



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK

JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátu složeném z předsedy JUDr. Mgr. Petra Košíka, Ph.D. a soudců Mgr. Lucie Vobrové a JUDr. Filipa Lišky v právní věci

žalobkyně: **Mironet.cz a.s.**, IČO: 281 89 647
sídlem Nad Kajetánkou 1478/26, 169 00 Praha 6 - Břevnov

proti
žalované: **Allegro Retail a.s.**, IČO: 085 53 866
sídlem U Garáží 1611/1, 170 00 Praha 7 - Holešovice
zastoupena Mgr. Luděkem Šrubarem
advokátem se sídlem U Garáží 1611/1, 170 00 Praha 7

o ochranu práv před nekalou soutěží

takto:

- I. **Žaloba**, aby žalovaná byla povinna zdržet se užívání a uveřejňování reklamního sloganu „Když dárek pro děti, tak Allegro“ a jeho ekvivalentů na svých internetových stránkách, na sociálních sítích, veškerých médiích a svých marketingových a reklamních kampaních, a to zejména těchto slovních spojení:

„Když dárek pro děti, tak Allegro“;

„Když počítač, tak Allegro“;

Shodu s prvopisem potvrzuje Z. K.

„Když mobily tak, tak Allegro“;

„Když telefony, tak Allegro“;

„Když zahrada, tak Allegro“;

„Když hry, tak Allegro“;

„Když domácnost, tak Allegro“

se zamítá.

- II. Žaloba, aby žalovaná byla povinna zdržet se užívání a uveřejňování reklamního sloganu „Když dárek pro děti, tak Allegro“ a jeho ekvivalentů na svých internetových stránkách a sociálních sítích, veškerých médiích a svých marketingových a reklamních kampaních, a to zejména těchto slovních spojení:

„Když něco ... tak Mironet“

se zamítá.

- III. Žalobkyně je povinna zaplatit žalované k rukám jejího právního Mgr. Lud'ka Šrubaře, advokáta se sídlem Praha náhradu nákladů řízení, ve výši 15 100 Kč, a to do tří dnů od právní moci tohoto rozhodnutí.

Odůvodnění:

žaloba

1. **Žalobkyně podala k Městskému soudu v Praze žalobu ze dne 30. 6. 2024**, ve které se domáhala, aby soud žalované stanovil povinnost zdržet se užívání a zveřejňování sloganu „Když dárek pro děti, tak Allegro“ a jeho ekvivalentu na svých internetových stránkách, na sociální sítích, veškerých médiích a ve svých marketingových a reklamních kampaních, a to zejména těchto slovního spojení: **a)** “Když dárek pro děti, tak Allegro”; **b)** “Když počítače, tak Allegro”; **c)** “Když mobily, tak Allegro”; **d)** “Když telefony, tak Allegro”; **e)** “Když zahrada, tak Allegro”; **f)** “Když hry, tak Allegro”; **g)** “Když domácnost, tak Allegro”.
2. Žalobkyně považuje užívání reklamního sloganu „Když (něco), tak Mironet“, který žalobkyně vytvořila a používá od roku 2022 ze strany žalované za nekalosouěžní jednání. Žalovaná uvedený slogan bez souhlasu žalobkyně použila ve své marketingové kampani, což mělo negativní dopad na prodeje žalobkyně (spol. Mironet) a zároveň přineslo neoprávněný prospěch žalované. Přestože žalovaná po předžalobní výzvě slogan ze svých webových stránek odstranila, nadále jej používá v reklamách na sociálních sítích a v rádiích. **Žalobkyně má podanou žádost o zápis ochranných známek obsahujících tento slogan.** Žalobkyně pak v závěrečné části podání, které je podle obsahu koncipováno jako žaloba výslovně uvádí „vzhledem k uvedenému se jedná o nežádoucí stav, kdy žalobkyně podává tento návrh na předběžné opatření: a následuje slovo rozsudek, který je soudem interpretován výše [bod 1].

