

STANOVISKO GENERÁLNÍHO ADVOKÁTA

ANTONIA TIZZANA

přednesené dne 9. prosince 2004¹

I – Úvod

II – Právní rámec

A – Použitelné právo Společenství

1. Předmětem projednávané věci je žádost o rozhodnutí o předběžné otázce podaná Korkein oikeus (Nejvyšší soud) (Finsko) a týkající se výkladu čl. 6 odst. 1 písm. c) první směrnice Rady 89/104/EHS ze dne 21. prosince 1988, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách (dále jen „směrnice 89/104“ nebo „směrnice“)². Stručně řečeno, vnitrostátní soud se Soudního dvora táže, za jakých okolností je třeba užít ochranné známky jiného považovat za oprávněné z pohledu směrnice.

2. Pokud se týče projednávaného případu, zasáhlo Společenství do právní úpravy ochranných známek přijetím směrnice 89/104, kterou se sblíží právní předpisy členských států o některých aspektech této oblasti, aniž však bylo dosaženo úplné harmonizace.

3. V první řadě připomínám desátý bod odůvodnění směrnice, kde se mimo jiné stanoví, že cílem ochrany, kterou poskytuje zapsaná ochranná známka, je „především zajistit funkci označení původu“ této známky.

¹ – Původní jazyk: itaština.

² – Úř. věst. L 40, s. 1; Zvl. vyd. 17/01, s. 92.

4. Pro účely projednávané věci je dále třeba poukázat na čl. 5 odst. 1 směrnice, podle nějž:

„Ochranná známka neopravňuje majitele, aby zakázal třetí osobě užívat v obchodním styku,

„Ze zapsané ochranné známky vyplývají pro jejího majitele výlučná práva. Majitel je oprávněn zakázat všem třetím osobám, které nemají jeho souhlas, aby v obchodním styku užívaly:

[...]

a) označení totožné s ochrannou známkou pro zboží nebo služby, které jsou totožné s těmi, pro něž je známka zapsána;

c) ochrannou známku, je-li to nezbytné k označení účelu zboží nebo služby, zejména v případě příslušenství nebo náhradních dílů,

b) označení, u něhož z důvodu jeho totožnosti nebo podobnosti s ochrannou známkou a totožnosti či podobnosti zboží nebo služeb označovaných ochrannou známkou a označením existuje nebezpečí záměny u veřejnosti, včetně nebezpečí asociace označení s ochrannou známkou.“

pokud je užívá v souladu s poctivými zvyklostmi v průmyslu nebo v obchodě.“

5. Pro účely tohoto sporu je dále zásadní čl. 6 odst. 1 směrnice, který stanoví:

6. Nakonec je třeba připomenout i směrnici Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy³, ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/55/ES ze dne 6. října 1997, která do ní vložila ustanovení o srovnávací reklamě⁴ (dále jen „směrnice 84/450 ve znění změn“, respektive „směrnice 97/55“), jejímž cílem je v souladu s jejím

3 — Úř. věst. L 250, s. 17; Zvl. vyd. 15/01, s. 227.

4 — Úř. věst. L 290, s. 18; Zvl. vyd. 15/03, s. 365.

článkem 1 „chránit spotřebitele, osoby provozující obchod, živnost, nebo řemeslo nebo vykonávající svobodné povolání, jakož i zájmy široké veřejnosti proti klamavé reklamě a jejím nekalým účinkům a stanovit podmínky, za nichž je povolena srovnávací reklama“.

firmy, jiného rozlišovacího znaku, zboží, služeb, činností nebo postavení soutěžitele;

[...]

7. Článek 3a odst. 1 směrnice 85/450 ve znění změn stanoví:

g) protiprávně netěží z dobré pověsti ochranné známky, obchodní firmy nebo jiných rozlišovacích znaků soutěžitele anebo označení původu konkurujících výrobků;

„Srovnávací reklama, pokud jde o srovnání, je povolena při splnění následujících podmínek:

h) nepředstavuje zboží nebo službu jako napodobeninu nebo reprodukci jiného zboží či služby nesoucí chráněnou známku nebo chráněnou obchodní firmu“.

[...]

d) nevyvolává na trhu nejasnost v rozlišení mezi inzerentem reklamy a soutěžitelem anebo mezi ochrannými známkami, obchodními firmami, jinými rozlišovacími znaky, zbožím nebo službami inzerenta reklamy a soutěžitele;

B – Vnitrostátní právo

8. Ve Finsku je právo ochranných známek upraveno tavaramerkkilaki (finským zákonem o ochranných známkách, dále jen „tavaramerkkilaki“) ⁵.

e) nemá za následek oslabení důvěry nebo hanobení ochranné známky, obchodní

5 – Zákon č. 1964/7 ze dne 10. ledna 1964 o ochranných známkách.

9. V čl. 4 odst. 1 tavaramerklilaki jsou výlučná práva majitele ochranné známky definována následovně:

„Právo umístit na své zboží rozlišovací označení, upravené v článkách 1 až 3 tohoto zákona, v sobě zahrnuje, že jiná osoba než majitel znaku nemůže v obchodním styku užívat jako označení pro své zboží zmínky, které by mohly vést k záměně, ať již na zboží nebo jeho obalu, v reklamě nebo v obchodních dokumentech nebo jiným způsobem, včetně ústního užívání.“

10. V čl. 4 odst. 2 téhož zákona se dále upřesňuje:

„Za nepovolené užívání ve smyslu odstavce 1 se považuje mimo jiné uvedení na trh náhradních dílů, příslušenství atd., které jsou kompatibilní s výrobkem vyráběným nebo prodávaným jinou osobou a které připomínají ochrannou známku způsobem, který může vyvolávat dojem, že výrobek uvedený na trh pochází od majitele ochranné známky nebo že povolil užívání své ochranné známky.“

11. Z předkládacího usnesení vyplývá, že posledně uvedené ustanovení se chápe jako

výjimka z výlučných práv majitele ochranné známky v tom smyslu, že se nejedná o porušení jeho práv v případě, že určitá osoba při uvádění svých vlastních výrobků na trh zmíní ochrannou známku třetí osoby, aniž by tím vyvolala dojem, že prodávané zboží pochází od majitele ochranné známky nebo že majitel ochranné známky dal k jejímu užití svůj souhlas.

