, „...*neboť jejich použití v ochranné známce by se přičilo obecnému zájmu, resp. zájmu společnosti.*“ Funguje zde princip formality spolu s průzkumným principem. Přihláška se podává na ÚPV, platnost ochranné známky je deset let od data podání přihlášky. Platnost lze prodlužovat vždy o dalších deset let až do neomezení.^{123,124,125}

Ochrannou známkou lze chránit i prvek oděvu či barvu (např. Tiffany Blue nebo spony na boty Salvatore Ferragamo) Pro nejpůsobivější ochranu je potřeba použít co nejvíce zákonem daných prostředků. Proto módní domy registrují vše, i ty nejmenší detaily, které lze ochránit zákonem.

3.2 Vymáhání práv

Kromě práva užívat průmyslový vzor či ochrannou známku se může majitel práva také domáhat u soudu zákazu rušení svých práv k odstranění následků jejich porušení a požadovat, aby soud nařídil zničení výrobků. Průmyslová práva chrání zákon č. 221/2006 Sb., zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a ochraně obchodního tajemství. Dle tohoto zákona může oprávněná osoba vůči

¹²³ÚPV 0-131254/9-8- 2001

¹²⁴KOUKAL, 2017. s. XXX-XXXI.

¹²⁵<https://upv.gov.cz/prumyslova-prava/ochranne-znamky>

osobě ohrožující nebo porušující její právo domáhat u soudu toho, aby se zdržel takového jednání. Může také požadovat, aby následky ohrožení nebo porušení byly odstraněny. Poškozovatel tak může učinit buď stažením nebo trvalým zničením výrobků porušující právo duševního vlastnictví, nebo materiálů, nástrojů a zařízení určených nebo používaných výlučně nebo převážně při činnostech porušujících nebo ohrožujících toto právo. Městský soud v Praze, věcně příslušný soud, může na návrh porušovatele práv také nařídit zaplacení peněžního vyrovnání oprávněné osobě. Kromě toho může oprávněná osoba požadovat vůči třetí osobě, která držela zboží nebo užívala službu porušující právo, informace o původu a distribučních sítích zboží či služeb, kterými je porušováno právo.^{126,127}

Autorské právo chrání AZ. Ustanovení § 40 přiznává autorovi nárok na uznání autorství, ochranu proti neoprávněnému jednání či ohrožení jeho práva, včetně hrozícího opakování. Odstranění následku zásahu do práva, poskytnutí přiměřeného zadostiučinění za způsobenou nemajetkovou újmu, a zákaz poskytování služby, kterou využívají třetí osoby k porušování nebo ohrožování práva autora. Stejně jako u ochrany průmyslových práv, může autor i dle AZ požadovat od třetích osob sdělení údajů o způsobu a rozsahu neoprávněného užití, o původu neoprávněně zhotovené napodobeniny díla, a další.¹²⁸

Důvodů, proč se domáhat vymáhání prav duševního vlastnictví je velká řada. Ušlý zisk je jeden z největších důvodů. Dle rozhodovací praxe se za ztrátu zisku považuje 50% zisku, kterého dosáhl porušovatel. Závisí to na mnoha faktorech, jako podílu předmětu ochrany, podíl na prodeji výrobku nebo poskytování služeb, a další. Dále je ohrožená pověst společnosti, kterou výrobci padělaných věcí s nižší kvalitou výrazně poškozují. Menší rozsah prodeje zboží, který způsobuje lehká dostupnost kopie výrobku za mnohonásobně menší cenu.

¹²⁶SLOVÁKOVÁ, 2006. s. 74-75.

¹²⁷Zákon č. 221/2006 Sb., zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a ochraně obchodního tajemství. § 4.

¹²⁸AZ, § 40.

Důvodů je nespočet a jedná se o zásah do podnikání subjektu jako v jakékoliv jiné oblasti.¹²⁹

Módní návrháři žalují neznámé výrobce, které záměrně produkuje nepovolené napodobeniny a vystavují je za své. Velké množství sporů vedou i s módními domy, s řetězci módních značek určených pro střední vrstvu obyvatelstva jako jsou H&M nebo FOREVER21. Jeden z nejznámějších sporů vedli Marks & Spencer a Jimmy Choo, kde musel Marks & Spencer zaplatit odškodné za prodej padělaných výrobků. Značka Chloe žalovala značku Topshop kvůli napodobenině žlutých šatů z kolekce Chloe. Přiznaná pokuta činila třináct tisíc liber. Topshop musel zničit víc jak dva tisíce šatů. Jako odškodnění v kauze s padělkem v americké maloobchodní síti přiznal americký soud módnímu domu Versace dvacet milionů dolarů. Další problémovou skupinou jsou platformy s aukčními síněmi (eBay, Aliexpress), které odmítají omezit prodej padělků, čímž se také mimo jiné proslavily. Spory proti eBay vyhrály společnosti jako Louis Vuitton, které soud přiznal odškodnění ve výši 38,6 milionů eur, nebo společnosti Rolex, Dior a Hermés. Spory v této oblasti jsou velmi právně náročné a jedná se o drahou záležitost. Jedná se ale o nevyhnutelnou investici. Většina módních domů má své právní oddělení, které se zabývá jen falzifikací jejich výrobků. Louis Vuitton tak ročně zahajuje přes deset tisíc soudních řízení v této oblasti.^{130,131,132}

V příloze č. 3 lze nalézt způsob, jak výrobek falzifikovat na 90 %, ale vyhnout se zákonnému postihu (místo značky Michael Kors, Michael Michael).

¹²⁹BÁLKOVÁ, 2011. s. 67.

¹³⁰<https://www.designweek.co.uk/issues/december-2006-online/jimmy-choo-invokes-design-rights-over-ms-bag/>

¹³¹BÁLKOVÁ, 2011. s. 69-73.

¹³²http://www.scottandscottllp.com/main/louis_vuitton_sues_home_shopping_network.as

3.3 Mezinárodní ochrana a některé aspekty ochrany v cizích zemích

Právní ochrana předmětů duševního vlastnictví mimo tuzemské právní úpravy jednotlivých států vychází i z ustanovení mezinárodních smluv a principů v nich zakotvených. Na mezinárodní úrovni se ochranou práv duševního vlastnictví zabývá především Světová organizace duševního vlastnictví (anglicky: World Intellectual Property Organization, dále jen „WIPO“). V současné chvíli je součástí WIPO 193 členských států, včetně České republiky, Arménie, Vietnamu, a dalších. Jak píše organizace na svých stránkách, jejím posláním je vést vývoj vyváženého a efektivního mezinárodního systému duševního vlastnictví, který umožňuje inovace a kreativitu ve prospěch všech. Organizace je řízená od roku 1967 Úmluvou WIPO.^{133,134}

Na základě Dohody o zřízení světové obchodní organizace byla roku 1995 založená Světová obchodní organizace (anglicky: World Trade Organization, dále jen „WTO“). Z mnoha cílů, které WTO sleduje, jsou zvýšení životní úrovně, zvýšení výroby a obchodu se zbožím, dosažení nejvyššího možného optimálního nakládání se světovými zdroji, záměr pomoci rozvojovým zemím k lepšímu ekonomickému růstu a vytváření mezinárodních dohod pro efektivnější ochranu průmyslových práv.¹³⁵

Mezinárodní smlouvy lze vnímat jako vrchol pyramidy složené z právních norem. Určují minimální mezinárodní standard práv skrze mezinárodněprávní závazky členských států a mají podstatný význam při sjednocování interpretace. Zde budou uvedené jedny z nejdůležitějších.¹³⁶

Významnou funkci plní Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví (dále jen „PUÚ“), která byla odepsaná v roce 1883. Tím byl zahájen

¹³³JAKL, L. *Úvod do systému právní ochrany průmyslového vlastnictví*. Praha: Metropolitní univerzita, 2010. s. 9.

¹³⁴www.wipo.int

¹³⁵<http://www.osn.cz/wp-content/uploads/2015/04/WTO-zalozeni.pdf>

¹³⁶SRSTKA, BARTÁK, DOBŘICHOVSKÝ, 2019. s. 378-379.

nejvýznamnější počátek systému průmyslově právní ochrany ve světě. PUÚ mimo jiné harmonizuje průmyslová práva na ochranu technických řešení patentů, práv na označení a sjednocuje rozhodovací praxi členských zemí, a stanoví některé principy průmyslového vlastnictví:

- a) Princip mezinárodního práva priority – jedná se o přednostní právo pro řádné přihlašovatele, kteří podali přihlášku průmyslového vlastnictví jako první, vůči ostatním;
- b) Princip národního zacházení – *„příslušníci každé unijní země požívají, pokud jde o ochranu průmyslového vlastnictví, ve všech ostatních unijních zemích týchž výhod, které příslušné zákony poskytují nebo poskytnou příslušníkům vlastního státu bez újmy práv zvláště stanovených touto Úmluvou.“*;
- c) Princip nezávislosti udělených patentových ochran – *„Patenty, o než bylo žádáno v jednotlivých unijních zemích příslušníky Unie, nebudou závislé na patentech, jichž bylo dosaženo pro týž vynález v jiných zemích, ať unijních nebo neunijních.“*;
- d) Princip práva na patent a na uvedení jména původce;
- e) Princip odepření nebo zrušení patentu z důvodu nedovoleného prodeje – *„udělení patentu nesmí být odepřeno, patent nesmí být zrušen z důvodů, že prodej patentovaného výrobku nebo výrobku, k němuž se dospěje patentovaným postupem je národním zákonodárstvím vyloučen nebo omezen“*;
- f) Princip nucených licencí a předepsaného užití vynálezu – principem je zabránit zneužívání výlučného práva z patentu, tzn. jeho neužívání;
- g) Princip poshovění pro zaplacení udržovacího poplatku – lhůta, během které se na právo hledí jako platné, při nezaplacení poplatku ani po vypršení lhůty, právo zaniká retroaktivně od začátku jejího plynutí;

a další.^{137,138,139,140}

V čl. 1 zakládá Unii na ochranu průmyslového vlastnictví (dále také jako „Unie“).

L. Jakl uvádí, že „Pařížská úmluva zahrnuje mezi předměty ochrany průmyslového vlastnictví vynálezy, ochranné známky, průmyslové vzory, užité vzory (v některých zemích uváděné jako „malé patenty“), obchodní jméno, označení původu a potlačování nekalé soutěže.“ Mimo jiné reguluje také práva a povinnosti členských států a vytváří orgánů Unie.^{141,142}

Základní autorskoprávní mezinárodní smlouvou je Bernská úmluva o ochraně děl literárních a uměleckých, také známá jako „Revidovaná úmluva bernská“ (dále jen „RÚB“). Byla podepsaná v roce 1886 na konferenci pod vedením Victora Hugo a dala základ pro ochranu všech děl z literární, vědecké a umělecké oblasti a zajistila mezinárodní význam autorských práv. RÚB obsahuje řadu norem schopných bezprostřední aplikace (tzv. „self-executing normy“). Chrání díla uveřejněná, i neuveřejněná, přiznává autorům výlučná práva dávat svolení ke kopírování, překladu, veřejnému provozování, vysílání televizí či rozhlasem, a dalším činnostem.^{143,144}

Základní opatření ochrany duševního vlastnictví stanoví Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (anglicky: Agreement on Trade-Related Aspect of Intellectual Property, dále jen „TRIPS“). Jedním z cílů, který TRIPS sleduje, je zmenšit deformace a překážky mezinárodního obchodu, podporovat účinnou a přiměřenou ochranu práv k duševnímu vlastnictví a zajistit,

¹³⁷JAKL, 2017. s. 19.