Shodu s prvopisem potvrzuje potvrzuje Z. K.

vyjádření k žalobě

3. Žalovaná se k žalobě vyjádřila obsáhlým podáním ze dne 26. 9. 2024, podle kterého má za to, že se jedná o návrh na vydání předběžného opatření, které by mělo být odmítnuto. K uvedenému se staví z tohoto důvodu, že ačkoliv je podání nazváno žalobou, je v podání žádáno o vydání předběžného opatření. Dále uvádí, že žalobkyně podala přihlášky ochranných známek č. 594410, 594411, 594412, 594413, 594414, 594415 a 594416 (společně “přihlášky OZ”) na Úřad Průmyslového vlastnictví České republiky („ÚPV“). Nicméně, ÚPV o zápisu přihlášek OZ doposud nerozhodl, následkem čeho se žalobkyně nemůže domáhat ochrany práv z těchto nezapsaných přihlášek OZ. Zároveň žalovaná popírá, že by žalovaná slogan užívala. Zároveň má za to, že žalobkyně nepředložila žádný důkaz o užívání předmětného sloganu žalovanou. Zároveň popírá tvrzení žalovaní, že na základě její předžalobní výzvy ze dne 24. 5. 2024 odstranila předmětný slogan z webové stránky www.allegro.cz. Vzhledem ke skutečnosti, že částečně žalovaná považuje podání za návrh na vydání předběžného opatření – uvádí, že žalobkyně neosvědčila, že **a)** mezi stranami existuje soutěžní vztah, **b)** jednání žalované způsobilo, nebo může způsobit žalobkyni újmu, **c)** jednání žalované je v rozporu s dobrými mravy soutěže, **d)** existenci zaměnitelnosti mezi spotřebiteli.
4. V další části se žalovaná zabývala analýzou sloganu Mironet a Allegro. Podle tohoto vyjádření žalobkyně tvrdí, že od roku 2022 je původním tvůrcem konceptu „*Když něco, tak *označení prodejce**“. Na prvním místě podle žalované žalobkyně soudu neposkytla informace o dlouhodobosti užívání předmětného sloganu žalobkyní. Následně odkazuje na přihlášky ochranných známek **a)** společnosti **CANARIA TRAVEL, spol. s.r.o.**, přihláška OZ č. 358943 ze dne 2. 9. 2004 ve znění „*Když na kanáry, tak s Canaria Travel*“ (tj. 18 let před žalobkyní tvzeným vytvořením jeho konceptu); **b)** společnosti **Registered Brand International Ltd.**, přihláška OZ č. 437961 ze dne 2. 5. 2006 ve znění „*Když koupelnu tak Ravak*“ (tj. 16 let před žalobkyní); **c)** společnosti **Alzasoft a.s.**, přihláška OZ č. 461401 ze dne 11. 8. 2008 ve znění „*Když notebook tak Alze.cz*“ (tj. 14 let před žalobkyní) – tato OZ je v současnosti zapsána pro vlastníka Alza.cz, který je významným konkurentem žalobkyně a **d)** společnosti **LÁZNĚ LIBVERDA, a.s.**, přihláška OZ č. 520941 (tj. 7 let před žalobkyní). Dále porovnává slogan z vizuálního hlediska, kde namítá rozdílné označení prodejce tedy
 - a. Když (počítače, hry telefony, domácnost, zahrada, dárek, tak **Mironet**
 - b. Když dárek pro děti, tak **Allegro**Následně porovnává slogany z hlediska fonetického a sémantického.
5. Dále žalovaná konstatuje, že dosud žádná z žalobkyní přihlášených ochranných známek nebyla zapsána. A zabývala se problematikou absence nezapsaných označení žalobkyně.

Soudní jednání konané dne 16. 1. 2025

6. Při jednání nařízeném na 16. 1. 2025, poté co soud uvedl, že s ohledem na obsah podání soud formálně nehodnotil návrh žalobkyně jako návrh na vydání předběžného opatření (o čemž také svědčí skutečnost, že ani nebyla složena jistota) žalobkyně výslovně uvedla, že toto podání ani nebylo míněno, jako návrh na vydání předběžného opatření, ale jako žaloba ve věci samé. Žalobkyně pak byla při jednání konaném uvedeného dne výslovně poučena podle ust. § 43 odst. 1 o.s.ř. a dále podle ust. § 118a odst. 1 a 3 o.s.ř.