III – Skutkový stav a řízení

12. Americká společnost The Gillette Company je majitelem ochranných známek „Gillette“ a „Sensor“, které jsou obě zapsány ve Finsku pro jistý počet výrobků včetně holicích strojků. Její finská dceřiná společnost, Gillette Group Finland Oy (dále budu obě společnosti dohromady označovat jen jako „Gillette“), je držitelem výlučného práva k užívání těchto ochranných známek ve Finsku, kde uvádí na trh různé holicí strojky včetně těch, které se skládají z násadky a vyměnitelné čepelky, jakož i samostatné čepelky.

13. Společnost LA Laboratories Ltd Oy (dále jen „LA“) také prodává ve Finsku výrobky téhož typu, a sice holicí strojky skládající se z násadky a vyměnitelné čepelky, jakož i samostatné čepelky. Tato společnost uvedla

na trh čepelky pod ochrannou známkou „Parason Flexor“, na jejichž obal umístila červený štítek s nápisem „všechny násadky Parason Flexor a Gillette Sensor jsou kompatibilní s touto čepelkou“.

14. Z předkládacího usnesení vyplývá, že LA neměla povolení ve formě licence ochranné známky nebo jakékoliv jiné smlouvy užívat ochranné známky Gillette.

15. Gillette tedy podala na LA žalobu k Helsingin käräjäoikeus (soud prvního stupně v Helsinkách), v níž uplatnila, že žalovaná svým jednáním porušila zapsané ochranné známky „Gillette“ a „Sensor“. Podle žalobkyně budilo chování LA klamný dojem, že její výrobky jsou totožné s výrobky žalobkyně nebo jim podobné nebo že LA má na základě licence nebo z jiného oprávněného titulu právo uvedené ochranné známky legálně užívat.

16. Helsingin käräjäoikeus se k tomuto tvrzení přiklonil a rozhodnutím ze dne 30. března 2000 rozhodl, že užitím zmíněných ochranných známek na obalech čepelék holicího strojku „Parason Flexor“, které LA

uvádí na trh, tato společnost porušila výlučné právo Gillette podle čl. 4 odst. 1 tavaramerkkilaki.

17. Helsingin käräjäoikeus v daném případě vyloučil použitelnost výjimky podle čl. 4 odst. 2 tavaramerkkilaki. Tato výjimka, kterou je třeba vykládat úzce ve světle směrnice 89/104 a zejména jejího čl. 6 odst. 1 písm. c), se nevztahuje na hlavní výrobek, nýbrž pouze na náhradní díly, příslušenství a ostatní součásti tohoto typu. Podle käräjäoikeus však násadka i čepelka měly být považovány za hlavní části holicího strojku, a nespadaly tedy do rozsahu působnosti výjimky.

18. Finský soud proto zakázal LA pokračování v této praxi či její opětovné zavádění, přičemž jí mimo jiné nařídil stáhnout obaly zmiňující „Gillette“ a „Sensor“, zničit ve Finsku použité štítky obsahující uvedené známky a nahradit škodu, která Gillette vznikla.

19. LA se proti tomuto rozhodnutí odvolala k Helsingin hovioikeus (odvolací soud v Helsinkách), který dne 17. května 2001 vydal zcela opačné rozhodnutí.

20. Soud druhého stupně měl zaprvé za to, že čepelky tvoří náhradní díly ve smyslu čl. 4 odst. 2 tavaramerkkilaki. Spotřebitel, který již vlastní násadku „Gillette Sensor“, je v každém případě díky zmínce na štítku informován o tom, že tuto násadku lze používat s čepelkami prodávanými společnostmi Gillette, ale také s čepelkami „Parason Flexor“. Krom toho bylo zjištěno, že na obalech LA jsou viditelně uvedeny ochranné známky „Parason“ a „Flexor“, které zřetelně objasňují původ výrobků, zatímco ochranné známky „Gillette“ a „Sensor“ byly uvedeny malými písmeny na štítcích menších rozměrů umístěných na obalech čepelek. To vylučuje, že by se zde jednalo o obchodní využití ochranné známky jiného nebo že by byl vytvářen dojem, že majitelé různých ochranných známek jsou obchodně spojeni. Odvolací soud tedy dospěl k závěru, že LA použila ochranné známky Gillette za podmínek dovolených v čl. 4 odst. 2 tavaramerkkilaki.

21. Gillette tedy podala dovolání ke Korkein oikeus, který vyjádřil pochybnosti ohledně výkladu čl. 6 odst. 1 písm. c) směrnice 89/104.

22. Usnesením ze dne 23. května 2003 se proto rozhodl přerušit řízení a položit

Soudnímu dvoru následující předběžné otázky:

„Pro účely použití článku 6 odst. 1 písm. c) směrnice 89/104,

- 1) jaká jsou kritéria
 - a) která umožňují určit, zda lze výrobek považovat za náhradní díl nebo příslušenství, a
 - b) která umožňují určit jiné výrobky, než které lze považovat za náhradní díly nebo příslušenství, které mohou také náležet do působnosti výše uvedeného ustanovení?
- 2) Je třeba posuzovat oprávněnost užití ochranné známky patřící jiné osobě rozdílně podle toho, zda je výrobek možno přirovnat k náhradnímu dílu nebo k příslušenství, nebo zda se jedná o výrobek, který může z jakéhokoliv jiného důvodu náležet do působnosti výše uvedeného ustanovení?

- 3) Jak je třeba vykládat požadavek, že užití musí být ‚nezbytné‘ k označení účelu výrobku? Může být požadavek nezbytnosti uspokojen, pokud je možno uvést tento účel bez výslovného odkazu na ochrannou známku patřící jiné osobě, například s pomocí technických zásad, podle kterých výrobek funguje? Jaká je relevance skutečnosti, že způsob představení výrobku může být pro spotřebitele bez výslovného uvedení ochranné známky patřící jiné osobě méně jasný?

užívány, vliv na oprávněnost užití ochranné známky patřící jiné osobě?“

23. V rámci takto zahájeného řízení předložily svá písemná vyjádření žalobkyně v původním řízení, vláda Spojeného království, finská vláda a Komise.

24. Účastníci původního řízení, finská vláda a Komise vystoupili na jednání konaném dne 21. října 2004.