¹³⁸<http://www.osn.cz/wp-content/uploads/2015/04/Parizska-umluva.pdf>

¹³⁹YU, P. *Currents and Crosscurrents in the International Intellectual Property Regime. Loyola of Los Angeles Law Review*, 2004. s. 352–353.

¹⁴⁰BODENHAUSEN, G. H. *Guide to the Application of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property*. Ženeva: WIPO Publications, 1967. s. 80.

¹⁴¹JAKL, 2017. s. 34-35.

¹⁴²<http://www.osn.cz/wp-content/uploads/2015/04/Parizska-umluva.pdf>

¹⁴³SRSTKA, BARTÁK, DOBŘICHOVSKÝ, 2019. s. 385-386.

¹⁴⁴Bernská úmluva o ochraně děl literárních a uměleckých.

aby se opatření a postupy k dodržování práv k duševnímu vlastnictví nestaly překážkami oprávněného obchodu. TRIPS pojímá pojem „duševní vlastnictví“ více ze široka než PUÚ. Zahrnuje do něj i nezveřejněné informace a integrované obvody (v Čechách označované jako „polovodičové“). Jedná se o nejdůležitější a nejkomplexnější mnohostrannou dohodu, která upravuje ochranu práv k duševnímu vlastnictví ve vztahu k mezinárodnímu obchodu. Hraje ústřední roli při usnadňování obchodu a řešení obchodních sporů o duševní vlastnictví. TRIPS spravuje WTO.^{145,146,147}

Na TRIPS pak navazuje Obchodní dohoda proti padělení (anglicky: Anti-Counterfeiting Trade Agreement, dále jen „ACTA“). ACTA vytváří nový mezinárodní nástroj k potírání pirátství a padělatelství, reflektuje současné trendy, nastavuje nové standardy efektivních opatření pro vymáhání ochrany práv duševního vlastnictví. *„Dohoda ACTA si klade za cíl, vytvořit komplexní mezinárodní rámec, který bude pomáhat smluvním stranám dohody v jejich úsilí k účinnému boji proti porušování práv duševního vlastnictví, zejména šíření padělení a pirátství, které poškozují legitimní obchod a udržitelný rozvoj světové ekonomiky.“* Příklady výhod, které ACTA přinese, jsou rychlá identifikace a zastavení činnosti pachatele, zajištění prostředků k provádění kriminálního vyšetřování a následného zatýkání, umožnění vedení prohledávání a vyšetřování proti osobám, které nejsou důvodně podezřelé, a další. Dohoda je ovšem i kritizovaná, převážně protože je pojata velmi jednostranně a nevyváženě a řeší pouze zájmy držitelů práv a jejich vymáhání, nikoliv zájmy spotřebitelů, uživatelů, autorů a interpretů. Mimo jiné také slučuje pojmy „padělení“ a „kopírování“.^{148,149,150}

¹⁴⁵JAKL, JANSÁ, 2010. s. 32-33.

¹⁴⁶<https://www.mpo.cz/dokument20974.html>

¹⁴⁷https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm

¹⁴⁸BÁLKOVÁ, 2011. s. 62-66.

¹⁴⁹<https://www.mpo.cz/dokument73001.html>

¹⁵⁰www.europa.eu

3.3.1 Některé aspekty ochrany v cizích zemích

Zákonná ochrana duševního vlastnictví, stejně jako každé jiné právní ochrany, se liší na základě právního systému státu, ve kterém takové právo vzniká. Například v některých zemích se vzor textilu a látek chrání autorským právem. Jedná se ale o ojedinělé případy (Velká Británie), v mnoha případech se dá chránit jen takový vzor, který se dá považovat za umělecké dílo. Rozdílná je i doba ochrany průmyslového vzoru, která bývá v rozhraní mezi 10 a 25 lety. Autorské právo zase trvá po dobu života autora a dále v rozhraní 50 až 70 let po jeho smrti.^{151,152}

Portál Business.info uvádí k situaci v Itálii následující: „*Ochrana práv duševního vlastnictví v Itálii odpovídá standardům zemí EU. Při pouličním stánkovém prodeji je však možné se setkat s kopiemi spotřebního zboží známých značek. Ochrana duševního vlastnictví je v Itálii upravena zákonem č. 30 z 10. února 2005 „Kodex průmyslového vlastnictví“. Vedením agendy ochrany duševního vlastnictví je pověřeno Ministerstvo hospodářského rozvoje Itálie.*“ Nejvíce se v Itálii falšuje oblečení, módní doplňky, CD, DVD, kosmetika, parfémy a další. Padělky lze nalézt na mnoha místech: kamenné obchody, na ulicích, na plážích a podobně. Z určitého hlediska má tak obsáhlá forma falzifikace především luxusního zboží i důvod v tom, že se jedná o „matku“ módního průmyslu. Na problematiku oblasti ochrany duševního vlastnictví upozorňuje i Ministerstvo průmyslu a obchodu, konkrétně na zákonné postihnutí nákupu padělků. Sankce je zakotvena ve vyhlášce č. 35/2005, také jako „Vyhláška o konkurenceschopnosti“, která stanoví přísnější sankce pro výrobce, prodejce, i přijímání kradeného zboží. Sazba se pohybuje v rozmezí 500 - 10 000 EUR. Ministerstvo průmyslu a obchodu mimo peněžité sankce přináší jako důvody pro zdržení se nákupu padělků také i morální („je vhodnější nepřispívat k podporování černého trhu a vykořisťování lidské práce - často jsou zaměstnávány děti“), zdravotní („u padělaných výrobků mnohdy neexistuje nezbytná kontrola výrobního procesu ani surovin“), neexistující

¹⁵¹BÁLKOVÁ, 2011. s. 66.

¹⁵²<https://www.gov.uk/government/publications/copyright-notice-knitting-and-sewing-patterns/copyright-notice-knitting-and-sewing-patterns>

zárukou a rozdílem kvality výrobku mezi originálem a falzifikátem („úroveň kvality bývá velice nízká, jelikož výroba často probíhá v neuspokojivých hygienických podmínkách a s použitím druhořadých surovin“). V podpoře prevencí věnuje mimo jiné svůj čas i Evropské spotřebitelské centrum. Kromě módní oblasti se lze setkat i s paděláním olivového oleje, kdy v roce 2008 italská policie zadržela dvacet pět osob a 25 000 litrů podřadného oleje.^{153,154,155,156}

V USA jsou práva duševního vlastnictví chráněná na obdobné úrovni, jako jsou chráněná na mezinárodní rovině WIPem. Příslušná zákonná opatření lze nalézt v hlavě 17 sbírky zákonů USA a v hlavě 37 sbírky federálních nařízení. Zásadní rozdíl spočívá v tom, že právo USA neupravuje průmyslová práva jako samostatnou oblast práva. Jsou obsažena v Lanhamově zákoně, který rozlišuje „trademark“ (obyčejná ochranná známka, která chrání konkrétní produkt), ochrannou známku pro služby, zeměpisné označení, obchodní názvy, názvy domén, kolektivní ochranné známky a certifikační znaky. Dále také nezná institut užitého vzoru, který spadá pod patentové právo. Kromě patentů rozlišuje právo USA ochranné známky. Patent lze získat buď designerský, užitný nebo rostlinný. Designerský patent chrání jakákoliv grafická označení na výrobku i jeho návrhu, zatímco ten užitný se dá přirovnat k oněm průmyslovým právům. Dalším rozdílem je, že federální předpisy neuznávají osobnostní práva autora. USA mimo jiné vydává jednou ročně zprávu, které se nazývá „Watch list“. V ní se hodnotí stav ochrany a vymáhání práv k duševnímu vlastnictví ve světě. Na takovém watch listu z roku 2015 byly např. Alžírsko, Argentina, Chile, Čína, Indie, Indonésie, Rusko, Thajsko, Ukrajina, Venezuela, z evropských zemí pak Bulharsko, Řecko a

¹⁵³<https://www.businessinfo.cz/navody/italie-souhrna-teritorialni-informace/2/#5.4>

¹⁵⁴BÁLKOVÁ, 2011. s. 88-90.

¹⁵⁵<https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/pozor-pri-nakupu-v-italii-na-padelane-vyroby!--20303/>

¹⁵⁶<https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/1456867-italska-policie-rozbila-sit-padelatelu-olivoveho-olej>

Rumunsko. Česká republika byla na watch listu naposledy v roce 2009, což svědčí o zlepšení tuzemské situace.^{157,158,159}

Na portálu Ministerstva zahraničních věcí České republiky se uvádí, že: „*Prostředí ochrany duševního vlastnictví v Číně se ovšem postupně reformuje a dobrou zprávou je, že pro základní orientaci v něm nemusí malé a střední podniky z Evropské unie a tedy i Česka vydávat prostředky na komerční právní služby, ale mohou využít bezplatného servisu.*“ Momentálně základními právními předpisy působícími v Číně v oblasti ochrany duševního vlastnictví jsou:

- a) Patentový zákon;
- b) Zákon o obchodních známkách;
- c) Zákon o copyrightu;
- d) Nařízení o ochraně počítačového software;
- e) Opatření na ochranu nových odrůd rostlin;
- f) Nařízení na ochranu produktů se zeměpisným označením.^{160,161}

Situaci v Číně popisují dokumenty vydané Ministerstvem zahraničí a Ministerstvem průmyslu a obchodu, které mimo to také poskytují kontakty a místa, kde se lze ochrany duševních práv domoci. Jedním z příkladů snahy o zlepšení situace lze nalézt ve městě Kchun-ming, kde místní vydavatelství zřídilo registrační kancelář pro autorská práva. Důvodem k tomu bylo četné fotografování a videozáznamy tamních kvetoucích stromů. Pomáhali autorům ihned a na místě registrovat autorská práva na výsledky jejich tvůrčí činnosti - jejich uměleckého díla. Mimo to Čína také zvýšila tresty za porušení práv duševního vlastnictví.

¹⁵⁷<http://www.wipo.int/wipolex/en/outline/us.pdf>

¹⁵⁸<http://www.uspto.gov/patents/index.jsp>

¹⁵⁹<https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/spolecna-obchodni-politika-eu/ochrana-prav-k-dusevnimu-vlastnictvi/dusevni-vlastnictvi-je-v-cesku-dobre-chroneno--potvrzuj-i-ameriane--174163/>

¹⁶⁰MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. Informace o možnostech ochrany duševních práv v Číně. Příloha 1.

¹⁶¹<https://www.export.cz/nazory-a-analyzy/jak-ochranit-dusevni-vlastnictvi-v-cine/>

Evropská unie od roku 2008 zřídila kancelář China IPR SME Helpdesk, službu, která má za úkol „prevenci možných problémů“, které mohou vzniknout u podniků z EU. Mimo to China IPR SME Helpdesk průběžně sleduje vývoj čínské legislativy, pořádá příslušné výukové semináře a poskytuje individuální poradnu v jakýchkoliv otázkách podniků v oblasti ochrany práv duševního vlastnictví. Dalším dobrým příkladem jsou nezaměnitelné žetony (dále jen „NFT“), což jsou digitální obrázky s ochranou IP. Čínská národní správa duševního vlastnictví (dále jen „CNIPA“) rozdala zdarma 20 tisíc NFT, do kterých zabudovala technologii založenou na blockchainu, aby každý z jeho vlastníků dostal své jedinečné dílo. Tím se snažila CNIPA získat pozornost mladých lidí.^{162,163,164,165}

Příklady výsledných děl je možné vidět níže, viz obrázek č. 14 :



[obrázek č. 14]

V souvislosti této kapitoly je třeba také zmínit pojem „tarde dress“. Je to zvláštní právní úprava propojující ochranu průmyslového vzoru, ochranné známky a prostředky nekalé soutěže. Poskytují jí např. USA a Velká Británie. Pojem

¹⁶²<https://czech.cri.cn/society/3887/20220427/752849.html>

¹⁶³<https://www.patria.cz/zpravodajstvi/4279412/cina-se-zameruje-na-ochranu-dusevniho-vlastnictvi-prinese-to-pokrok-s-usa.html>

¹⁶⁴<https://www.export.cz/nazory-a-analyzy/jak-ochranit-dusevni-vlastnictvi-v-cine/>

¹⁶⁵https://www.mzv.cz/file/636968/IPR_protection_web.pdf

zahrnuje specifické rysy velikosti, tvaru, barev, designu a textury, s níž veřejnost spojuje informace o zdroji výrobku, a snaží se poskytnout zvláštní právní ochranu majitelům duševních práv.¹⁶⁶

¹⁶⁶HOŘÁČEK, ČADA, HAJN, 2017. s. 264.