Shodu s prvopisem potvrzuje potvrzuje Z. K.

Doplnění žaloby ze dne 27. 1. 2025

7. Podáním ze dne 27. 1. 2025 žalobkyně doplnila svá žalobní tvrzení a upravila znění rozsudku. Na prvním místě žalobkyně opravuje své žalobní tvrzení ohledně užívání sloganu „*Když něco tak, Mironet*“, když tento žalobkyně užívá již od roku 2017 a nikoliv od tvrzeného roku 2022. V tomto doplnění shrnuje časovou osu používání výrazu v Mironetu od jeho počátku v roce 2017, přes jeho častější užívání v roce 2020, zvýšení intenzity marketingových aktivit v s tímto sloganem v roce 2021, odmítnutí nabídky žalované, aby se žalobkyně stala součástí jejího tržiště v roce 2023, když jednání probíhala až do roku 2024. V roce 2024 byla spuštěna reklamní kampaň žalované se sloganem, „*Když něco, tak Allegro*“, která nahradila marketingovou kampaň „*Allegro, větší lepší Mall*“, na což následovala předžalobní výzva a „nucenost“ žalobkyně podat přihlášky k Ochranným známkám.

Důkazní situace – provedené důkazy a z těchto důkazů vyplývající skutková zjištění

8. Poté co proběhlo jednání dne 16. 1. 2025, soud další jednání nařídil na 22. 5. 2025, když při tomto jednání soud provedl dokazování, když z **Obchodního rejstříku účastníků** bylo zjištěno, že oba subjekty jsou v tomto rejstříku vedené subjekty s předmětem podnikání v oblasti obchodu. Žalobkyně je registrována od roku 2007 a žalovaná byla od roku 2000 vedena v tomto obchodním rejstříku vedena pod obchodním názvem *bilezbozi.cz*, když její jméno bylo několikrát měněno a od roku 2024 je vedena pod názvem *Allegro Retail a.s.* **Z předžalobní výzvy ze dne 24. 5. 2024, doručené žalované dne 27. 5. 2024** bylo zjištěno, že žalovaná byla žalobkyní vyzvána ke zdržení se nekalosoutěžního jednání, když žalovaná podle žalobkyně měla užít text, když (*počítače, mobily ..., tedy „něco“*), tak Allegro, když uvedené je evidentně totožné se společností Mironet, tedy žalobkyní.
9. **Z předložených a provedených audiozáznamů a videozáznamů žalobkyně (a jednoho náhledu na youtube <https://www.youtube.com/watch?v=Ji8FntCwQds>)** bylo zjištěno, že stěžejní částí reklamních sdělení (bez blíže uvedeného data) je „*klinkni, ... když školní potřeby (nebo ... kamery, hry, iPhone, Apple, telefony, počítače, nářadí, vysavače, zahrada, tiskárny...) tak mironet, ... tak klikni hned, na mironet.cz, klikni, klikni*“. Pouze v jednom audio klipu se objevuje hláška „*shop roku 2020*“, když tato informace se objevuje také ve videoklipech. Dále se také jak v některých audio klípech, tak některých videích objevuje hláška „*e-shop, který máte rádi*“. Výraz „*klikni*“ je pak také u některých videí zvýrazněn, již v jejich úvodu. U některých klipů se pak (avšak od blíže neuvedeného data) objevuje slogan „*když něco, ... tak Mironet*“. Pokud jde o videoklip Mironet Epson, pak tento klip byl na youtube umístěn 20. 3. 2017, a ke dni náhledu soudem měl 501 zhlédnutí. Zároveň tento klip nemá žádný komentář.
10. **Z videoklipu Allegro (kde byl proveden důkaz jak klipem tak náhledem na stránku <https://www.youtube.com/watch?v=9RoJ3C21HMs>)** se konstatuje užití sloganu Allegro, ve znění „*když něco začíná, tak Allegro*“ (podkresleno dítětem se štenětem); „*když dospíváš, tak Allegro*“ (pokresleno dvěma teenagery z nichž jeden má roztrženou bundu na zádech a druhá jej fotí); „*když se čas žene v před, tak Allegro*“ (podkresleno mužem v automobilu, který si všimne prvních šedin); „*když všechno musí ladit, tak Allegro*“ (pokresleno „bláznivou párty“ čtyř žen); „*když chcete příjemné ráno, tak Allegro*“ (podkresleno starší ženou které došla káva, na kterou se dívá kočka); „*když se změni vkus, tak Allegro*“ (podkresleno teenager dívkou která se zbavuje svých dětských věcí); „*a když něco dojde, tak taky Allegro*“ (podkresleno mladým mužem, na WC, kterému došel toaletní papír). Klip se uzavírá vyjádřením, „*jsme připraveni na* Shodu s prvopisem potvrzuje potvrzuje Z. K.