- 4) Jaké poznatky je nutno vzít v úvahu při posuzování dodržování poctivých zvyklostí v průmyslu nebo v obchodě? Je zmínění ochranné známky patřící jiné osobě během prodeje vlastních výrobků údajem, že jsou tyto výrobky stejné, jak kvalitou, tak svými technickými nebo jinými vlastnostmi, jako výrobky prodávané pod ochrannou známkou jiné osoby?

IV – Právní rozbor

A – Úvod

25. Je všeobecně známo, že základní funkcí ochranné známky, jak vyplývá z desátého bodu odůvodnění směrnice 89/104 i z ustálené judikatury Soudního dvora, je zajistit funkci označení původu⁶.

6 – Viz mimo jiné rozsudky ze dne 23. května 1978, Hoffmann-La Roche (102/77, Recueil, s. 1139, bod 7); ze dne 12. listopadu 2002, Arsenal Football Club (C-206/01, Recueil, s. I-10273, bod 51); ze dne 11. března 2003, Ansul (C-40/01, Recueil, s. I-2439, bod 36); a ze dne 16. listopadu 2004, Anheuser-Busch (C-245/02, Recueil, s. I-10989, bod 59).

- 5) Má skutečnost, že hospodářský subjekt, který se odvolává na ochrannou známku patřící jiné osobě, neprodává pouze náhradní díly nebo příslušenství, ale také samotné výrobky, se kterými jsou tyto náhradní díly nebo příslušenství

26. Aby byla tato funkce účinně zajištěna, musí mít majitel ochranné známky možnost zabránit jejímu nepovolenému používání třetími osobami, které by mohlo spotřebitele uvést v omyl tím, že v nich vzbudí klamnou domněnku, že určitý výrobek byl vyroben majitelem ochranné známky. Článek 5 odst. 1 směrnice tedy majiteli ochranné známky uděluje výlučné právo k jejímu užití.

27. Toto právo však nemá absolutní dosah. V článku 6 téže směrnice je totiž stanoveno, že v jistých případech může být ochranná známka legálně umístěna na výrobcích, které nejsou vyrobeny jejím majitelem.

28. Podle tohoto ustanovení je užití ochranné známky jiného dovoleno zejména tehdy, slouží-li k označení účelu výrobku, je-li k tomu nezbytné a je-li činěno v souladu s poctivými zvyklostmi v průmyslu nebo v obchodě (dále též „poctivé zvyklosti“).

29. Důvody tohoto omezení výlučného užívání ochranné známky byly upřesněny samotným Soudním dvorem. Podle ustálené judikatury totiž „omezení účinků práv, která má majitel ochranné známky podle článku 5

směrnice 89/104, stanovené v článku 6 téže směrnice, má za cíl sladit základní zájmy ochrany práva k ochranné známce se zájmy volného pohybu zboží a služeb na společném trhu, a to takovým způsobem, aby právo ze známky mohlo plnit svou úlohu podstatné součásti systému nenarušené soutěže, jehož zavedení a zachování je cílem Smlouvy“⁷.

30. Lze tedy tvrdit, že omezením výlučného práva upraveného v článku 5 zajišťuje čl. 6 odst. 1 písm. c) směrnice 89/104 rovnováhu mezi zájmem majitele, aby ochranná známka mohla zcela plnit svou funkci záruky označení původu jeho výrobků, a zájmem ostatních subjektů na úplném přístupu na trh, čímž ostatně není vyloučena existence dalších zájmů – jak zjevně potvrzuje rozsáhlý odkaz na volný pohyb obsažený ve výše uvedené pasáži rozsudku Soudního dvora a jak také uvidíme dále.

B – K první a druhé otázce

31. Nyní se dostávám k otázkám položeným předkládajícím soudem.

⁷ – Rozsudek ze dne 7. ledna 2004, Gerolsteiner Brunnen (C-100/02, Recueil, s. I-691, bod 16, a judikatura uvedená v tomto rozsudku).

32. Prvními dvěma otázkami, které posoudím společně, se tedy tento soud v podstatě táže, jaká jsou pro účely použití čl. 6 odst. 1 písm. c) směrnice 89/104 kritéria k rozlišení hlavních výrobků a náhradních dílů a k určení, jaké jiné výrobky, než které lze považovat za náhradní díly nebo příslušenství, mohou také náležet do působnosti tohoto ustanovení. Účelem toho je zjistit, zda se pro tyto jiné výrobky má oprávněnost umístění ochranné známky jiného posuzovat odlišně ve vztahu k náhradním dílům a příslušenství.

33. Jak již bylo uvedeno výše, jednou z podmínek pro oprávněné umístění ochranné známky jiného na výrobku je, že tato ochranná známka plní funkci označení účelu takového výrobku, a nikoli jeho původu.

34. Z tohoto úhlu pohledu se domnívám, že možnost užívat ochrannou známku jiného k označení účelu a bez udání čehokoli, co se týká původu, se v převážné míře nabízí obdobným způsobem u všech výrobků či služeb.

35. Nejčastěji tomu tak bude samozřejmě v případě příslušenství a náhradních dílů, jež

musejí být používány spolu s hlavním výrobkem, který ve většině případů nelze označit jinak než s pomocí jeho ochranné známky. Stačí si například představit výfuk či stojan na kola zvláště vyvinuté pro vozidla Volkswagen Polo, což jsou příklady, které poskytla vláda Spojeného království. Ke stejné situaci však může dojít u dvou výrobků, z nichž ani jeden není příslušenstvím či náhradním dílem druhého. Představme si, využijí-li opět příkladů poskytnutých vládou Spojeného království, počítač vyrobený podnikem A a operační systém od podniku B, které jsou navzájem kompatibilní. Nejedná se tady ani o příslušenství, ani o náhradní díly, přičemž oba výrobky jsou na sobě nezávislé. Dotyčný podnik však může oprávněně sdělit veřejnosti, že jeho výrobek může být svým účelem určen pro výrobek jiného podniku a obráceně.

36. Proto se domnívám, že na základě zde posuzované podmínky žádný výrobek nelze v zásadě vyloučit z rozsahu působnosti čl. 6 odst. 1 písm. c) směrnice. Ať již se tedy jedná o hlavní výrobek, o příslušenství nebo o náhradní díl, předmětnou podmínku je třeba považovat za splněnou, jestliže zmínění ochranné známky jiného je nezbytné k označení jeho účelu.