4. Působnost Celní správy

4.1 Celní správa a její působnost

Celní správa České republiky (dále jen „Celní správa“) je soustava správních orgánů a ozbrojený bezpečnostní sbor České republiky, placený z rozpočtu státu. Má dva orgány: Generální ředitelství cel a celní úřady. Celní úřady jsou správními úřady a organizačními složkami státu. Jak uvádí Celní správa na svých oficiálních stránkách, jejími činnostmi jsou vybírání cla, daně, zajišťování některých bezpečnostních úkolů a kontrola při dodržování různých povinností. Její působnost upravuje řada právních předpisů:

- a) Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 608/2013 ze dne 12. června 2013 o vymáhání práv duševního vlastnictví celními orgány a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1383/2003 (dále jen „nařízení EU č. 608/2013“);
- b) Zákon č. 242/2016 Sb., celní zákon;
- c) Zákon č. 17/2012 Sb., o Celní správě České republiky, kterým je zřízená (dále jen „celní zákon“);
- d) Zákon č. 355/2014 Sb. o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví (dále jen „z. č. 355/2014“);
- e) Zákon č. 18/2012 Sb., kterým se mění některé zákony v souvislosti s přijetím zákona o Celní správě České republiky;
- f) Zákon č. 594/2004 Sb., jímž se provádí režim Evropských společenství pro kontrolu vývozu zboží a technologií dvojího užití;
- g) Zákon č. 440/2003 Sb., o nakládání se surovými diamanty, o podmínkách jejich dovozu, vývozu a tranzitu a o změně některých zákonů;
- h) Zákon č. 500/2004 Sb., správní řád;

- i) Zákon č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích;
- j) Zákon č. 89/1995 Sb., o státní statistické službě;
- k) Vyhláška č. 245/2016 Sb., k provedení některých ustanovení celního zákona;
- l) Vyhláška č. 246/2016 Sb., o způsobu provádění osobní prohlídky celníkem;
- m) Vyhláška č. 285/2012 Sb., o územních pracovištích celních úřadů, která se nenacházejí v jejich sídlech;

A další.^{167,168}

Celní řízení je pak samostatný proces, při kterém se zboží propouští do volného oběhu. Dle Jakla jsou povinnosti Celních úřadů „...*dbát, aby nebyly nabízeny k prodeji výrobky nebo služby porušující práva z duševního vlastnictví, jakož i skladování takových výrobků za účelem jejich nabízení nebo prodeje a aby nebylo neoprávněně užíváno označení chráněných podle zvláštních právních předpisů v obchodním styku (klamavá obchodní praktika).*“¹⁶⁹

Velmi důležitým pro správné a lepší provedení práce Celní správou je institut přijetí opatření. Žádost o přijetí opatření může podat majitel práva sám nebo prostřednictvím svého zástupce podá dle nařízení EU č. 608/2013 nebo podle Zákona č. 355/2014 na úrovni vnitrostátní. Její náležitosti jsou stanoveny prováděcím nařízením Komise (EU) č. 1352/2013 a vyhláškou č. 358/2014. Kromě podstatných náležitostí, jako je označení účastníku apod., musí obsahovat podrobný popis zboží, způsob podvodu, jméno a adresu kontaktní osoby, datum příchodu a odeslání zboží, dopravní prostředek, kterým bylo zboží dopravováno, a další podrobnosti. Žádost o přijetí opatření se musí podat k Celnímu ředitelství v Hradci Králové. Podat ji má právo majitel práva, osoba oprávněná užívat jakékoliv právo z tohoto vlastnictví, nebo jejich zástupce. Žádost může být dvojí typu:

¹⁶⁷<https://www.celnisprava.cz/cz/clo/legislativa/Stranky/legislativa-zakladni-informace.aspx>

¹⁶⁸Zákon č. 17/2012 Sb., o Celní správě České republiky. § 1.

¹⁶⁹JAKL, 2017. s. 276-277.

- a) S účinky pro Českou republiku;
- b) S účinky pro celou Evropskou unii.^{170,171}

Následně Celní ředitelství stanoví lhůtu pro zásah, maximálně jeden rok. V případě, že žádost Celní úřad pro Královéhradecký kraj schválí, konkrétní celní úřad přijme opatření spočívající v pozastavení propuštění nebo zadržení zboží (dle nařízení EU č. 608/2013) nebo zadržení zboží (dle z. č. 355/2014). Tento celní úřad dále informuje držitele rozhodnutí, nebo majitele práva a držitele zboží o zadržení zboží. Držitel rozhodnutí je pak povinen do deseti pracovních dnů od doručení oznámení o zadržení zboží (v případě zboží podléhajícího zkáze do tří pracovních dnů ode dne doručení oznámení) oznámit tomuto celnímu úřadu, že podal návrh na zahájení soudního řízení o určení, zda bylo porušeno právo duševního vlastnictví. To však neplatí v případě, kdy držitel rozhodnutí podá návrh na zahájení zjednodušeného řízení o zničení zboží podezřelého z porušení práva duševního vlastnictví (při celním dohledu se to nazývá „standardní postup“). Pak není povinen oznamovat celnímu úřadu skutečnost, že zahájil soudní řízení. Případný nesouhlas držitele zboží se zničením zboží musí být celnímu úřadu doručen do deseti pracovních dní (resp. tří pracovních dní v případě zboží podléhajícímu zkáze) ode dne oznámení zadržení zboží. Pokud tomu tak není (držitel zboží souhlasí nebo nereaguje) a držitel rozhodnutí navrhne zničení zboží v zjednodušeném řízení, může být takové zboží zničeno, a to na náklady držitele rozhodnutí o schválení žádosti o přijetí opatření.¹⁷²

Kromě tohoto způsobu, může Celní správa zadržet zboží i bez podané žádosti na přijaté opatření z vlastního úsudku – z moci úřední. Zboží je také možné použít pro humanitární účely, tzn. k zajištění základních potřeb obyvatelstva. Jedná se o „bezúplatný převod padělků k humanitárním účelům“, který upravuje ust. § 43-48 z. č. 355/2014.

¹⁷⁰BÁLKOVÁ, 2011. s. 80-87.

¹⁷¹Rozhovor s představitelem celního úřadu. [2022-06-17].

¹⁷²Rozhovor s představitelem celního úřadu. [2022-06-17].

Další informace k Celní správě jsou uvedeny v rámci rozhovoru s představitelem Celního úřadu v Královéhradeckém kraji.¹⁷³

4.2 Příklad z praxe - žádost na Královéhradecký úřad

V rámci této práce byla podaná žádost o setkání s jedním z představitelů Celního úřadu v Královéhradeckém kraji, který je místně příslušný ve věcech rozhodnutí o žádosti o přijetí opatření, a zabývá se přímo ochranou práv duševního vlastnictví. Vstříc mně vyšla vedoucí oddělení ochrany duševního vlastnictví, paní Ing. Lenka Krulichová, která mi zodpověděla veškeré mé dotazy. Dotazů bylo dvanáct, a níže představují shrnutí našeho rozhovoru.

První otázkou byl dotazován způsob, jakým Celní správa rozeznává falzifikát od originálu. Konkrétní odpovědi bohužel nemohou proniknout na veřejnost a považují se za utajené. Existují ovšem jisté nástroje a analýzy, dle kterých celníci postupují. Jedním z nejdůležitějších aspektů je pak samozřejmě zkušenost každého celníka, kterou nenahradí žádný nástroj. Dovoz ze třetích zemí řeší nařízení EU č. 608/2013, na vnitrostátní úrovni to řeší z. č. 355/2014. Více případů se řeší na úrovni vnitrostátní, tzn. zboží, které buď vzniklo v tuzemsku, nebo bylo dovezeno ze zahraničí a nebylo odhaleno při vstupu na trh. Podle z. č. 355/2014 je Celní správa oprávněna zadržet zboží, pokud pojme podezření, že by takové zboží mohlo porušovat některé právo/práva duševního vlastnictví. Důvodů pro vznik takového podezření je celá řada a jejich složení se mění případ od případu.

Další otázka byla na subjekt, který prokazuje falzifikaci. Je jim Městský soud v Praze, stanovený ust. § 6 z. č. 355/2014. Městský soud tak koná jen v případě podání příslušné určovací žaloby. Jedná se o ojedinělé případy, pachatelé vědí, že jednají nezákonně.

Třetí otázka měla za účel zjistit postup Celní správy při vzniku podezření na padělek. Nejčastější variantou je případ, kdy byla ohledně příslušného zboží již podána žádost o přijetí opatření. V takovém případě nastává řízení zjednodušené,

¹⁷³BÁLKOVÁ, 2011, s. 88.

kde dochází ke zničení zboží.

O podání žádosti o přijetí opatření viz podkapitola 4.1.

Čtvrtá otázka pro paní Kruchlovou zněla následovně: „*Má subjekt, jemuž bylo zboží zabaveno v důsledku podezření na padělek, které se neprokázalo, nárok na náhradu škody?*“

Odpověď: „*Řízení o určení, zda bylo či nebylo porušeno právo duševního vlastnictví, probíhá mezi držitelem práva a osobou, které bylo zboží zadrženo. Celní orgány v takovém případě čekají na rozsudek příslušného soudu. Pokud je výsledkem rozhodnutí, že zadržené zboží neporušuje práva duševního vlastnictví, vrátí takové zboží jeho majiteli. Zákonem není stanoven nárok na náhradu škody, která by mohla být požadována po orgánech celní správy.*“ Celní řízení je samostatný proces, při kterém se zboží propouští do volného oběhu. Správní řízení – při zadržení, přestupky. Trestní – soud, na pátrání v rámci celní správy (drogy, daně). Vše probíhá odděleně.

Dále jsem se tázala na osud zabaveného zboží (falzifikátů), který se nejčastěji likviduje ve spalovnách. Náklady likvidace má povinnosti uhradit majitel práva, zavazuje se k tomu při podávání žádosti. Náklady na skladování na vnitrostátní úrovni platí opět majitel práva, ovšem na úrovni celní (nadmárodní) platí náklady na skladování subjekt, jež padělek zakoupil.

Šestá otázka již vyžadovala konkrétní a reálná data vytažená z databází Celních správ. Jedná se o nejčastější druhy a značky zboží, které se falzifikují (uvedeno několik nejlepších výsledků vzestupně):

- a) Hračky (medvídci, panenky, modely automobilů, stavebnice...) - POKEMON, FORTNITE, L.O.L. SURPRISE!, PAW PATROL, DISNEY, FROZEN, MY LITTLE PONY;
- b) Oblečení – CALVIN KLEIN, adidas, TOMMY HILFIGER, NIKE, GUESS;
- c) Obuv – adidas, NIKE, TOMMY HILFIGER, SALOMON, CROCS;
- d) Parfémy a kosmetika – DIOR, CHLOE, VERSACE, CHANEL, HUGO BOSS, GIORGIO ARMANI, PLAYBOY;

- e) Kabelky a oděvní doplňky – adidas, CALVIN KLEIN, GUCCI, TOMMY HILFIGER, NIKE, LOUIS VUITTON;
- f) Hodinky - MICHAEL KORS, EMPORIO ARMANI, Casio, ROLEX.

