



Tisk a informace

Soudní dvůr Evropské unie  
**TISKOVÁ ZPRÁVA č. 97/11**  
V Lucemburku dne 22. září 2011

Rozsudek ve věci C-323/09  
Interflora Inc., Interflora British Unit v. Marks & Spencer plc, Flowers Direct  
Online Ltd

## **Soudní dvůr upřesňuje rozsah ochrany plynoucí z ochranných známek v Evropské unii**

*V projednávaném případě bude muset vnitrostátní soud především ověřit, zda společnost Marks & Spencer používáním klíčových slov odpovídajících ochranné známce svého konkurenta, společnosti Interflora, v rámci služby optimalizace pro vyhledávače společnosti Google, zasáhla do některé z „funkcí“ této ochranné známky nebo se dopustila parazitování*

Americká společnost Interflora Inc. provozuje síť pro doručování květin po celém světě. Interflora British Unit je držitelkou licence udělené společností Interflora Inc. Součástí sítě Interflora jsou květinářství, u nichž mohou klienti osobně, telefonicky nebo po internetu zadávat objednávky, jež poté uspokojí člen sítě, který se nachází nejbližší místu, na které mají být květiny dodány.

INTERFLORA je národní ochrannou známkou ve Spojeném království a rovněž ochrannou známkou Společenství. Tyto ochranné známky mají ve Spojeném království i v ostatních členských státech Evropské unie velmi dobré jméno.

Marks & Spencer („M&S“), společnost založená podle anglického práva, je jedním z hlavních maloobchodníků ve Spojeném království. Jednou z jejích činností je prodej a doručování květin, takže tato obchodní činnost konkuruje činnosti společnosti Interflora.

Společnost M&S si v rámci služby optimalizace pro vyhledávače společnosti Google nazvané „AdWords“ zvolila jako klíčová slova výraz „Interflora“ a jeho varianty, a to „Interflora Flowers“, „Interflora Delivery“, „Interflora.com“, „Interflora.co.uk“, atd. Když si poté uživatel internetu zadal jako hledaný výraz ve vyhledávači Google slovo „Interflora“ nebo některou z těchto variant, objevila se inzerce společnosti M&S.

High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Spojené království), u něhož Interflora podala proti společnosti M&S žalobu pro porušení svých práv z ochranné známky, se Soudního dvora dotazuje na několik aspektů užívání klíčových slov totožných s ochrannou známkou<sup>1</sup>, a to konkurentem v rámci služby optimalizace pro vyhledávače na internetu, přičemž k tomuto užívání nebyl dán souhlas.

Soudní dvůr nejprve připomíná, že v případě užívání označení totožného s ochrannou známkou ze strany třetí osoby pro výrobky nebo služby, které jsou totožné s těmi, pro které je ochranná známka zapsána, je majitel ochranné známky oprávněn toto užívání zakázat pouze tehdy, když je toto užívání s to zasáhnout do některé z „funkcí“ ochranné známky. Základní funkcí ochranné známky je zaručit spotřebitelům původ výrobku nebo služby, na které se ochranná známka vztahuje (funkce označení původu), přičemž dalšími funkcemi jsou především funkce reklamní či

<sup>1</sup> První směrnice Rady 89/104/EHS ze dne 21. prosince 1988, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách (Úř. věst. 1989, L 40, s. 1; Zvl. vyd. 17/01, s. 92), zrušená směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2008/95/ES ze dne 22. října 2008, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách (Úř. věst. L 299, s. 25).

Nařízení Rady (ES) č. 40/94 ze dne 20. prosince 1993 o ochranné známce Společenství (Úř. věst. 1994, L 11, s. 1; Zvl. vyd. 17/01, s. 146), zrušené nařízením Rady (ES) č. 207/2009 ze dne 26. února 2009 o ochranné známce Společenství (Úř. věst. L 78, s. 1).

investiční. Soudní dvůr v této souvislosti uvádí, že funkce označení původu ochranné známky není jedinou funkcí ochranné známky, které je přiznána ochrana před zásahy ze strany třetích osob. Ochranná známka je totiž často – kromě označení původu výrobků nebo služeb – nástrojem obchodní strategie, který se používá především pro reklamní účely nebo pro získání dobré pověsti k zachování přízně spotřebitele.

Soudní dvůr odkázal na svou judikaturu ve věci Google<sup>2</sup> a připomíná, že k zásahu do **funkce označení původu** ochranné známky dochází tehdy, když inzerce zobrazená z klíčového slova odpovídajícího ochranné známce neumožňuje nebo umožňuje jen s obtížemi běžně informovanému a přiměřeně pozornému uživateli internetu zjistit, zda výrobky nebo služby, kterých se inzerce týká, pocházejí od majitele ochranné známky nebo od podniku, který je s ním hospodářsky propojen, či naopak od třetí osoby. Naproti tomu užívání označení totožného s ochrannou známkou jiné osoby v rámci takové služby optimalizace pro vyhledávače, jako je služba „AdWords“, nezasahuje do reklamní funkce ochranné známky.