cokoliv co Vám život nadělí, máme totiž vše, co zrovna potřebujete“. Klip se následně uzavírá „**když něco, tak... allegro**“. Dále u tohoto klipu byl zjištěn počet zhlédnutí 1 974 629 s datem premiéry 15. 4. 2024.

11. **Z komentářů pod uvedeným klipem** bylo zjištěno. Že jeden uživatel xxx cca před jedním rokem uvedený klip komentoval slovy „xxx“, či „že by Mironet patřil pod Allegro?“, „Mironet patří podl Allegro :D“, „Než začne žvanit nesmysly, ověř si fakta, MIRONET pod Polský tržiště nepatří ani omylem.“, „Ta reklama je vážně jako by z oka vypadla Mironetu“. Pod uvedeným klipem je celkem 21 komentářů, když další se vyjadřují ke službám společnosti Allegro a nikoliv ke vztahu k žalobkyni (Mironetu).
12. Ze screenu obrazovky, bez uvedení data, soud zjistil, že tazatel se umělé inteligence dotazoval, od kdy je užíván společností Allegro na českém trhu reklamní slogan „Když něco, tak Allegro“. Stejně se tazatel dotazoval umělé inteligence na otázku, jak funguje systém monitoringu reklam.
13. **Z webové stránky:** <https://www.mediaguru.cz/clanky/2024/04/allegro-spousti-novy-koncept-kdyz-neco-tak-allegro/> bylo zjištěno, že tento článek pochází ze čtvrtka 18. 4. 2024, a podle tohoto článku společnost Allegro spouští nový komunikační koncept, když něco, tak Allegro. Výslovně odkazuje například na text „*když chcete příjemné ráno, tak Allegro*“, či „*když něco začíná tak Allegro*“. Daný článek reklamní kampaň žalované hodnotí tak, že prezentuje různé postavy v reálných životních situacích, přičemž Allegro jim díky široké nabídce produktů a kategorií vždy podává pomocnou ruku. O den dříve (**17. 4. 2024**) byl na <https://www.mam.cz/novinky/kreativita-a-kampane/kampane/2024-04/kdyz-neco-tak-allegro-rika-trziste-v-mezinarodni-kampani-od-ddb-warszawa/> publikován článek s názvem „Když něco, tak Allegro, říká tržiště v mezinárodní kampani od DDB Warszawa“. Rozsah zveřejňování pak vyplývá ze seznamu médií, kde byla reklama, „když něco tak allegro“ publikována.
14. Skutečnost, že žalobkyně si podala přihlášku k registraci ochranné známky a následně byla registrována soud zjistil u známky č. 594410 s datem podání přihlášky 27. 6. 2024 a zápisem ochranné známky dne 29. 1. 2025 – pro OZ „Když hry, tak Mironet“; známky č. 594411 s datem podání přihlášky 27. 6. 2024 a zápisem ochranné známky dne 29. 1. 2025 – pro OZ „Když počítače, tak Mironet“; známky č. 594412 s datem podání přihlášky 27. 6. 2024 a zápisem ochranné známky dne 29. 1. 2025 – pro OZ „Když telefony, tak Mironet“; známky č. 594413 s datem podání přihlášky 27. 6. 2024 a zápisem ochranné známky dne 29. 1. 2025 – pro OZ „Když domácnost, tak Mironet“; známky č. 594414 s datem podání přihlášky 27. 6. 2024 a zápisem ochranné známky dne 29. 1. 2025 – pro OZ „Když zahrada, tak Mironet“; známky č. 594415 s datem podání přihlášky 27. 6. 2024 a zápisem ochranné známky dne 29. 1. 2025 – pro OZ „Když dárek, tak Mironet“; známky č. 594416 s datem podání přihlášky 27. 6. 2024 a zápisem ochranné známky dne 29. 1. 2025 – pro OZ „Když mobil, tak Mironet“. S uvedeným souvisí vyrozmění o výsledku posouzení připomínek, Úřadu Průmyslového vlastnictví ze dne 17. 1. 2025. Jedná se o společnost ALLEGRO RETAIL, a jedná se o podání Českého Úřadu Průmyslového vlastnictví adresované straně žalované. Podání přihlášek je pak prokázáno tako prostřednictvím google.com, kde je podání ochranných známek uvedeno. Přihláška vedené pod číslem 598428 v databázi ÚPV není vedena. Pod přihlašovací číslem 599460 s datem podání přihlášky 25. 2. 2025 je vedeno řízení o zápisu ochranné známky ve znění „Když něco, tak Mironet“. Znamka dosud nebyla udělena.