Sedmým dotazem jsem se snažila zjistit, zda se výroba padělků vyskytuje i v České republice. Předpokládá se, že ano, ovšem konkrétní informace nejsou k dispozici.

Místa, kde se v Čechách nejčastěji prodávají falzifikáty, jsou tržnice. Je nutné ale zmínit, že čím dál více i v kamenných obchodech prodávajících široký sortiment zboží s neoriginální výrobou.

Padělky se nejčastěji dovážejí z Asie do Evropy námořní kontejnerovou přepravou, dále také po silnici, příp. po železnici. Nejvíce jich pochází z Číny, Vietnamu, Hongkongu, Malajsie, Thaj-wanu a z Turecka.

Desátá otázka se zabývala postihy za vyrábění, dovoz, distribuci a převoz padělků. Jsou stanovené z. č. 355/2014 a liší se dle stupně závažnosti a objemu činu, kdy se může jednat o přešůpek nebo i o trestný čin. Ust. § 31 zmíněného zákona řeší přešůpky na úseku dozoru nad dodržováním povinností a zákazů v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví: *„Fyzická, právnická nebo podnikající fyzická osoba se dopustí přešůpku tím, že nakládá se zbožím porušujícím právo duševního vlastnictví.“* Nakládáním se zbožím se rozumí zejména výroba, zpracování, doprava, přeprava, skladování, prodej nebo jiný převod, nabízení, dovoz, vývoz, uvádění na trh, převzetí, užití nebo držení tohoto zboží, pokud k tomuto nakládání nedochází pro osobní potřebu fyzické osoby na vnitrostátním trhu. Za přešůpek lze uložit pokuty v různých rozmezích:

- a) Fyzické osobě do 1.000.000 Kč;
- b) Právnické nebo podnikající fyzické osobě do 10.000.000 Kč.

V případě, že by se jednalo o trestný čin, upravuje podmínky postihu TZ v ust. § 268-270. O trestní čin proti průmyslovým právům a proti autorskému právu se jedná, pokud subjekt:

- a) „...uvede do oběhu výrobky nebo poskytuje služby neoprávněně označené ochrannou známkou, k níž přísluší výhradní právo jinému, nebo známkou s ní zaměnitelnou nebo pro tento účel sobě nebo jinému takové výrobky nabízí, zprostředkuje, vyrobí, doveze, vyveze nebo jinak opatří nebo přechovává, anebo takovou službu nabídne nebo zprostředkuje“ (práva k ochranným známkám a jiným označením);
- b) který „...užívá obchodní firmu či jakékoliv označení s ní zaměnitelné neoprávněně pro dosažení hospodářského prospěchu“;
- c) „...uvede do oběhu výrobků nebo služeb neoprávněně opatřených označením původu nebo zeměpisným označením anebo takovým označením s ním zaměnitelným“;
- d) „...neoprávněně zasáhne nikoli nepatrně do práv k chráněnému vynálezu, průmyslovému vzoru, užitému vzoru nebo topografii polovodičového výrobku“ (porušení chráněných průmyslových práv);
- e) „...neoprávněně zasáhne nikoli nepatrně do zákonem chráněných práv k autorskému dílu, uměleckému výkonu, zvukovému či zvukově obrazovému záznamu, rozhlasovému nebo televiznímu vysílání nebo databázi, bude potrestán odnětím svobody až na dvě léta, zákazem činnosti nebo propadnutím věci.“ (autorská práva a práva související s právem autorským a práv k databázi).

Takovému subjektu pak hrozí odnětí svobody v rozmezí až do osmi let, zákaz činnosti nebo propadnutí věci. Finální trest závisí na více faktorech, mezi ně patří skutečnost, jak velký prospěch pachatel tímto činem získal a v jakém rozsahu byla činnost provozována.

Předposlední otázkou jsem se ptala, zda je možná sankce i subjektu, který padělek koupí. V České republice sankce nehrozí, pokud s ním nakládá fyzická osoba pro svou osobní potřebu. V ostatních případech se fyzické a právnické osoby vystavují riziku, že bude jejich jednání posouzeno jako přestupek nebo trestný čin. Pokud subjekt zakoupí padělek v zahraničí a přiveze si ho ve svém cestovním

zavazadle, kontrolovat ani zabavovat se nebude ani v případě podezření. Pokud by ovšem subjekt zakoupil padělek v zahraničí a nechal si ho poslat do tuzemska poštou, je velice vysoká pravděpodobnost, že mu zásilku Celní správa zabaví.

Poslední otázka opět vyžadovala data z databází. Zajímala mě cenová relace, ve které se pohyboval nejdražší padělek. Jedná se falzifikát hodinek ROLEX, jejichž cena byla stanovena ve výši 900.000 Kč.

4.3 Vyhodnocení získaných výchozích dat

Jedním z nejdůležitějších výstupů se dle mého názoru jeví vyobrazení postavení Celní správy a státu v ochraně a vymáhání duševních práv. Lze je vnímat jako liberální pomocnou ruku vlastníkům duševních práv k jejich ochraně. Stát nemá žádný úbytek ve svém rozpočtu z výroby či distribuce padělků. K zásahu Celní správy musí být projevna iniciativa ze strany vlastníka originálu padělku, nebo aspoň jeho spolupráce. Ve výjimečných případech pak jedná Celní správa z moci úřední, popsanou výše.

Další zajímavou oblastí je náhrada škody poškozeného. Falzifikace nepřináší jednoznačně vyčíslitelnou škodu vlastníkovi. Vyčíslení totiž záleží na tom, za kolik by se prodal originál padělaného zboží. Jedná se o ne zcela přesnou metodu, jelikož na výrobu falzifikátů bývají používány jiné, levnější materiály a doplňky, nebývá vynaloženo tolik úsilí a času při jeho výrobě, atp. Ve většině případů platí, že subjekt, který koupí například luxusní hodinky značky Rolex za 10.000 Kč, ať už s nebo bez povědomí toho, že kupuje padělek, nekoupí stejné hodinky, byť originál, za jejich pravou cenu, 100.000 Kč. Stejně tak ve většině případů se lze spolehnout na fakt, že i průměrný spotřebitel ví, že hodinky značky Rolex ani zdaleka nestojí 10.000 Kč. Ovšem, lze konstatovat, že soudních řízení vedených ohledně náhrady škody vzniklé z porušení práv duševního vlastnictví moc nebývá. Důvod je pro to jednoduchý, pro stanovení náhrady škody je potřeba rozhodnutí soudu. A jak již bylo řečeno dříve, velmi malé procento sporů doputuje až k soudu. Viník v těchto případech většinou ví, že je viník, a ví, že není moc způsobů jak dokázat svoji nevinu, a proto nemá zájem o soudní řízení. Paní

Krulichová se také zmínila o tom, že na padělky na internetu platí trochu jiná pravidla a podmínky. Problematika internetového prostoru je, že je virtuální a není možné někoho obvinít jen na základě inzerátu, který může být klamavý a prodávané zboží nemusí vůbec existovat.

Pro vlastníky nových značek je velmi silně doporučováno podat na Celní správu žádost o předběžné podezření. Zvýší se tak mnohonásobně šance nalezení a konfiskace padělků jeho výrobků a zjednoduší, zrychlí a zefektivní práci celníkům.

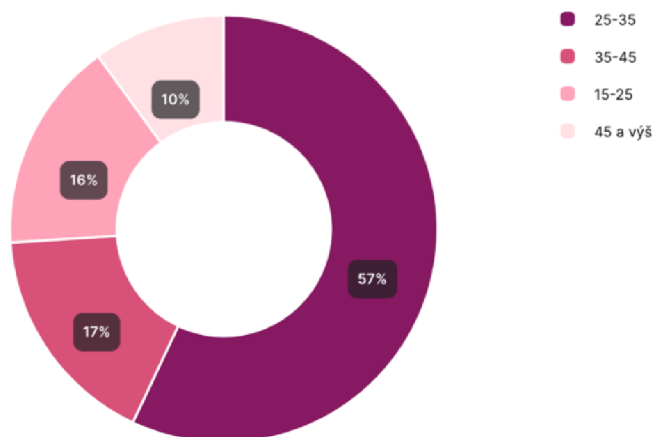
5. Dotazování veřejnosti

V rámci této práce, mimo rozhovor s paní Krulichovou v kapitole 4., jsem vytvořila krátkou anketu pro účel lepšího pochopení situace, která panuje mezi veřejností na názor ohledně falzifikace. Anketa se týká především falzifikátů předmětů módních značek, jako jsou Louis Vuitton, Gucci a Prada. Vybrala jsem segment podobných lidí, kteří módě rozumí, mají povědomí o luxusních značkách v módním průmyslu nebo vlastní výrobky těchto značek. Otázky byly následující:

1. V které věkové skupině se momentálně nacházíte?
2. Místo bydliště?
3. Vnímáte falzifikaci jako velký problém?
4. Dokážete rozeznat padělek výrobků luxusních značek?
5. Koupili byste falzifikát výrobku značek Louis Vuitton, Gucci nebo Prady?
6. Nahlásili byste prodejnu, o které jste přesvědčený, že prodává padělky?

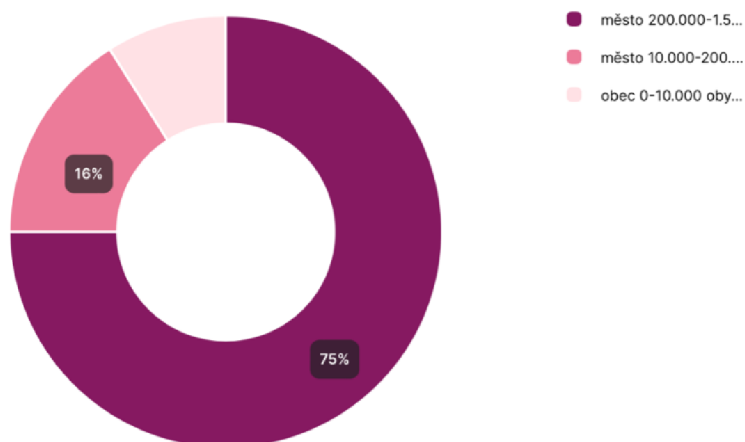
Ze získaných dat vzešly níže uvedené grafy, na kterých lze přesně definovat výsledky ankety.