37. Tento výklad dle mého názoru podporují i další argumenty. Začnu-li u samotného znění dotčeného ustanovení, mohu poznamenat, že zmínka o příslušenství a náhradních dílech je uvozena výrazem „zejména“. Proto se lze oprávněně domnívat, že omezení výlučného práva se může vztahovat také na výrobky, které nejsou příslušenstvím nebo náhradním dílem, a to tím spíše, jak na to upozornila Komise, že původní návrh směrnice, který předložila, tuto možnost jasně vylučoval, ale posléze byl právě v tomto bodě změněn⁸.

38. Jak již mimochodem uvedla vláda Spojeného království, v dotčeném ustanovení je nejen zmínka o účelu výrobků, ale také služeb, v jejichž případě by bylo jen stěží možné si představit příslušenství či náhradní díly.

39. To vše dle mého mínění potvrzuje, že pro účely použití čl. 6 odst. 1 písm. c) směrnice není nijak nezbytné, aby výrobek byl nejprve kvalifikován jako hlavní výrobek, příslušenství nebo náhradní díl, protože

v každém případě je rozhodující otázka, zda uvedení ochranné známky jiného je nezbytné k označení účelu výrobku (nebo služby) a zda tím nedochází k záměně, pokud se jedná o jeho původ.

40. Je-li tomu tak, nedomnívám se, že by bylo v tomto případě nutné, aby se Soudní dvůr vyjadřoval ke kritériím, s jejichž pomocí by bylo možné určit hlavní výrobky a odlišit je od příslušenství a náhradních dílů, jak je o to žádán v první otázce.

41. Proto navrhuji, aby bylo na první a druhou otázku odpovězeno v tom smyslu, že jelikož je pro účely použití čl. 6 odst. 1 písm. c) směrnice 89/104 třeba určit pouze to, zda je uvedení ochranné známky jiného nezbytné k označení účelu výrobku (nebo služby) a zda tím nedochází k záměně, pokud se jedná o jeho původ, posouzení oprávněnosti užití ochranné známky jiného je stejné, ať již se jedná o hlavní výrobek, příslušenství nebo náhradní díl.

C – Ke třetí otázce

42. Třetí otázkou se vnitrostátní soud v podstatě táže, jaké skutečnosti je třeba vzít

⁸ – V článku 5 návrhu první směrnice Rady, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách, předloženého Komisí dne 25. listopadu 1980, se stanovilo, že „[o]chranná známka neopravňuje zakázat třetí osobě užívat v obchodním styku: [...] c) ochrannou známku k označení účelu příslušenství nebo náhradních dílů [...]“ (Úř. věst. 1980 C 351, s. 1).

v úvahu při posuzování, zda užití ochranné známky jiného je ve smyslu čl. 6 odst. 1 písm. c) směrnice „nezbytné“ k označení účelu výrobku.

uvedené podmínky by ve svém důsledku narušil užitečný účinek ustanovení.

43. Ve vyjádřeních předložených Soudnímu dvoru zastávají vedlejší účastníci dva zcela protichůdné výklady výše uvedené podmínky nezbytnosti užívání ochranné známky třetí osoby.

46. Spojené království se totiž domnívá, že kdyby podmínka nezbytnosti zmínky ochranné známky jiného byla považována za splněnou pouze v případě, kdy nelze sdělit jiným způsobem informace, které potenciální kupující potřebuje k pochopení účelu výrobku, pak by hrozilo, že předmětné ustanovení nebude v praxi nikdy uplatněno. Téměř ve všech případech by totiž bylo možné k označení účelu výrobku zajistit jiný způsob nežli zmínění ochranné známky jiného, a to například obrazem či technickým popisem typu výrobku, s nímž má být daný výrobek použit.

44. Vláda Spojeného království navrhuje, že by dotčená podmínka měla být považována za splněnou, jestliže zmínění ochranné známky jiného představuje „účinný a vhodný prostředek [poskytující]“⁹ potenciálním kupujícím výrobku informace o jeho účelu.

47. Tento názor sdílí i finská vláda a Komise, dle jejichž názoru je důležité zohlednit také charakteristiku potenciálních kupujících výrobku nesoucího ochrannou známku jiného. Definice toho, co je „nezbytné“ sdělit, se totiž liší podle toho, zda je výrobek určen pro konečné spotřebitele nebo pro další podnikatele. Pouze v druhém případě by bylo možné prostřednictvím technických údajů sdělit vhodným způsobem informace týkající se účelu výrobku, aniž by bylo „nezbytné“ zmiňovat ochrannou známku jiného. Pro průměrného spotřebitele by však

45. Vláda Spojeného království v této souvislosti připomíná, že účelem dotčeného ustanovení je umožnit rozvoj nenarušené soutěže a že příliš restriktivní výklad výše

9 — V anglickém originále vyjádření Spojeného království: „[...] an efficient and accurate means“.

při absenci takové zmínky bylo obtížnější pochopit účel výrobku, ledaže by existovaly všeobecně známé technické standardy umožňující spotřebitelům snadné pochopení účelu výrobku, o něž mají zájem. Jak již bylo zmíněno na jednání, mohlo by tomu tak být v případě pneumatik, pro něž existují snadno srozumitelné kódy, díky nimž může potenciální kupující pochopit, které modely jsou určeny pro jeho automobil.

48. Gillette naopak zastává striktně a výhradně ekonomický výklad dotčené podmínky. Dle jejího názoru totiž užití ochranné známky jiného lze považovat za „nezbytné“ pouze tehdy, je-li to pro uživatele jediná možnost, jak svůj výrobek uvádět na trh za rozumných ekonomických podmínek.

49. S použitím tohoto argumentu na projednávaný případ Gillette poukazuje na to, že čepelky LA nejsou určeny výhradně pro násadky Gillette, ale také pro násadky vyráběné samotnou společností LA a pro násadky jiných ochranných známek, jak již bylo konstatováno na jednání. Z toho podle Gillette vyplývá, že čepelky LA by měly přístup na trh a mohly by být prodávány za

ekonomicky přijatelných podmínek, i kdyby na jejich obalech nebylo uvedeno, že je lze upevnit i na násadky vyráběné společností Gillette.

50. Jinak by tomu bylo, kdyby nebylo možné pro čepelky LA uvést žádný účel bez zmínění výše uvedených ochranných známek, neboť v takovém případě by po předmětných čepelkách nebyla žádná poptávka, což by vylučovalo jakoukoli možnost působit v ekonomicky přijatelných podmínkách. V projednávané věci tomu tak však není, jak zdůrazňuje Gillette, protože LA sama také vyrábí násadky, takže jejím čepelkám by nebyl znemožněn přístup na trh v případě, že by jí bylo zakázáno zmiňovat na svých obalech ochranné známky Gillette.