Shodu s prvopisem potvrzuje potvrzuje Z. K.

15. **Z výpis z Úřadu Průmyslového vlastnictví** číslo přihlášky 461401 ze dne 11. 8. 2008 bylo zjištěno, že Úřadem průmyslového vlastnictví byla zamítnuta přihláška společnosti Alzasoft a.s. ve znění „když notebook, tak Alza.cz“.

Stručné skutkové shrnutí

16. Z provedeného dokazování soud zjistil, že oba účastníci jsou zapsáni jako podnikatelé v českém obchodním rejstříku s předmětem podnikání v oblasti obchodu. Z klípů, at' již audiovizuálních nebo pouze zvukových, bylo zjištěno, že žalobkyně užívá od roku 2017 slogan ve formátu „když (počítač, telefon, dárek atp.), tak Mironet“. Toto užívání však bylo doloženo především jednotlivými reklamními spoty, bez kvantifikace zásahu či prokázání dopadu na vnímání spotřebitelů. Slogan není v těchto spotech osamocen, ale vždy doprovázen výzvou k návštěvě webových stránek typu „klikni hned na mironet.cz“. Žaloba byla podána dne 30. 6. 2024, přičemž několik dní před jejím podáním (27. 6. 2024) podala žalobkyně přihlášku k registraci několika ochranných známek ve znění „když (počítač, hra atd.), tak Mironet“. Tyto známky byly následně zapsány dne 29. 1. 2025. Žalovaná pak od 15. 4. 2024 užívá slogan „když něco, tak Allegro“, resp. jeho rozvinuté varianty. Ze zjištění soudu také vyplývá, že obdobná jazyková struktura sloganu byla v minulosti používána více subjekty včetně přihlášených ochranných známek jiných podnikatelů.