1. V které věkové skupině se momentálně nacházíte?



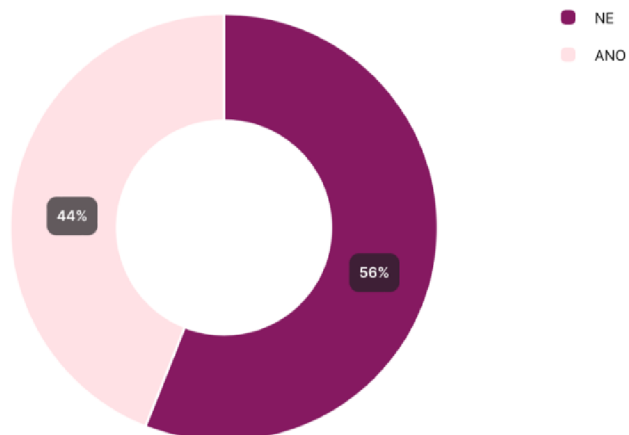
[obrázek č. 15]

2. Místo bydliště?



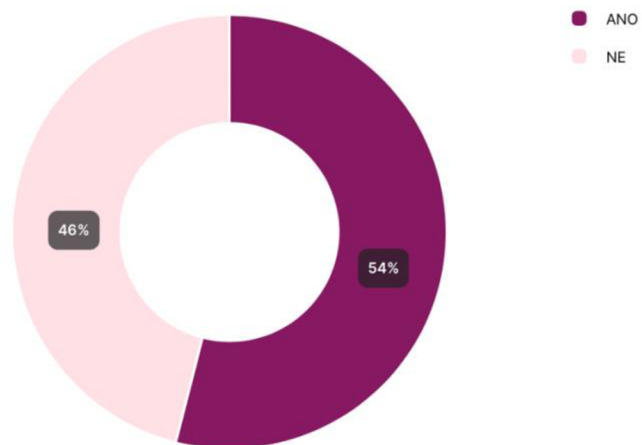
[obrázek č. 16]

3. Vnímáte falzifikaci jako velký problém?



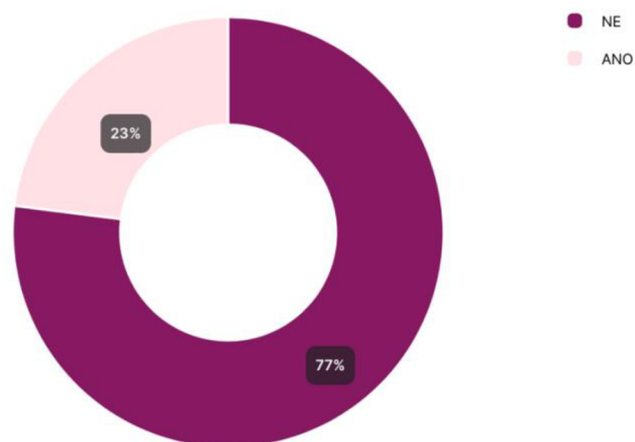
[obrázek č. 17]

4. Dokážete rozeznat padělek výrobků luxusních značek?



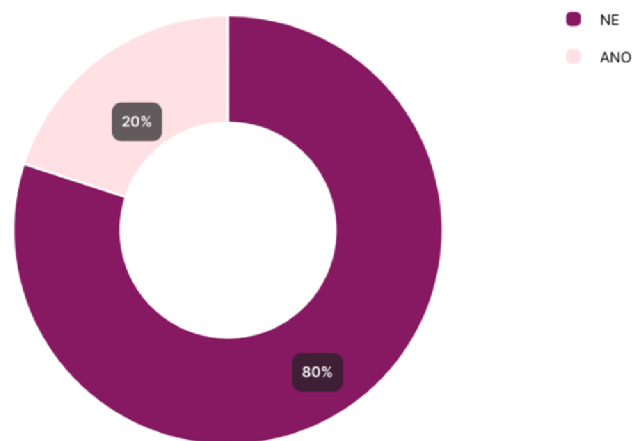
[obrázek č. 18]

5. Koupili byste falzifikát výrobku značek Louis Vuitton, Gucci nebo Prady?



[obrázek č. 19]

6. Nahlásili byste prodejnu, o které jste přesvědčený, že prodává padělky?



[obrázek č. 20]

Na dotazník odpovědělo celkem 100 lidí. Dle grafů vychází, že 56 % vnímá falzifikaci jako velký problém a jen 54 % dotazovaných dokáže rozeznat falzifikát od originálu, 77 % lidí by si padělek zboží luxusních značek v žádném případě nezakoupilo. Skoro až opačný výsledek vzešel z poslední otázky. Jen 20 % lidí by

nahlásilo prodejnu, ve které se k prodeji nabízí falzifikáty. Z těchto výsledků vyplývá, že ačkoliv je velké procento lidí, které falzifikaci nepodporují (což je chvályhodné), tak by přesto prodejnu s neoriginálními výrobky nenahlásili. Ovšem jen půlka z dotázaných se dokáže vyvarovat nevědomé koupi falzifikátu módního doplňku. Padělek lze spatřit na ulici mnohem častěji, než si mnoho lidí myslí. Výsledné procento falzifikátů je překvapující i pro lidi kteří v 90 % případů poznají nebo potenciálně ví, že se jedná o podvod (příliš nízká cena, znalost kolekcí, specifických znaků monogramu, a další).

Pro zajímavost níže uvádím porovnání odpovědí v souvislosti dvou otázek (kontingenční tabulky).

Kontingenční tabulka

1. OTÁZKA		2. OTÁZKA	
4. Dokážete rozeznat padělek výrobků luxusních značek?		5. Koupili byste falzifikát výrobku značek Louis Vuitton, Gucci nebo?	
	ANO	NE	Celkem
ANO	5	18	23
NE	49	28	77
Celkem	54	46	100

[obrázek č. 21]

Kontingenční tabulka

1. OTÁZKA		2. OTÁZKA	
3. Vnímáte falzifikaci jako velký problém?		5. Koupili byste falzifikát výrobku značek Louis Vuitton, Gucci nebo?	
	ANO	NE	Celkem
ANO	6	17	23
NE	38	39	77
Celkem	44	56	100

[obrázek č. 22]

Kontingenční tabulka

1. OTÁZKA

1. V které věkové skupině se momentálně nacházíte? ▾

2. OTÁZKA

5. Koupili byste falzifikát výrobku značek Louis Vuitton, Gucci nebo? ▾

	15-25	25-35	45 a výš	45 a výš
ANO	4	12	1	1
NE	12	45	9	9
Celkem	16	57	10	10

[obrázek č. 23]

Kontingenční tabulka

1. OTÁZKA

1. V které věkové skupině se momentálně nacházíte? ▾

2. OTÁZKA

6. Nahlásili byste prodejnu, o které jste přesvědčený, že prodává p? ▾

	15-25	25-35	45 a výš	45 a výš
ANO	2	14	0	0
NE	14	43	10	10
Celkem	16	57	10	10

[obrázek č. 24]

Kontingenční tabulka

1. OTÁZKA

1. V které věkové skupině se momentálně nacházíte? ▾

2. OTÁZKA

4. Dokážete rozeznat padělek výrobků luxusních značek? ▾

	15-25	25-35	45 a výš	45 a výš
ANO	6	36	5	5
NE	10	21	5	5
Celkem	16	57	10	10

[obrázek č. 25]

Kontingenční tabulka

1. OTÁZKA

5. Koupili byste falzifikát výrobku značek Louis Vuitton, Gucci nebo?

2. OTÁZKA

6. Nahlásili byste prodejnu, o které jste přesvědčený, že prodává p?

	ANO	NE	Celkem
ANO	3	17	20
NE	20	60	80
Celkem	23	77	100

[obrázek č. 26]

Závěr

Falšování z hlediska procesního mě vždy zajímalo, ačkoliv jsem to nikdy nepodporovala. Často slychávám názor: „Když ve stánku lze koupit stejnou kabelku jako v kamenné prodejně na Pařížské za zlomek její ceny, proč by měl člověk přeplácat?“ Osobně jako největší důvod vidím tvůrčí činnost a onu přidanou hodnotu, kterou dodává výrobku originální tvůrce. Jedná se o zrealizovanou myšlenku, do které bývá často vložena kreativita, finance a další nevyčíslitelné aspekty. Padělatelé svou výrobou a společností akceptací falzifikátů znehodnocují vše výše popsané, a ještě z toho mají vlastní zisk. Osobně si myslím, že padělek znehodnocuje výrobek samotný i z celkového hlediska. Často zákazník neplatí jen za materiály nebo značku, ale i za exkluzivitu, kterou si s výrobkem kupuje. Ovšem když takový zákazník zjistí, že v pouličním stánku se prodává tento výrobek za zlomek ceny, bude určitě zklamán.

Svou práci jsem chtěla čtenáře seznámit s problematikou falzifikace z právního hlediska a dále nasbírat co nejvíc informací nejen pro mou osobní potřebu. Jedná se o velice komplexní téma a díky sepsání této práce jsem převzala mnoho důležitých informací a mám možnost posléze do tématu ještě více proniknout. Nejpřínosnější část pro mě byla ta praktická s rozhovorem na Celní správě. Při hledání kontaktní osoby mi bylo doporučeno zkontaktovat Královéhradecký úřad, který se zabývá přímo ochranou duševního vlastnictví. Bez dlouhého čekání bylo laskavě vyhověno mé žádosti v plné míře. Na domluvený termín jsem se dostavila do Hradce Králové do útulné kanceláře vedoucí oddělení ochrany duševního vlastnictví, paní Ing. Lenky Krulichové. Paní vedoucí se mi snažila předat co nejvíce informací a zkušenosti, kterými disponuje. Jednalo se o velmi přínosný pilíř pro tuto diplomovou práci. Z osobního úhlu pohledu bylo nejzajímavějším poznatkem to, že de facto skoro veškerá aktivita Celní správy ve věci ochrany duševního vlastnictví je podmíněna vůlí původce práva. Musí se podat žádost nebo nahlásit zboží jako podezřelé z porušení takových práv. V drtivé většině případů jinak celník nemá povinnost ani potřebu se zabývat jiným zbožím.

Porušování průmyslových a autorskoprávních práv nemá žádný vliv na státní pokladu a rozpočet.

Pozitivní zprávou je zlepšování úrovně ochrany. Duševní práva jsou stále více brána v potaz. Nejvíce to lze vidět v internetovém prostředí. Webové portály umožňující nákup a prodej nošených či nových značkových věcí zavádí silnější ochranu a podmínky prodávání. Za zmínku stojí web Vinted.cz. Jsem již dlouhodobě na tomto webu zaregistrovaná a vidím změny, kterými prochází. Jejich tým se snaží kontrolovat každý kousek luxusní značky a i mně jako prodávajícímu už mnohokrát poslali žádost o lepší verifikaci zboží. Podobně tomu je i na Marketplace na webovém portálu Facebook.com.

Lidé, které padělky kupují, vlastně podporují jejich výrobu. Pokud bude po padělcích poptávka, budou zde lidi a firmy, které je budou vyrábět. Falzifikáty může kupovat několik skupin lidí. Ty, jejichž finance to nedovolují, ale musí. Jedná se např. o léky nebo elektroniku. Ty, jejichž finance to nedovolují, nebo z principiálního důvodu nechtějí platit vysokou částku za originál. To je typický důvod pro koupi padělku značkového zboží. Dále je tu menší skupina lidí, kteří reálně netuší, že si kupují padělek dané značky a že taková značka vůbec existuje a jakou má hodnotu. Dle mého průzkumu by sice 77 % lidí padělek nezakoupilo, ovšem jen 54 % lidí ho dokáže rozeznat od originálu (a reálné číslo může být i nižší). Pouze 20 % by nahlásilo prodejnu, o které si myslí, že prodává falzifikáty, což svědčí o tom, že problematika falzifikace není společností v dnešní době vnímána jako zásadní problém.

Falzifikáty si většina lidí nekoupí, ovšem většina z nich ani neví, kdy se jedná o falzifikát, a ačkoliv s tím nikdo z povahy věci nesouhlasí, málo kdo by proti tomu učinil jakékoliv kroky. V módním světě jde spíše o jakousi hrdost a samozřejmě výdělek návrhářů. Při falzifikaci léků nebo elektroniky se nedá mluvit ani o levnějším falzifikátu, než je originál. A samozřejmě úplně jiná oblast falšování jsou peníze a úřední listiny. Opravdu složitý proces, který vyžaduje speciální nástroje, výrobní procesy a materiály. U těchto věcí nestačí jen napodobovat. Výsledný produkt musí být přesný jako 1:1. Také stát za tyto delikty stíhá zdaleka

víc a přísněji. Myslím si, že většina lidí tuto oblast zná spíše z akčních hollywoodských filmů a seriálů, protože se s ní neshledávají v každodenní realitě.