51. Připouštím, že argumentace Gillette vychází více ze znění čl. 6 odst. 1 písm. c) směrnice, který nehovoří o „účinnosti“, nýbrž o „nezbytnosti“ užití ochranné známky jiného; tyto termíny samozřejmě nejsou synonyma.

52. Rozdíl mezi konečným zněním dotčeného ustanovení a zněním návrhu před-

loženího Komisi¹⁰ tuto argumentaci zjevně potvrzuje. Uvedený návrh totiž předpokládal, že třetí osoby mohou užívat ochrannou známku jiného „k označení účelu příslušenství nebo náhradních dílů“¹¹; naopak, jak již bylo uvedeno výše, konečné znění je více restriktivní, když stanoví, že takové užití ochranné známky je přípustné jen tehdy, „je-li to nezbytné k označení účelu [...]“.

anebo zda výjimka, kterou zavádí čl. 6 odst. 1, odůvodňuje zohlednění také dalších požadavků.

53. Lze si však položit otázku, zda se posouzení věci může omezit na filologickou analýzu osamocené pasáže dotčeného ustanovení či zda je naopak třeba vztáhnout je obecněji i na smysl a dosah tohoto ustanovení a na cíle, které sleduje.

55. Domnívám se, že toto ustanovení vytváří také prostor pro hodnoty a zájmy, které tam nejsou výslovně uvedeny, ale které by jen stěží bylo možné pominout v obecnější rovině. A to tím spíše, že na ně odkazuje výše připomenutá judikatura Soudního dvora (viz bod 29 výše), v níž se uvádí, že čl. 6 odst. 1 „má za cíl sladit základní zájmy ochrany práva k ochranné známce se zájmy volného pohybu zboží a služeb na společném trhu, a to takovým způsobem, aby právo ze známky mohlo plnit svou úlohu podstatné součásti systému nenarušené soutěže, jehož zavedení a zachování je cílem Smlouvy“.

54. Přesněji řečeno, lze si klást otázku, zda se ochrana známky, která je bezpochyby základním cílem směrnice, má posuzovat pouze s ohledem na požadavky majitele ochranné známky, a může tedy podléhat, jak tvrdí Gillette, pouze omezením zcela nezbytným v ekonomické rovině, aby se i ostatním podnikům umožnilo působení na trhu,

56. Jak zdůrazňuje Soudní dvůr, v daném případě se tedy jedná o sladění dvou rozdílných zájmů, přičemž oba mají za cíl zajištění systému nenarušené soutěže, a tedy v konečném důsledku i práva spotřebitele zvolit si z několika zaměnitelných výrobků. Jinými slovy, je třeba mít za to, že kromě ochrany hospodářských zájmů majitele ochranné známky má směrnice zaručovat také možnost volby spotřebitelů tím, že jim

10 — Článek 5 písm. c), uvedený výše v poznámce pod čarou 8.

11 — Odlišeno autorem tohoto stanoviska.

poskytuje nejen záruku označení původu výrobků, ale také plné využití výhod plynoucích ze vzájemné soutěže výrobků, které jsou s to uspokojit tutéž potřebu.

57. Mají-li tedy být tyto jednotlivé zájmy sladěny díky výjimce upravené v čl. 6 odst. 1, plyne z toho v kontextu širší analýzy výše zmíněného ustanovení, že nelze uplatňovat pouze argumenty vycházející ze samotného znění určité pasáže tohoto ustanovení, a upřednostňovat tak některý z těchto zájmů a vyloučit relevanci ostatních, protože podle slov samotného Soudního dvora má toto ustanovení za cíl sblížení všech těchto zájmů.

58. Významný důkaz o potřebě co nejširšího zohlednění a sblížení různých dotčených požadavků lze dle mého názoru rovněž nalézt v judikatuře Společenství a zejména v dobře známém rozsudku BMW¹², v němž Soudní dvůr sblížil požadavek na ochranu majitele ochranné známky s požadavkem na ochranu spotřebitele především z hlediska co nejrozsáhlejší soutěže a úplnosti informací, které je třeba mu zajistit.

59. Připomínám, že ve výše citované věci, omezím-li se na údaje relevantní pro projednávaný případ, vlastník servisu, který nebyl členem sítě BMW, prováděl opravy na vozidlech této ochranné známky, přičemž v reklamní inzerci uváděl, že je „specializován na BMW“. Společnost BMW se domnívala, že se na toto jednání nemůže uplatnit výjimka podle čl. 6 odst. 1 písm. c) směrnice a že je nutné je považovat za porušení výlučného práva, jehož je majitelem. Společnost BMW se domnívala, že pokud mohl podnikatel z pohledu ekonomické životaschopnosti své činnosti efektivně nabízet opravárenské služby i bez jmenování konkrétního výrobce automobilů (a tedy bez uvedení ochranné známky), zmínka ochranné známky BMW nesplňovala podmínku nezbytnosti upravenou ve výše uvedeném ustanovení.

60. Takový výklad předmětné podmínky, který se dle mého názoru neliší od výkladu zastávaného společností Gillette v projednávané věci, však zjevně nezískal přízeň Soudního dvora. Soudní dvůr totiž, namísto aby se zabýval obchodní životaschopností činnosti vlastníka servisu v případě, že by neuvěděl odkaz na ochrannou známku BMW, zohlednil výhradně nezbytnost poskytnout svým potenciálním zákazníkům co nejúplnější informace.

61. Soudní dvůr nejprve shledal, že „užití [ochranné známky BMW] [mělo] za cíl

12 — Rozsudek ze dne 23. února 1999, BMW (C-63/97, Recueil, s. I-905).

identifikovat výrobky, které [byly] předmětem poskytované služby, [a bylo] nezbytné pro označení [jejich] účelu“, a dále dodal, že „informaci o tom, že nezávislý obchodník provádí údržbu a opravy vozidel BMW nebo že je v této oblasti skutečně specializován, nelze v praxi zákazníkům sdělit bez užití ochranné známky BMW“¹³.

mínky, než se domnívá Gillette. Tato podmínka je totiž zjevně splněna již samotným faktem, že užití ochranné známky se jeví být jediným účinným prostředkem pro rozšíření palety výrobků, z nichž si potenciální kupující může vybrat.