Právní předpisy vztahující se k posuzované věci

17. Podle § 2 odst. 1 zákona č. 221/2006 Sb., o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví o ochraně obchodního tajemství (dále jen „zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví“) vymáhat práva podle tohoto zákona je oprávněn vlastník nebo majitel práva podle příslušného zákona na ochranu průmyslového vlastnictví, osoba oprávněná podle zvláštního právního předpisu užívat práva, zejména nabyvatel licence a profesní organizace ochrany práv, která je řádně uznávána v zemi původu jako organizace oprávněná zastupovat vlastníky či majitele práv průmyslového vlastnictví (dále jen „oprávněná osoba“).
18. Podle § 2976 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „o.z.“) kdo se dostane v hospodářském styku do rozporu s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům, dopustí se nekalé soutěže. Nekalá soutěž se zakazuje.
19. Podle § 2976 odst. 2 o.z. nekalou soutěží podle odstavce 1 je zejména **a)** klamavá reklama, **b)** klamavé označování zboží a služeb, **c)** vyvolání nebezpečí záměny, **d)** parazitování na pověsti závodu, výrobků či služby jiného soutěžitele, **e)** podplácení, **f)** zlehčování, **g)** srovnávací reklama, pokud není dovolena jako přípustná, **h)** porušení obchodního tajemství, **i)** dotěrné obtěžování a **j)** ohrožení zdraví a životního prostředí.
20. Podle § 2978 odst. 1 o.z. klamavé označení zboží nebo služby je takové označení, které je způsobilé vyvolat v hospodářském styku mylnou domněnku, že jím označené zboží nebo služba pocházejí z určité oblasti či místa nebo od určitého výrobce, anebo že vykazují zvláštní charakteristický znak nebo zvláštní jakost. Nerozhodné je, zda označení bylo uvedeno bezprostředně na zboží, na obalu, obchodní písemnosti nebo jinde. Rovněž je nerozhodné, zda ke klamavému označení došlo přímo nebo nepřímo a jakým prostředkem se tak stalo.

21. Podle § 2981 odst. 1 o.z. kdo užije jména osoby nebo zvláštního označení závodu užívaného již po právu jiným soutěžitelem, vyvolá tím nebezpečí záměny.
22. Podle § 2981 odst. 3 o.z. stejně tak vyvolá nebezpečí záměny, 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.

Právní a skutkové hodnocení věci

23. Soud v posuzované věci hodnotil důkazy ve smyslu ust. § 132 o.s.ř. a to každý důkaz zvlášť a všechny důkazy ve vzájemné souvislosti. Na prvním místě se soud zabýval námitkou, žalované, že nebylo prokázáno, že by předmětný slogan „*když (cokoliv), tak ...*“ užívala právě žalovaná. Z výpisu z obchodního rejstříku bylo zjištěno, že oba účastníci jsou podnikatelé v oblasti obchodu. Z vyrozumění o výsledku posouzení připomínek Úřadu průmyslového vlastnictví ze dne 17. 1. 2025, s. zn. O-594416 (vztahující se k přihlášce ochranné známky „*Když mobil, tak Mironet*“) bylo zjištěno, že připomínky ve smyslu § 24 zákona č. 441/2003 Sb., zákon o Ochranných známkách (dále jen „ZoZ“) podala žalovaná. Žalovaná tak vyjádřila svůj zájem na zápisné způsobilosti, což mohla učinit, pouze v případě, že měla jakožto uživatel shodného, nebo podobného označení zájem na výsledku sporu. Již z uvedeného, a ze skutečnosti, že webový portál, kde dochází k užití je Allegro.cz, (když žalovaná se jmenuje Allegro Retail a.s.) a jméno Allegro je hlavní a rozlišovací část označení žalované, soud dospěl k závěru, že slogany „*když chcete příjemné ráno, tak Allegro*“, či „*když něco začíná tak Allegro*“, jsou užívány žalovanou. Z uvedeného je také zároveň patrné, že účastníci jsou v hospodářském styku ve smyslu ust. § 2976 odst. 1 o.z. Oboje strany provozují obchodní webový portál s nabídkou zboží a ucházejí se „o stejného klienta“. Žalovaná přitom v rámci připomínek podaných u Úřadu průmyslového vlastnictví sama deklarovala zájem na užívání označení obdobného znění, čímž de facto potvrdila své vlastní užívání nebo přinejmenším úmysl na něj navázat. Tato skutečnost má význam nejen pro určení identity uživatele předmětného sloganu, ale zároveň má význam pro posouzení relevance tvrzeného soutěžního vztahu mezi účastníky.
24. V další části soud konstatuje, že žaloba byla podána 30. 6. 2024, když návrh na zápis ochranných známek byl podán 27. 6. 2024. Z provedeného dokazování bylo zjištěno, že žalovaná by svoji verzi sloganu užívá od 17. 4. 2024. K zápisu ochranných známek pak došlo za řízení ve věci dne 29. 1. 2025. Z hlediska jak právní, tak skutkového hodnocení věci soud vychází ze stavu, kdy žalobkyně užívala slogan před jeho zápisem jako ochranné známky a to od 20. 3. 2017. Soud se tak zabýval především nekalosoutěžním aspektem užití výrazu „*když (něco), tak (Mironet / Allegro)*“.
25. Užití sloganu ze strany žalované tak s ohledem na uvedené nepředstavuje porušení práv k ochranné známce. V kontextu k uvedenému však žalobkyně měla možnost prokázat příznačnost uvedeného označení (sloganu) právě pro žalobkyni. Žalobkyně v řízení doložila, že slogan „*když počítač (a pod), tak Mironet*“ užívá od roku 2017, nicméně ve smyslu *rozsudku Nejvyššího soudu ze dne 30. 10. 2014, sp. zn. 23 Cdo 3338/2012* nebylo prokázáno, že by jeho užívání bylo v rozsahu, intenzitě a frekvenci způsobilé vést k příznačnosti tohoto označení v povědomí relevantní spotřebitelské veřejnosti. Užívání bylo doloženo především Shodu s prvopisem potvrzuje potvrzuje Z. K.