Má výzkumná otázka zněla, zda je ochrana duševních práv v Čechách dostatečná. Odpovídám na ní potažmo v celé diplomové práci, ale abych svoji odpověď specifikovala, z této práce vyplývá, že ano. Zákonné předpisy zde fungují, jak mají, a Celní správa má dostatečné právní mechanismy. Trestné řízení není tolik rozšířeno, ale to je způsobeno zejména absencí velkého množství značek a konkurence jako např. v USA. Implementace nadnárodního práva probíhá také v pořádku. Své poznatky v této práci opírám i v porovnání s jinými zeměmi. Ze svých cest jsem viděla situace v Itálii, Španělsku, Francii, Rusku a letos v Chorvatsku. V takové míře, jaké lze spatřit falzifikáty v těchto zemích dle mého u nás nenajdeme. Jedním z důvodů pro menší výrobu i zájem o padělky může být charakterní nezájem o podobně materiálně založené věci a záliba v jednoduchosti životního stylu, který je v Česku charakteristický. Všimla jsem si také, že je zde zájem o jiné značky, než např. v Itálii. Panuje tu i všeobecně menší zájem o módu než v jiných zemích. Co je ale důležité, že z právního hlediska je ochrana řádně poskytnutá, lze se jí snadno dovolat a je dostupná pro všechny občany naší republiky.

Má výzkumná otázka zněla, zda je ochrana duševních práv v Čechách dostatečná. Odpovídám na ní potažmo v celé diplomové práci, ale abych svoji odpověď specifikovala, mám dojem, že ano. Zákonné předpisy zde fungují jak mají a Celní správa má dostatečné právní mechanismy. Trestné řízení není tolik rozšířeno, ale to bude i zejména absencí velkého množství značek a konkurence jako např. v USA. Implementace nadnárodního práva probíhá také v pořádku. Svého dojmu nejvíce nabývám v porovnání s jinými zeměmi. Ze svých cest jsem viděla situace v Itálii, Španělsku, Francii, Rusku a letos v Chorvatsku. V takové míře, jaké lze spatřit falzifikáty v těchto zemích dle mého u nás nenajdeme. Jedním z důvodů pro menší výrobu i zájem o padělky může být charakterní nezájem o podobně materiálně založené věci a záliba v jednoduchosti životního stylu, který je v Česku charakteristický. Všimla jsem si také, že je zde zájem o jiné značky, než např. v Itálii. Panuje tu i všeobecně menší zájem o módu než v jiných zemích. Co

je ale důležité, že z právního hlediska je ochrana řádně poskytnutá, lze se jí snadno dovolat a je dostupná pro všechny občany naší republiky.

Použité zkratky

ACTA	Obchodní dohoda proti padělání
AZ	zákon č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon)
Celní správa	Celní správa České republiky
celní zákon	Zákon č. 17/2012 Sb., o Celní správě České republiky
CNIPA	Čínská národní správa duševního vlastnictví
ČOI	Česká obchodní inspekce
EUIPO	Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví
nařízení EU č. 608/2013	Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 608/2013 ze dne 12. června 2013 o vymáhání práv duševního vlastnictví celními orgány a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1383/2003
NFT	nezaměnitelné žetony
NOZ	zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
PUÚ	Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví

RÚB	Bernská úmluva o ochraně děl literárních a uměleckých
TRIPS	Dohoda o obchodních aspektech práv k duševním vlastnictví
TZ	Zákon č. 140/1961 Sb., trestní zákon
ÚPV	Úřad průmyslového vlastnictví
WIPO	Světová organizace duševního vlastnictví
WTO	Světová obchodní organizace
z. č. 355/2014	Zákon č. 355/2014 Sb. o působnosti orgánů Celní správy České republiky v souvislosti s vymáháním práv duševního vlastnictví
ZOZ	zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách
ZPV	zákon č. 527/1990 Sb., zákon o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích

Zdroje a prameny

Právní zdroje/předpisy

- [1.] Zákon č. 89/2021 Sb., občanský zákoník.
- [2.] Zákon č. 90/2021 Sb., zákon o obchodních korporacích. <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-207>
- [3.] Zákon č. 207/2000 Sb., zákon o ochraně průmyslových vzorů.
- [4.] Zákon č. 441/2003 Sb., zákon o ochranných známkách.
- [5.] Zákon č. 527/1990 Sb., zákon o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích.
- [6.] Zákon č. 121/2000 Sb., zákon o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon).
- [7.] Zákon č. 2007/2000 Sb., zákon o ochraně průmyslových vzorů a o změně zákona č. 527/1990 Sb., o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích, ve znění pozdějších předpisů.
- [8.] Zákon č. 221/2006 Sb., zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví a ochraně obchodního tajemství.
- [9.] Zákon č. 250/2016 Sb., zákon o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich zákonem o přestupcích.
- [10.] Zákon č. 17/2012 Sb., o Celní správě České republiky.
- [11.] Zákon č. 634/1992 Sb., zákon o ochraně spotřebitele.
- [12.] Zákon č. 191/1999 Sb., zákon o opatřeních týkajících se dovozu, a zpětného vývozu zboží porušujícího některá práva duševního vlastnictví.
- [13.] Důvodová zpráva k zákonu č. 207/2000 Sb., zákon o ochraně průmyslových vzorů.

- [14.] Zákon č. 140/1961 Sb., trestní zákon.
- [15.] Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví.
- [16.] Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví.
- [17.] Bernská úmluva o ochraně děl literárních a uměleckých.
- [18.] Obchodní dohoda proti padělání.

Bibliografické zdroje

- [19.] BÁLKOVÁ, S. *Ochranná známka a průmyslový vzor - jejich ochrana a padělání*. Ostrava: Key Publishing, 2011. ISBN 978-80-7418-110-8.
- [20.] BAUER, Z. *Jak vytvořit atraktivní obchodní název firmy, služby, produktu, značky*. Praha: Nakladatelství NZB, 2014. ISBN 978-80-904272-7-3.
- [21.] BODENHAUSEN, G. H. *Guide to the Application of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property*. Ženeva: WIPO Publications, 1967. ISBN 92-805-0368-5.
- [22.] BOHÁČEK, M. *Právo duševního vlastnictví*. Praha: Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0463-4.
- [23.] CHALOUPKOVÁ, H.; HOLÝ, P. *Autorský zákon: komentář*. 3. vyd. Praha: C.H. Beck, 2012. ISBN 978-80-7179-586-5.
- [24.] DOBŘIČHOVSKÝ, T. *Moderní trendy práv k duševnímu vlastnictví: v kontextu evropského práva, dohody TRIPS a aktivit WIPO*. Praha: Linde, 2004. ISBN 80-7201-467-6.
- [25.] FASSATI, T. *Inteligentní je víc než chytrý: poznáváme inteligentní design a architekturu*. Praha: České vysoké učení technické, 2018. ISBN 978-80-01-06430-6.
- [26.] HORÁČEK, R.; ČADA, K.; HAJN, P. *Práva k průmyslovému vlastnictví*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2017. ISBN 978-80-7400-655-5.

- [27.] HORÁČEK, R. *Práva na označení a jejich vymáhání: zákon o ochranných známkách, zákon o ochraně označení původu a zeměpisných označení, zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví: komentář*. 3. vydání. Praha: C.H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-569-5.
- [28.] JAKL, L.; JANSA, V. *Úvod do systému právní ochrany průmyslového vlastnictví*. Praha: Metropolitní univerzita, 2010. ISBN 978-80-86855-65-3.
- [29.] JAKL, L. *Aktuální otázky práv k duševnímu vlastnictví*. Praha: Metropolitan University Prague Press, 2016. ISBN 978-80-87956-32-8.
- [30.] JAKL, L. *Duševní vlastnictví a jeho právní ochrana*. 2. vyd. Praha: Metropolitan University Prague Press, 2017. ISBN 978-80-87956-50-2.
- [31.] JAKL, L. *Nový občanský zákoník a duševní vlastnictví*. Praha: Metropolitan University Prague Press, 2012. ISBN 978-80-86855-87-5.
- [32.] JAKL, L. *Ochranné známky a označení původu*. 2. vyd. dopl. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2002. ISBN 80-7282-017-6.
- [33.] JAKL, L. *Úvod do systému právní ochrany průmyslového vlastnictví*. Praha: Metropolitní univerzita, 2010. ISBN 978-80-86855-65-3.
- [34.] JAKL, L. *Vývoj v oblasti právní ochrany duševního vlastnictví*. Praha: Metropolitan University Prague Press, 2018. ISBN 978-80-87956-84-7.
- [35.] JELÍNEK, J.; HASCH, K.; NOVÁKOVÁ, J.; SOVÁK, Z. *Trestní právo hmotné. Zvláštní část*. Praha: Eurolex Bohemia, 2003. ISBN 80-86432-62-9.
- [36.] KELLER, K. L. *Strategické řízení značky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1481-3.
- [37.] KNAP, K. a kol. *Autorský zákon a předpisy související: komentář*. 5. podstatně přeprac. a dopl. vyd. Praha: Linde, 1996. ISBN 80-7201-049-2.
- [38.] KNAPP, V.; KNAPPOVÁ, M.; ŠVESTKA, J. *Občanské právo hmotné*. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: ASPI, 2002. ISBN 80-86395-31-6.

- [39.] KRAUS, J. *Nový akademický slovník cizích slov A-Ž*. Praha: Academia, 2005. ISBN 80-200-1351-2.
- [40.] KOTLÁN, P. *Ekonomická kriminalita očima policejního orgánu*. Praha: Leges, 2021. ISBN 978-80-7502-488-6.
- [41.] KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Marketing management*. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [42.] KOUKAL, P. *Právní ochrana designu – průmyslové vzory, autorská díla*. Praha: Wolters Kluwert ČR, 2012. ISBN 978-80-7357-886-2.
- [43.] KOUKAL, P. *Zákon o ochranných známkách: komentář*. Praha: Wolters Kluwer, 2017. ISBN 978-80-7552-762-2.
- [44.] LOCKE, J. *Dvě pojednání o vládě*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd, 1965.
- [45.] MALÝ, J. *Obchod s nehmotnými statky. Patenty, vynálezy, know-how, ochranné známky*. Praha: C. H. Beck, 2002. ISBN 80-7179-320-5.
- [46.] MILTENBURG, A. *Brand the change*. Amsterdam: BIS Publishers, 2018. ISBN 978-90-636947-8-4.
- [47.] PEŘINOVÁ, E. *Zákon o ochranných známkách: praktický komentář*. Praha: Wolters Kluwer, 2020. ISBN 978-80-7598-899-7.
- [48.] PLHÁKOVÁ, A. *Učebnice obecné psychologie*. Praha: Academia, 2005. ISBN 80-200-1086-6.
- [49.] POSPÍŠIL, M. *Specifika ochrany duševních práv v České republice a ve světě: k počtě prof. Ladislavu Jaklovi*. Praha: Metropolitan University Prague Press, 2018. ISBN 978-80-87956-79-3.
- [50.] REBRO, K.; BLAHO, P. *Rímské právo*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2019. ISBN 978-80-7380-782-5.
- [51.] SLOVÁKOVÁ, Z. *Průmyslové vlastnictví*. Praha: LexisNexis CZ, 2006. ISBN 978-80-8692-008-9.