62. Tímto názorem se Soudní dvůr zastal argumentace uplatněné generálním advokátem Jacobsem v jeho stanovisku předneseném v této věci¹⁴, když zdůraznil, že v projednávaném případě v podstatě vyvstává otázka, v jakých mezích by měl mít obchodník nacházející se ve výše popsané situaci „možnost se pohybovat [...] při popisování charakteru služeb, které nabízí“¹⁵. Generální advokát ve své úvaze dokonce tvrdil, že „zakázat takové užití ochranné známky [by v takových případech bylo] nedůvodným omezením svobody obchodníka“¹⁶.

64. Použiji-li tento výklad i na projednávanou věc, mohu z toho vyvodit, že při neuvedení zmínky o ochranné známce Gillette na obalech čepelek LA by spotřebitelé mohli dospět do situace, kdy by neměli jiné prostředky k seznámení se s objektivní kompatibilitou výrobků a násadek Gillette, a hrozilo by jim tak, že přijdou o informaci užitečnou pro svou obchodní volbu. Jestliže se proto jedná o jediný prostředek k poskytnutí takové informace, užití ochranných známek Gillette by mělo být považováno za „nezbytné“ ve smyslu směrnice.

63. Dle mého názoru však z této judikatury vyplývá méně restriktivní výklad této pod-

65. Přirozeně by náleželo vnitrostátnímu soudci, aby tuto otázku zodpověděl, a tedy ověřil, zda při neuvedení odkazu na ochranné známky Gillette na obalech čepelek LA by potenciální kupující mohli být jinými prostředky účinně informováni o možnosti užívat uvedené čepeleky na násadkách vyráběných společností Gillette. Užívání ochranných známek této společnosti by nemuselo být nezbytné například v případě, kdy by existovaly technické

13 — Výše uvedený rozsudek BMW, body 59 a 60.

14 — Ve stanovisku předneseném dne 2. dubna 1998 měl generální advokát Jacobs za to, že tvrzení, podle něž vlastník servisu mohl své služby poskytovat bez potřeby jmenování konkrétní ochranné známky automobilu, je „nerealistické“, přičemž uvedl, že „[pokud] se skutečně specializuje na údržbu a opravy vozidel BMW, je stěžejí pochopitelné, jak by mohl v praxi tuto informaci sdělovat svým zákazníkům, aniž by užil znaku BMW“ (bod 54).

15 — Výše uvedené stanovisko, bod 54.

16 — Výše uvedené stanovisko, bod 55.

standardsy známé spotřebitelům a uvádějící kompatibilitu mezi násadkami a čepkami (jako je tomu právě v případě pneumatik, jak již bylo uvedeno).

přímý vztah, který je dán mezi jednotlivými částmi ustanovení, a který právě proto může mít dopad na výklad každého z těchto ustanovení.

66. Vzhledem k výše uvedenému a s ohledem na to, že se přikláním k právě nastíněnému řešení, je třeba připustit, že toto řešení nejenže zcela neřeší námitky obecné povahy (nadměrné snížení ochrany majitele ochranné známky), vznesené společností Gillette, ale každopádně může ponechat značný prostor nejistotě, pokud se jedná o jeho uplatnění. Jedná se zde však o důsledek, jemuž se lze dle mého názoru jen stěží vyhnout, bude-li se debata nadále soustředit na ověření nezbytnosti zbývajících podmínek upravených v čl. 6 odst. 1, čímž se omezí, jak jsem již upozornil, na filologickou při o předmětné pasáži tohoto ustanovení.

68. Domnívám se, že nejistotu, která nevyhnutelně doprovází ověřování nezbytnosti, jak jsem již uvedl výše, lze rozptýlit posouzením podmínek a způsobů užití ochranné známky v souladu se samotným čl. 6 odst. 1. Právě na základě takového ověření lze rovněž odpovědět na oprávněné dotazy ohledně možného porušení ochrany známky, které by mohlo vyplývat z přísného výkladu podmínky nezbytnosti.

67. Jinak tomu bude, vezmeme-li v úvahu skutečnost, že dotčené ustanovení neupravuje pouze toto ověřování, ale že se k němu pojí také jednoznačná podmínka, která s ním dokonce úzce souvisí a která se týká způsobu užití ochranné známky považovaného za nezbytné (a sice dodržení poctivých zvyklostí). Jinak řečeno, skutečnost, že výklad této podmínky je předmětem samostatné předběžné otázky, nemůže vést k rozštěpení analýzy do té míry, že se ztratí z dohledu

69. Čím totiž bude ověření výše uvedených podmínek přísnější, tím spíše bude možné k takovému výkladu přistoupit. Zároveň lze právě v rámci tohoto konkrétního ověření lépe posoudit skutečnou „nezbytnost“ užití ochranné známky a odstranit případné pochybnosti, které mohou teoreticky vždy v tomto ohledu vyvstat.

70. Ostatně sám Soudní dvůr k této otázce neprovedl žádná postupná a samostatná ověření, to znamená nejprve „měření“ stupně

nezbytnosti užití ochranné známky jiného a poté ověření, zda toto užití bylo v souladu s „poctivými zvyklostmi“. Zaujal naopak jednotný přístup, při němž dle mého mínění kladl menší důraz na definici „nezbytnosti“ než na dodržení poctivých zvyklostí, které jsou rozhodující pro zamezení záměny, pokud se jedná o označení původu, a tedy pro zajištění ochrany majitele ochranné známky¹⁷.

71. Proto pouze na základě výše uvedených upřesnění navrhuji, aby Soudní dvůr na třetí předběžnou otázku odpověděl v tom smyslu, že užití ochranné známky jiného je nezbytné pro označení účelu výrobku, jestliže je toto užití jediným prostředkem, jak spotřebitelům poskytnout úplné informace o možném využití dotyčného výrobku.

D – Ke čtvrté otázce

72. Nyní se budu zabývat výkladem výrazu „poctivé zvyklosti v průměru nebo

v obchodě“, o jehož provedení je Soudní dvůr žádán vnitrostátním soudem v jeho čtvrté otázce, vzhledem k tomu, že možnost třetí osoby užívat ochrannou známku jiného podléhá v souladu s čl. 6 odst. 1 směrnice 89/104 dodržení právě těchto poctivých zvyklostí.