Kromě toho Soudní dvůr poprvé provádí posouzení ochrany **investiční funkce** ochranné známky. **K zásahu do této funkce tak dochází tehdy, když konkurent užívá označení totožné s ochrannou známkou pro totožné výrobky nebo služby a toto užívání brání podstatným způsobem tomu, aby majitel používal svou ochrannou známku k získání či udržení dobré pověsti, která umožňuje přilákat spotřebitele a zachovat si jejich přízeň.** V situaci, kdy ochranná známka již požívá dobré pověsti, dochází k zásahu do investiční funkce v případě, že toto užívání zasahuje do této dobré pověsti, a ohrožuje tak její zachování.

**Naopak nelze připustit, že majitel ochranné známky bude moci bránit konkurentovi v takovém užívání, je-li jediným následkem tohoto užívání přinutit majitele této ochranné známky, aby přizpůsobil své úsilí k získání nebo udržení si dobré pověsti, která může přilákat spotřebitele a zachovat si jejich přízeň.** Stejně tak se majitel této ochranné známky nemůže účinně dovolávat okolnosti, že toto užívání vede u některých spotřebitelů k tomu, že se odvracejí od výrobků nebo služeb nesoucích uvedenou ochrannou známku.

V projednávaném případě přísluší předkládajícímu soudu, aby ověřil, zda užívání označení totožného s ochrannou známkou INTERFLORA ze strany společnosti M&S ohrožuje udržení dobré pověsti společnosti Interflora, která může přilákat spotřebitele a zachovat si jejich přízeň.

Soudní dvůr, který byl rovněž dotázán na zesílenou ochranu ochranných známek s dobrým jménem a především na rozsah pojmů „rozmělnění“ (újma způsobená rozlišovací způsobilostí ochranné známky s dobrým jménem) a „parazitování“ (protiprávní těžení z rozlišovací způsobilosti ochranné známky nebo jejího dobrého jména), mimo jiné konstatuje, že výběr označení totožných s ochrannou známkou s dobrým jménem, která patří jiné osobě, nebo označení jí podobných bez „řádného důvodu“ v rámci služby optimalizace pro vyhledávače lze kvalifikovat jako parazitování. Takový závěr může být relevantní především v případech, kdy inzerenti na internetu nabízejí prostřednictvím výběru klíčových slov odpovídajících ochranným známkám s dobrým jménem, k prodeji výrobky, které jsou napodobeninami výrobků majitele uvedených ochranných známek.

**Jestliže naopak reklama zobrazená na internetu prostřednictvím klíčového slova odpovídajícího ochranné známce s dobrým jménem propaguje alternativu k výrobkům nebo službám majitele ochranné známky s dobrým jménem – aniž nabízí pouhou napodobeninu výrobků nebo služeb majitele této ochranné známky, vede k rozmělnění nebo k újmě jejímu dobrému jménu (pošpinění) či zasahuje do funkcí uvedené ochranné známky – spadá takové užívání v zásadě do mezí zdravé a spravedlivé hospodářské soutěže v odvětví dotyčných výrobků nebo služeb.**

---

**UPOZORNĚNÍ:** Žádost o rozhodnutí o předběžné otázce umožňuje soudům členských států, aby v rámci sporu, který projednávají, položily Soudnímu dvoru otázky týkající se výkladu práva Unie nebo platnosti aktu Unie. Soudní dvůr nerozhoduje ve sporu před vnitrostátním soudem. Vnitrostátní soud musí věc rozhodnout

---

<sup>2</sup> Rozsudek ze dne 23. března 2010, Google France & Google Inc. a další v. Louis Vuitton Malletier a další (spojené věci C-236/08 až C-238/08), viz TZ č. [32/10](#).

v souladu s rozhodnutím Soudního dvora. Toto rozhodnutí je stejně tak závazné pro ostatní vnitrostátní soudy, které případně budou projednávat podobný problém.

---

*Neoficiální dokument pro potřeby sdělovacích prostředků, který nezavazuje Soudní dvůr.*

[Úplné znění](#) rozsudku se zveřejňuje na internetové stránce CURIA v den vyhlášení.

Kontaktní osoba pro tisk: Balázs Lehoczki ☎ (+352) 4303 5499

Obrazový záznam z vyhlášení rozsudku je dostupný na [Europe by Satellite](#) ☎ (+32) 2 2964106