prostřednictvím jednotlivých videí s omezeným dosahem, bez dalších důkazů o zásahu kampaní nebo o vnímání označení veřejností. Například klip žalobkyně z roku 2017 měl ke dni náhledu provedeného soudem při jednání 501 zhlédnutí. Uvedené soud dává do souvislosti s „pouhými“ pěti relevantními komentáři ve vztahu k žalobkyni u klipu žalované. U těchto pěti relevantních komentářů žel však není jasné, kdo je jejich autorem a žalovaná v řízení namítala, že se mohlo jednat o zaměstnance (či jinak spřízněné osoby) se žalobkyní, když soud při hodnocení tohoto důkazu skutečnost, že u uvedených pěti komentujících se vždy a výhradně jedná o plně anonymní komentáře, soud také hodnotil. Žalobkyně pak není ani první, kdo užíval konceptu, „když něco, tak ...“ když neúspěšně si pokusila ochrannou známku „Když notebook, tak Alza“ přihlásit již v roce 2008 společnost Alzasoft. Dále k problematice příznačnosti nebylo z provedeného dokazování k příznačnosti zjištěno ničeho dalšího. Soud tak s ohledem na uvedené uzavřel, že u posuzovaného sloganu, který v době užití žalovanou nebyl chráněn jako ochranná známka, nebyla příznačnost tohoto sloganu ve vztahu k žalobkyni prokázána.

26. V další části soud konstatuje rozdílnost užití obou kampaní.
27. Žalobkyně užívá označení konkrétních výrobků nebo věci, a žalovaná užívá situace v životě. Srovnání soud dává do níže uvedeného srovnání:

MIRONET
konkrétní označení

ALLEGRO
situace v životě

Když hry, tak Mironet

Když něco začíná, tak Allegro

Když počítače, tak Mironet

Když dospíváš, tak Allegro

Když telefony, tak Mironet

Když se čas žene vpřed tak, Allegro

Když domácnost, tak Mironet

Když všechno musí ladit, tak Allegro

Když zahrada, tak Mironet

Když chcete příjemné ráno, tak Allegro

Když dárek, tak Mironet

Když se změní vkus, tak Allegro

Když mobil, tak Mironet

Když něco dojde, tak Allegro

Když kamery, tak Mironet

Shodu s prvopisem potvrzuje potvrzuje Z. K.

Když iPhone, tak Mironet

Když něco, tak Allegro

Když Apple, tak Mironet

Když nářadí, tak Mironet

Když vysavače, tak Mironet

Když tiskárny, tak Mironet

Z uvedeného porovnání vyplývá, že žalobkyně užívá slogany v přímé věcné spojitosti s konkrétními produkty, zatímco žalovaná buduje emocionálně laděný narativ spojený se životními momenty. Výsledné sdělení, cílové nastavení a marketingové vyznění jsou natolik odlišné, že podle názoru soudu nemůže průměrný spotřebitel dospět k dojmu, že se jedná o produkty či služby od téhož subjektu.