- [52.] SRSTKA, J.; BARTÁK, J.; DOBŘICHOVSKÝ, T. *Autorské právo a práva související: vysokoškolská učebnice*. 2. akt. vyd. Praha: Leges, 2019. ISBN 978-80-7502-386-5.
- [53.] SOUKALOVÁ, R. *Strategický marketing*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2004. ISBN 80-7318-177-0.
- [54.] ŠÁMAL, P.; GRĚVNA, T.; HERCZEG, J.; KRATOCHVÍL, V.; PÚRY, F.; RIZMAN, S.; ŠÁMALOVÁ, M.; VÁLKOVÁ, H.; VANDUCHOVÁ, M. *Trestní zákon: komentář. II. díl*. 6., dopl. a přeprac. vyd. Praha: C. H. Beck, 2004. ISBN 80-7179-896-7.
- [55.] ŠEBELOVÁ, M. *Autorské právo*. Brno: Computer Press, a.s., 2006. ISBN 978-80-251-1090-7.
- [56.] TÝČ, V. *Průmyslová a autorská práva v mezinárodním obchodě*. Praha: Linde, 1997. ISBN 80-7201-102-2.
- [57.] VOJČÍK, P. *Teorie právní ochrany nehmotných statků*. Praha: Metropolitní univerzita Praha, 2016. ISBN 978-80-87956-39-7.
- [58.] ZDVIHALOVÁ, M. *Práva na označení v kontextu s evropskou úpravou*. Praha: Wolters Kluwer, 2018. ISBN 978-80-7598-139-4.
- [59.] ZDVIHALOVÁ, M. *Rozlišovací způsobilost ochranných známek: individuální, kolektivní a certifikační ochranné známky*. Praha: Metropolitan University Prague Press, 2016. ISBN 978-80-87956-36-6.

Odborné články, příručky a informace

- [60.] HÁK, J. Potřebujeme definici pojmu průmyslové vlastnictví? In: *Průmyslové vlastnictví*. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2008. ISSN 0862-8726.
- [61.] Příručka: Ochrana duševního vlastnictví. 1. vydání. Praha: Hospodářská komora České republiky, 2010.

[62.] MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU. Informace o možnostech ochrany duševních práv v Číně.

Internetové zdroje

[63.] Nejhodnotnější značky světa: Amazon, Apple a Google. In: *E15.cz*. [online] [cit. 2022-05-12] Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/burzy-a-trhy/nejcennejsi-znacky-sveta-dominuje-amazon-strme-rostou-tesla-a-cinsky-vyrobce-alkoholu-1381494>

[64.] FROHLICH, T.C.; HESS, E. M.; CALIO, V. 9 most counterfeited products in the USA. In: *Usatoday.com*. [online] [cit. 2022-05-30] Dostupné z: <http://www.usatoday.com/story/money/business/2014/03/29/24-7-wall-st-counterfeited-products/7023233/>

[65.] Deník Idnes. In: *Idnes.cz*. [online] [cit. 2022-05-13] Dostupné z: <http://www.idnes.cz>

[66.] Jak rozlišit originál kabelku od Fake? In: *Kabelux.cz*. [online] 7. srpna 2018. [cit. 2022-05-15] Dostupné z: <https://kabelux.cz/jak-rozlisit-original-kabelku-od-fake>

[67.] KOPEČKOVÁ, A. Navoněná bída: Víte, jak poznat padělanou kabelku? In: *Ženy.iprima.cz*. [online] 8. srpna 2018. [cit. 2022-05-18] Dostupné z: <https://zeny.iprima.cz/moda/navonena-bida-vite-jak-poznat-padelanou-kabelku>

[68.] VOP. Originál, nebo padělek? Kamera rozpozná pravost kabelky. In: *Týden.cz*. [online] 21. září 2017. [cit. 2022-06-01] Dostupné z: https://www.tyden.cz/rubriky/relax/moda-a-styl/original-nebo-padelek-kamera-rozpozna-pravost-kabelky_447131.html

[69.] Luxury authentication. In: *Entrupy.com* [online] [cit. 2022-06-01] Dostupné z: <https://www.entrupy.com/luxury-authentication/>

- [70.] Inspektoři loni zabavili padělky téměř za 100 milionů korun. Falšovalo se hlavně oblečení nebo Pokémoni. In: *Českátelevize.cz*. [online] 22. února 2019. [cit. 2022-06-01] Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2741366-inspektori-loni-zabavili-padelky-za-temer-100-milionu-korun-falsovalo-se-hlavne>
- [71.] ČESKÁ OBCHODNÍ INSPEKCE. Výroční zpráva ČOI za rok 2021. In: *Coi.cz*. [online] 2022. [cit. 2022-06-01] Dostupné z: https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2022/03/COI_Vyrocní_zprava_2021.pdf
- [72.] DANKOVÁ, K. V Top 10 nejfejkovanějších luxusních značek. Dokážeš rozeznat fake od pravého kousku? In: *REFRESHER.cz*. [online] 2. května 2021. [cit. 2022-06-01]. Dostupné z: <https://refresher.cz/97649-Top-10-nejfejkovanejsich-luxusnich-znacek-Dokazes-rozeznat-fake-od-praveho-kousku>
- [73.] Sociální sítě přitahují padělatele, největší obětí je Louis Vuitton. In: *Mediaguru.cz*. [online] 23. března 2022 [cit. 2022-06-04] Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/03/socialni-site-pritahuji-padelatele-nejvetsi-obeti-je-louis-vuitton/>
- [74.] Padělek parfému: Jak ho poznat od originálu? In: *Parfemy-elnino.cz*. [online] [cit. 2022-06-04] Dostupné z: <https://www.parfemy-elnino.cz/encyklopedie-vuni/padelek-parfemu-jak-ho-poznat-od-originalu/>
- [75.] Originální parfémy vs. levné napodobeniny. In: *Parfemy-elnino.cz*. [online] [cit. 2022-06-04] Dostupné z: <https://www.parfemy-elnino.cz/encyklopedie-vuni/originalni-parfemy-vs-levne-napodobeniny/>
- [76.] ALBRECHTOVÁ, J. Seznam padělaných parfémů! Jak poznáte, jestli máte doma skutečně originál? In: *Kupi.cz*. [online] 1. července 2021. [cit. 2022-06-04] Dostupné z: <https://www.kupi.cz/magazin/clanek/8399-seznam-padelanych-parfemu-jak-poznate-jestli-mate-doma-skutecne-original>

- [77.] KALABIS, Z. Skutečné příběhy: jak se padělají peníze? In: *Mesec.cz*. [online] 20. ledna 2012. [cit. 2022-06-06] Dostupné z: <https://www.mesec.cz/clanky/skutečne-pribehy-jak-se-padelaji-penize/>
- [78.] Výstavu falzifikátů uměleckých děl doplní nejslavnější padělek v dějinách. In: *Ceskenoviny.cz*. [online] 25. ledna 2021. [cit. 2022-06-10] Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/vystavu-falzifikatu-umeleckych-del-doplni-nejslavnejsi-padelek-v-dejinach/2150632>
- [79.] KAR. Největší archeologické podvody v dějinách: mumie, lebky i věstonická Venuše. In: *National-geographic.cz*. [online] 6. prosince 2018. [cit. 2022-06-10] Dostupné z: <https://www.national-geographic.cz/clanky/nejvetsi-archeologicke-podvody-v-dejinach-mumie-lebky-i-vestonicka-venuse-20181206.html>
- [80.] KILIÁN, M. Falešné učitelce hrozí až tři roky vězení. In: *Denik.cz*. [online] 15. března 2021. [cit. 2022-06-10] Dostupné z: <https://karlovarsky.denik.cz/zlociny-a-soudy/falesne-ucitelce-az-hrozi-tri-roky-vezeni-20210315.html>
- [81.] Dva Slováci roky padělali české bankovky, soud je poslal do vězení. In: *Aktualne.cz*. [online] 8. dubna 2016. [cit. 2022-06-10] Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/regiony/jihomoravsky/soud-poslal-do-vezeni-dvojici-slovaku-kteri-zdarile-padelali/r~f4f6a278fd9111e5a5f4002590604f2e/>
- [82.] REMEŠOVÁ, M. Chanel, Calvin Klein i Gucci. Pardubičtí celníci zničili padělky známých značek. In: *Denik.cz* [online] 28. dubna 2022. [cit. 2022-06-15] Dostupné z: https://pardubicky.denik.cz/zpravy_region/chanel-calvin-klein-i-gucci-pardubicti-celnici-znicili-padelky-znamych-znacek-20.html
- [83.] Louis Vuitton sues shopping network. In: *Scottandscottllp.com*. [online] [cit. 2022-06-15] Dostupné z: http://www.scottandscottllp.com/main/louis_vuitton_sues_home_shopping_network.aspx

- [84.] REMEŠOVÁ, M. Majitelům padělků luxusních značek hrozí až desetimilionová pokuta. In: *Denik.cz* [online] 16. května 2022. [cit. 2022-06-15] Dostupné z: <https://pardubicky.denik.cz/zlociny-a-soudy/majitelum-padelku-luxusnich-znacek-hrozi-az-desetimilionova-pokuta-20220516.html>
- [85.] VESECKÝ, Z. Prodáváte padělky? Problém budete mít i v případě, že se k tomu přiznáte. In: *Podnikatel.cz*. [online] 15. července 2016. [cit. 2022-06-15] Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/prodavate-padelky-problem-budete-mit-i-v-pripade-ze-se-k-tomu-priznate/>
- [86.] Webová stránka „Cupp.cz“. In: *Cupp.cz*. [online] [cit. 2022-06-15] Dostupné z: <http://www.cupp.cz>
- [87.] Padělání ve výrobě: Jak se bránit. In: *Liftec.cz*. [online] [cit. 2022-06-15] Dostupné z: <https://www.liftec.cz/padelani-ve-vyrobe-se-branit/>
- [88.] Dokument. In: *Uscode.house.gov*. [online] [cit. 2022-06-20] Dostupné z: <http://uscode.house.gov/download/pls/17C1.txt>
- [89.] Ochranné známky. In: *Upv.gov.cz*. [online] [cit. 2022-06-20] Dostupné z: <https://upv.gov.cz/prumyslova-prava/ochranne-znamky>
- [90.] Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví. Stockholmská revize (vyhl. č. 64/1975 Sb, ve znění vyhl. č. 81/1985 Sb.). [online] [cit. 2022-6-20] Dostupné z: <http://www.osn.cz/wp-content/uploads/2015/04/Parizska-umluva.pdf>
- [91.] PRISTÁŠOVÁ, A. Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (TRIPS). In: *Mpo.cz*. [online] 9. srpna 2006. [cit. 2022-6-20] Dostupné z: <https://www.mpo.cz/dokument20974.html>
- [92.] TRIPS — Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights. In: *Wto.org*. [online] [cit. 2022-6-22] Dostupné z: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm
- [93.] ODBOR 06200. Základní informace o dohodě ACTA. In: *Mpo.cz*. [online] 26. dubna 2010. [cit. 2022-6-20] Dostupné z: <https://www.mpo.cz/dokument73001.html>

- [94.] An official website of the European Union. In: *Europa.eu*. [online] [cit. 2022-6-22] Dostupné z: <http://www.europa.eu>
- [95.] YU, P. K. Currents and Crosscurrents in the International Intellectual Property Regime, 38 Loy. In: *L.A. L. Rev.* 323. 2004. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://digitalcommons.lmu.edu/llr/vol38/iss1/7>
- [96.] Copyright notice: knitting and sewing patterns. In: *Gov.uk*. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/publications/copyright-notice-knitting-and-sewing-patterns/copyright-notice-knitting-and-sewing-patterns>
- [97.] Itálie. In: *Businessinfo.cz*. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/italie-souhrna-teritorialni-informace/2/#5.4>
- [98.] SVÁTA, Z. Pozor při nákupu v Itálii na padělané výrobky! In: *Mpo.cz*. [online] 31. července 2006. [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/ochrana-spotrebitele/pozor-pri-nakupu-v-italii-na-padelane-vyrobky!--20303/>
- [99.] Italská policie rozbila síť padělatelů olivového oleje. In: *Ceskatelevize.cz*. [online] 22. dubna 2008. [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/1456867-italska-policie-rozbila-sit-padelatelu-olivoveho-oleje>
- [100.] WIPO. Outline of the Legal and Regulatory Framework for Intellectual Property in the United States of America Prepared by WIPO©. In: *Wipo.int*. [online] [cit. 2022-06-30] Dostupné z: <http://www.wipo.int/wipolex/en/outline/us.pdf>.
- [101.] United States patent and trademark office. Patents, What is Patent. In: *Uspto.gov*. [online] [cit. 2022-06-29]. Dostupné z: <http://www.uspto.gov/patents/index.jsp>
- [102.] Duševní vlastnictví je v Česku dobře chráněno, potvrzují Američané. In: *Mpo.cz*. [online] 11. května 2016. [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://www.mpo.cz/cz/zahranicni-obchod/spolecna>