73. V této souvislosti připomínám, že podle ustálené judikatury „[p]odmínka „poctivých zvyklostí“ [...] představuje výraz povinnosti loajality vůči oprávněným zájmům majitele ochranné známky“¹⁸. Přitom však zbývá určit dosah této povinnosti, který směrnice 89/104 přesně nevymezuje.

74. Domnívám se, že na tuto otázku lze odpovědět s odkazem na relevantní judikaturu Soudního dvora, z níž je možné vyvodit poznatky umožňující definovat dosah předmětné povinnosti. Soudní dvůr totiž objasnil, že třetí osoba nemůže užívat ochrannou známku jiného „způsobem, který může vzbuzovat dojem, že mezi třetím podnikem a majitelem ochranné známky existuje obchodní vztah a zejména [...] že mezi oběma podniky existuje zvláštní vztah“¹⁹. Soudní dvůr krom toho shledal, že podnik,

17 — Viz výše uvedený rozsudek BMW, bod 61 a násl., jakož i stanovisko v téže věci, body 55 a 56.

18 — Výše uvedené rozsudky BMW, bod 61, a Gerolsteiner Brunnen, bod 24.

19 — Výše uvedený rozsudek BMW, bod 64.

který zmiňuje ochrannou známku jiného, nesmí těžit „protiprávně z její rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména“. Výhoda je neoprávněná zejména v případě, je-li získána tím, že u potenciálních kupujících vzbuzuje domněnku existence vztahu mezi majitelem ochranné známky a podnikem, který výrobek vyrobil²⁰.

75. Mimo rámec judikatury lze užitečně informace vyvodit, jak navrhuje předkládající soud, vláda Spojeného království a Komise, z ustanovení práva Společenství v oblasti klamavé a srovnávací reklamy a zejména ze směrnice 84/450 ve znění směrnice 97/55.

76. Z třináctého až patnáctého bodu odůvodnění poslední uvedené směrnice totiž vyplývá, že výlučné právo udělené majiteli ochranné známky v článku 5 směrnice 89/104 není porušeno v případě, kdy třetí osoba užívá uvedenou ochrannou známku při dodržení podmínek stanovených směrnicí 97/55.

20 – Tamtéž, body 52 a 53. Je třeba upřesnit, že úvaha obsažená v této pasáži se týká čl. 7 odst. 2 směrnice 89/104; Soudní dvůr však v bodech 62 a 63 prohlásil, že tatáž úvaha „platí obdobně“ pro čl. 6 odst. 1.

77. Z toho plyne, že je-li sdělení poskytnuté s odvolávkou na ochrannou známku dovolené ve smyslu ustanovení předpisů o klamavé a srovnávací reklamě, lze pak usuzovat, že „poctivé zvyklosti“ uvedené v čl. 6 odst. 1 směrnice 89/104 jsou dodrženy.

78. Podmínky stanovené v článku 3a směrnice 84/450 ve znění změn (článek vložený na základě čl. 1 odst. 4 směrnice 97/55), pokud se jedná o oprávněnost srovnávací reklamy (tyto podmínky jsou v rámci pro- jednávané věci nejdůležitější), se nijak podstatně neliší od podmínek vyplývajících z výše uvedené judikatury Soudního dvora. V podstatě je třeba, aby dotyčná reklama nevyvolávala na trhu nejasnost v rozlišení mezi inzerentem reklamy a soutěžitelem [písm. d)] a aby jejím cílem nebylo těžit protiprávně z dobré pověsti ochranné známky soutěžitelem [písm. g)].

79. Z výše připomenuté judikatury a z ustanovení směrnice 84/450 ve znění změn tedy vyplývá, že užití ochranné známky jiného způsobem, který může u potenciálních kupujících vyvolat záměnu, pokud se jedná o původ výrobku, bude zajisté považováno za protiprávní. U takových potenciálních kupujících nesmí být zejména vzbuzován dojem, že výrobek je spjat s majitelem ochranné známky, a má tedy tutéž kvalitu jako jím vyráběné výrobky.

80. Finská vláda a vláda Spojeného království však proti tomu namítají, že když nějaký podnik na svůj výrobek umístí ochrannou známku jiného, nemusí tím nutně usilovat o vyvolání dojmu, že jeho výrobky a výrobky majitele ochranné známky jsou kvalitativně rovnocenné. V rozsudku BMW sám Soudní dvůr v podstatě uznal oprávněnost užití ochranné známky jiného podnikatelem, který má v úmyslu „dodat své vlastní činnosti punc kvality“²¹.

81. Jak jsem však připomenul výše (viz bod 59 výše), toto rozhodnutí se týkalo, omezím-li se na rámec projednávané věci, provádění oprav na automobilech nesoucích ochrannou známku BMW. Předmětem činnosti podnikatele tedy byly výrobky nesoucí legálně ochrannou známku BMW; „punc kvality“, který podnikatel těžil z předmětu své činnosti, nemohl být považován za protiprávní, protože odrážel skutečnost, že je schopen pracovat s výrobky, jejichž kvalita je zaručena přítomností ochranné známky BMW.

82. V projednávaném případě však činnost LA spočívající ve výrobě čepelí skončila ještě předtím, než došlo ke sdělení informace, že uvedené čepelky jsou použitelné s násadkami Gillette. Kompatibilita obou výrobků by tedy neměla mít dopad na hodnocení kvality čepelí LA ze strany

spotřebitelů. Pokud by však měla zmínka o ochranné známce u těchto osob vyvolat domněnku, že kvalita obou druhů čepelí je stejná, podmínku dodržení poctivých zvyklostí by bylo třeba považovat za nesplněnou.

83. Vnitrostátnímu soudci tedy přísluší ověřit, zda zmínění ochranných známek Gillette na obalech čepelí LA má potenciálním kupujícím poskytnout informace týkající se toliko možnosti upevnit tyto čepelky na násadky Gillette, protože úchytky jsou kompatibilní, nebo zda tato zmínka naopak naznačuje, že čepelky LA mají tytéž řezné charakteristiky, a tedy tutéž kvalitu jako čepelky Gillette.

84. Pro tento účel musí vnitrostátní soudce daný kontext „celkově posoudit se zřetelem ke všem relevantním faktorům“²². Přesně to Soudní dvůr vyžadoval u způsobů posouzení rizika záměny, čímž vymezil dosah výlučného práva, které náleží majiteli ochranné známky na základě čl. 5 odst. 1 písm. b) směrnice 89/104. Vzhledem k tomu, že definice

21 — Výše uvedený rozsudek, bod 53.