[obchodni-politika-eu/ochrana-prav-k-dusevni-mu-vlastnictvi/dusevni-vlastnictvi-je-v-cesku-dobre-chroneno--potvrzuji-american--174163/](#)

- [103.] Jak ochránit duševní vlastnictví v Číně? In: *Export.cz.* [online] [cit. 2022-06-29]. Dostupné z: <https://www.export.cz/nazory-a-analyzy/jak-ochranit-dusevni-vlastnictvi-v-cine/>
- [104.] Čína vychovává svou mládež k ochraně práv duševního vlastnictví. In: *Czech.cri.cn.* [online] 27. dubna 2022. [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://czech.cri.cn/society/3887/20220427/752849.html>
- [105.] Čína se zaměřuje na ochranu duševního vlastnictví. Přinese to pokrok s USA? In: *Patria.cz.* [online] 25. listopadu 2019. [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://www.patria.cz/zpravodajstvi/4279412/cina-se-zameruje-na-ochranu-dusevniho-vlastnictvi-prinese-to-pokrok-s-usa.html>
- [106.] Ochrana práv duševního vlastnictví v Číně. In: *Mzv.cz.* [online] [cit. 2022-06-29]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/file/636968/IPR_protection_web.pdf
- [107.] Legislativa. In: *Celnisprava.cz.* [online] [cit. 2022-07-01]. Dostupné z: <https://www.celnisprava.cz/cz/clo/legislativa/Stranky/legislativa-zakladni-informace.aspx>

Správní rozhodnutí

- [108.] Rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví ze dne 9. srpna 2001, sp. zn. ÚPV 0-131254/9-8- 2001.

Seznam obrázků

- [1.] Obrázek č. 1 – Tony Ward Courure. [návrh svatebních šatů] In: *Instagram*. 29. května 2022. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z:
- [2.] Obrázek č. 2 – Tony Ward Courure. [návrh svatebních šatů] In: *Instagram*. 29. května 2022. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z:
- [3.] Obrázek č. 3 – Dolce&Gabbana. [logo] In: *Facebook*. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://www.facebook.com/dolce&gabbana>
- [4.] Obrázek č. 4 – [příklad sériového kódu v kabelce značky Louis Vuitton] In: *Legosinmylouis.com*. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://legosinmylouis.com/check-the-date-code-on-a-louis-vuitton-bag/>
- [5.] Obrázek č. 5 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [nabídka napodobenin značkových kabelek v Chorvatsku]. 26. června 2022. Labin, Chorvatsko.
- [6.] Obrázek č. 6 - DRAHNÁ SAAKYAN, S. [napodobenina loga značky Michael Kors]. 26. června 2022. Labin, Chorvatsko.
- [7.] Obrázek č. 7 - DRAHNÁ SAAKYAN, S. [podšívka napodobeniny kabelky značky Michael Kors]. 26. června 2022. Labin, Chorvatsko.
- [8.] Obrázek č. 8 - DRAHNÁ SAAKYAN, S. [kamenný obchůdek s napodobeniny]. 26. června 2022. Labin, Chorvatsko.
- [9.] Obrázek č. 9 – [podšívka originálu a padělku jedné z kabelek značky Michael Kors] In: *Pinimg.com*. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://i.pinimg.com/736x/81/77/09/817709d1889d401629fce73e3a360a75-michael-kors-purse-michael-kors-selma.jpg>
- [10.] Obrázek č. 10 – [srovnání padělku a originálu kabelky značky Louis Vuitton] In: *Lvbagaholic.com*. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z: https://lvbagaholic.com/blogs/lv_bagaholic/louis-vuitton-neverfull-mm-this-fake-vs-real-comparison
- [11.] Obrázek č. 11 – Han van Meegeren. [Emauzští učedníci]. 1937. [cit. 2022-06-29]

- [12.] Obrázek č. 12 – Česká obchodní inspekce. [Výrobky nebo služby porušující práva duševního vlastnictví meziroční srovnání] In: *Coi.cz*. 2022. [online] [cit. 2022-06-03] Dostupné z: https://www.coi.cz/wp-content/uploads/2022/03/COI_Vyrocní_zprava_2021.pdf
- [13.] Obrázek č. 13 – [valentino red] In: *5starweddingdirectry.com*. [online] [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://5starweddingdirectory.com/blog/valentino-red/>
- [14.] Obrázek č. 14 – [Čtyři NFT na podporu ochrany práv duševního vlastnictví jsou distribuovány zdarma během Světového dne duševního vlastnictví v Číně] In: *Czech.sri.cn* [online] 26. dubna 2022. [cit. 2022-06-29] Dostupné z: <https://czech.cri.cn/society/3887/20220427/752849.html>
- [15.] Obrázek č. 15 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [graf výsledků č. 1 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [16.] Obrázek č. 16 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [graf výsledků č. 2 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [17.] Obrázek č. 17 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [graf výsledků č. 3 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [18.] Obrázek č. 18 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [graf výsledků č. 4 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [19.] Obrázek č. 19 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [graf výsledků č. 5 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [20.] Obrázek č. 20 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [graf výsledků č. 6 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.

- [21.] Obrázek č. 21 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [kontingenční tabulka vybraných odpovědí č. 1 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [22.] Obrázek č. 22 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [kontingenční tabulka vybraných odpovědí č. 2 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [23.] Obrázek č. 23 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [kontingenční tabulka vybraných odpovědí č. 3 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [24.] Obrázek č. 24 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [kontingenční tabulka vybraných odpovědí č. 4 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [25.] Obrázek č. 25 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [kontingenční tabulka vybraných odpovědí č. 5 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.
- [26.] Obrázek č. 26 – DRAHNÁ SAAKYAN, S. [kontingenční tabulka vybraných odpovědí č. 6 ankety „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“] 6. července 2022. Praha, Česká republika.

Seznam příloh

- [27.] Příloha č. 1 – anketa „*Falzifikace módních značek – průzkum pro diplomovou práci*“
- [28.] Příloha č. 2 - Zadání diplomové práce

Příloha č. 1

1. V které věkové skupině se momentálně nacházíte?*

Vyberte jednu odpověď

15-25

25-35

35-45

45 a vyš

2. Místo bydliště?*

Vyberte jednu odpověď

obec 0-10.000 obyvatel

město 10.000-200.000 obyvatel

město 200.000-1.500.000 obyvatel

3. Vnímáte falzifikaci jako velký problém?*

Vyberte jednu odpověď

ANO

NE

4. Dokážete rozeznat padělek výrobků luxusních značek?*

Vyberte jednu odpověď

ANO

NE

5. Koupili byste falzifikát výrobku značek Louis Vuitton, Gucci nebo Prady?*

Vyberte jednu odpověď

ANO

NE

6. Nahlásili byste prodejnu, o které jste přesvědčený, že prodává padělky?*

Vyberte jednu odpověď

ANO

NE

Příloha č. 2

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok: 2021/2022

Studentka:	Bc. Sofia Drahná Saakyan, DiS.
UČO:	5811
Program:	Obchodněprávní vztahy
Specializace:	Obchodněprávní vztahy
Téma práce:	Právní ochrana výrobků proti napodobování
Téma práce anglicky:	Product Protection against Falsification
Vedoucí práce:	Mgr. Antonín Kazda, LL.M.
Zadání:	Práce se bude zaměřovat na rozbor a právní analýzu ochrany výrobků proti napodobování, popíše jednotlivá práva duševního vlastnictví, resp. případně jiné způsoby ochrany, se zaměřením na jeho název, logo s ním spojené nebo vzhled výrobku a jeho obalu. S ohledem na výše uvedené se bude práce soustředit na tato práva duševního vlastnictví: ochranná známka, průmyslový vzor a autorské právo. V uvedené souvislosti bude také zaměřena na celní řízení, vymáhání práv z titulu zmíněných právních institutů včetně kroků ve správním a soudním řízení. Výzkumná otázka: Je právní ochrana výrobků proti falzifikátu v českém právu dostatečná?
Literatura:	1) ACEVEDO, Juan. Autorské právo. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2013. ISBN 978-80-7282-097-9. 2) BÁLKOVÁ, Stanislava. Ochranná známka a průmyslový vzor - jejich ochrana a padělání. Ostrava: Key Publishing, 2011. Monografie (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-110-8. 3) ČADA, Karel. Průmyslověprávní informace. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova nakladatelství Karolinum. ISBN 80-246-0314-4. 4) DOBŘIČOVSKÝ, Tomáš. Moderní trendy práv k duševnímu vlastnictví v kontextu evropského práva, dohody TRIPS a činnosti WIPO. 1. vyd. Praha: Linde Praha a.s. ISBN 80-7201-467-6. 5) EFFENBERGER, Karel. Přehled patentových systémů ve světě. 1. vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 1997. ISBN 80-85100-60-6. 6) FALADOVÁ, Adéla. Autorské právo v praxi. Praha: FCC Public, 2015. ISBN 978-80-86534-26-8. 7) HOFBAUER, Karel. Duševní vlastnictví: práva k nehmotným statkům - patenty, ochranné známky, autorské právo. Ústí nad Labem: Univerzita J.E. Purkyně, 1998. ISBN 80-7044-208-5. 8) HOLCOVÁ, Irena. Ochrana autorských práv. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. ISBN 80-244-0960-7. 9) HORÁČEK, Roman. Zákon o ochraně označení původu a zeměpisných označení; Zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví: komentář. Praha: C.H. Beck, 2008. ISBN 978-80-7400-058-4. 10) HORÁČEK, Roman - ČADA, Karel - HAJN, Petr. Práva k průmyslovému vlastnictví. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2017, 384 s. ISBN 978-80-7400-655-5. 11) JAKL, Ladislav. Duševní vlastnictví a jeho právní ochrana. 2. vydání. Praha: Metropolitan University Prague Press, 2017. ISBN 978-80-87956-50-2. 12) POSPÍŠIL, Michal - HÁK, Jan - REMIŠOVÁ, Jana. Práva z průmyslového vlastnictví. Praha: Vysoká škola aplikovaného práva, 2007. ISBN 978-80-86775-17-3. 13) PROŠEK, Jaroslav. Duševní vlastnictví: pětijazyčný slovník. 2. vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2002. 14) RÝDL, Jan. Průmyslový vzor a zpracování národní přihlášky průmyslového vzoru. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2008. ISBN 978-80-7282-068-9. 15) SRSTKA, Jiří - BARTÁK, Jan - DOBŘIČOVSKÝ, Tomáš, et al. Autorské právo a práva související: vysokoškolská učebnice. 2. aktualizované vydání. Praha: Leges, 2019. Student (Leges). ISBN 978-80-7502-386-5.

Souhlasím se zadáním:

.....
Bc. Sofia Drahná Saakyan, DiS.
studentka

26. 11. 2021
Mgr. Antonín Kazda, LL.M.
vedoucí práce

Strana 2 z 2