22 — Rozsudek ze dne 22. června 2000, Marca Mode (C-425/98, Recueil, s. I-4861, bod 40).

podmínky dodržení poctivých zvyklostí má koneckonců nevyhnutelně vliv na dosah tohoto výlučného práva tím, že je více či méně omezuje, domnívám se, že i posouzení této podmínky vnitrostátním soudcem se musí řídit tímto kritériem²³.

E – *K páté otázce*

85. Na základě předcházejících úvah navrhuji, aby Soudní dvůr na čtvrtou předběžnou otázku odpověděl v tom smyslu, že hospodářský subjekt dodržuje „poctivé zvyklosti v průmyslu nebo v obchodě“, pokud při užití ochranné známky jiného nevyvolává dojem, že mezi jím samotným a majitelem ochranné známky existuje obchodní vztah, a netěží protiprávně z její rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména. Skutečnost, že i hospodářský subjekt takové výrobky prodává a že k nim připojuje ochrannou známku jiného, nutně neznamená, že hodlá vzbudit dojem, že jeho výrobky a výrobky majitele ochranné známky jsou kvalitativně rovnocenné. Chování hospodářského subjektu proto musí být předmětem celkového posouzení všech relevantních faktorů.

86. Podstatou páté otázky vnitrostátního soudu je, zda skutečnost, že obchodní subjekt, který na svůj výrobek umísťuje ochrannou známku jiného, také prodává typ výrobku, s nímž má být prvně uvedený výrobek používán, má vliv na posouzení oprávněnosti užití ochranné známky jiného.

87. Dle mého názoru je k zodpovězení této otázky zapotřebí posoudit zvláště dva různé aspekty, z nichž jeden se vztahuje k podmínce nezbytnosti a druhý k podmínce dodržení poctivých zvyklostí, kteréžto podmínky byly předmětem analýzy v rámci třetí a čtvrté předběžné otázky.

88. K prvnímu aspektu je třeba uvést, že kdyby byl v souvislosti s podmínkou nezbytnosti přípustný ekonomický přístup, který hájí Gillette, pak by skutečnost, že LA prodává kromě čepelky také násadky, pro něž jsou mimo jiné tyto čepelky určeny, mohla vzbuzovat pochybnosti o splnění této podmínky, neboť i bez zmínění ochranných známek Gillette by na trhu každopádně existovala ze strany vlastníků násadek poptávka po čepelkách LA, které tato společnost uvádí na trh.

23 – Připomínám *in limine*, že tentýž přístup zaujal Soudní dvůr při posouzení, zda byly splněny podmínky uvedené ve směrnici 84/450 ve znění změn, když prohlásil, že pro tyto účely „je nutno vzít v úvahu celkovou prezentaci sporné reklamy“ (rozsudek ze dne 25. října 2001, Toshiba Europe (C-112/99, Recueil, s. I-7945, bod 60)).

89. Vzhledem k tomu, že jsem na základě výše objasněných důvodů dospěl k závěru, že podmínka nezbytnosti je splněna, pokud zmínka o ochranné známce jiného uvedená na výrobku je jediným prostředkem, jak spotřebiteli poskytnout úplné informace o možném použití dotyčného výrobku, na posouzení oprávněnosti užití ochranné známky dle mého názoru nemá vliv skutečnost, zda třetí osoba také prodává výrobek, pro nějž může být určen výrobek, na který tato osoba umísťuje ochrannou známku jiného.

90. Pokud se dále jedná o aspekt dodržení „poctivých zvyklostí“, pouze konstatuji, podobně jako to činí Spojené království, Finsko a Komise, že hledisko obsažené v předmětné

otázce je sice významné, ale je pouze jedním z prvků, které musí vnitrostátní soud zohlednit při posouzení, zda užití ochranné známky třetí osobou dodržuje tyto zvyklosti.

91. Navrhuji tedy, aby Soudní dvůr na pátou otázku odpověděl v tom smyslu, že skutečnost, že obchodní subjekt, který na svůj výrobek umísťuje ochrannou známku jiného, prodává také typ výrobku, s nímž má být prvně uvedený výrobek používán, je podstatným prvkem při posuzování oprávněnosti užití ochranné známky, ve svém důsledku však neznamená změnu kritérií použitých v rámci tohoto posouzení.

V – Závěry

92. Ve světle předcházejících úvah navrhuji, aby Soudní dvůr na předběžné otázce položené Korkein oikeus odpověděl následovně:

„1) Jelikož je pro účely použití čl. 6 odst. 1 písm. c) první směrnice Rady 89/104/EHS ze dne 21. prosince 1988, kterou se sblíží právní předpisy členských států

o ochranných známkách, třeba určit pouze to, zda je uvedení ochranné známky jiného nezbytné k označení účelu výrobku (nebo služby) a zda tím nedochází k záměně, pokud se jedná o jeho původ, posouzení oprávněnosti užití ochranné známky jiného je stejné, ať již se jedná o hlavní výrobek, příslušenství nebo náhradní díl.

- 2) Užití ochranné známky jiného je nezbytné pro označení účelu výrobku, jestliže toto užití je jediným prostředkem, jak spotřebitelům poskytnout úplné informace o možném využití dotyčného výrobku.

- 3) Hospodářský subjekt dodržuje „poctivé zvyklosti v průmyslu nebo v obchodě“, pokud při užití ochranné známky jiného nevyvolává dojem, že mezi jím samotným a majitelem ochranné známky existuje obchodní vztah a netěží protiprávně z její rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména. Skutečnost, že i hospodářský subjekt takové výrobky prodává také a že k nim připojuje ochrannou známku jiného, nutně neznamená, že hodlá vzbudit dojem, že jeho výrobky a výrobky majitele ochranné známky jsou kvalitativně rovnocenné. Chování hospodářského subjektu proto musí být předmětem celkového posouzení všech relevantních faktorů.

- 4) Skutečnost, že obchodní subjekt, který na svůj výrobek umísťuje ochrannou známku jiného, prodává také typ výrobku, s nímž má být prvně uvedený výrobek používán, je podstatným prvkem při posuzování oprávněnosti užití ochranné známky, ve svém důsledku však neznamená změnu kritérií použitých v rámci tohoto posouzení.“