Soud uzavírá, že přestože oba slogany využívají podobné jazykové schéma (větu podmínkovou „když... tak...“), jejich kontext, účel a způsob sdělení se zásadně liší. Zatímco žalobkyně staví sdělení na účelové nabídce konkrétního zboží, žalovaná vytváří atmosférickou značkovou komunikaci zaměřenou na identifikaci životních potřeb spotřebitelů. Takové rozdílné zacílení a stylistické pojetí vylučují nejen zaměnitelnost, ale i jakoukoli soutěžně relevantní souvislost, která by byla způsobila vyvolat újmu, klamný dojem či parazitování.

28. Výše uvedené soud dal do souvislosti s komentáři pod reklamou Allegro umístěnou na YouTube [bod 10 a 11], kde někteří komentující uvádí „*proč kopírujete reklamu Mironetu*“ či „*Ta reklama je vážně jako by z oka vypadla Mironetu*“ a dále se vyjadřují se k této reklamě. Jedná se o 5 komentářů z 21. Soud zohlednil, že se jedná o spontánní vyjádření jednotlivých uživatelů bez doloženého reprezentativního průzkumu či ověřeného zásahu v cílové skupině spotřebitelů. Z tohoto důvodu nemohou být tyto komentáře samy o sobě považovány za důkaz příznačnosti označení ani za důkaz o zaměnitelnosti či vyvolání klamavého dojmu. Z výše uvedeného (tabulkového) srovnání soud dospívá k závěru, že na uvedeném označení je shodné pouze slovo „**když**“ a dále „**název společnosti**“. Žalobkyně nabízí konkrétní zboží, u kterého uvádí, že pokud adresát potřebuje nějakou konkrétní věc, například tiskárnu, nebo nářadí, či cokoliv dalšího, tak nejlepší alternativa je Mironet. Tento slogan je navíc dán do kontextu, klikni hned na Mironet.cz a výrazy klikni, klikni. Žalovaná sice užívá slovo „**když**“ a svůj „**název**“, uvedené však staví do úplně jiných souvislostí. Nejedná se o nabídku konkrétního zboží (alespoň ve sloganu samotném), ale o životní situaci, pro kterou má žalovaná řešení (samozřejmě ve formě nákupu konkrétního zboží). Filozofie přístupu k zákazníkovi je naprosto odlišnou a znění sloganu taktéž přes shodné počáteční „**když**“ a „**název společnosti**“ je naprosto odlišnou. Z tohoto důvodu soud dále z těchto komentářů, které byly provedeny jako důkaz, nevychází. Z provedeného dokazování bylo zjištěno, že nelze hovořit o tom, že by klip žalované „jako z oka vypadl žalobkyni“. A to s ohledem na uvedený odlišný přístup.

29. V další části se soud zabýval problematikou nekalé soutěže, problematikou příznačnosti se Shodu s prvopisem potvrzuje potvrzuje Z. K.

soud již zabýval výše. Dále soud na tomto místě odkazuje na *rozsudek Nejvyššího soudu ČR, ze dne 31. 8. 2020 sp. zn. 23 Cdo 2027/2020* týkající se uvedení výrobků podobných svým vzhledem či provedením na trh, což nelze ve smyslu § 2976 o.z. bez dalšího považovat za jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže. V posuzované věci soud dospěl k závěru, že jde o jednání v hospodářském styku (jak již bylo uvedeno výše), nicméně s ohledem na výše uvedené neshledal skutečnost, že by šlo o jednání, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a že by takové jednání bylo způsobilé přivodit újmu jiným spotřebitelům nebo zákazníkům. Podle uvedeného rozhodnutí *v rozporu s dobrými mravy soutěže je uvedení takového výrobku soutěžitelem na trh kupříkladu tehdy, stal-li se vzhled či provedení shodného nebo obdobného výrobku příznačným v zákaznických kruzích pro závod jiného soutěžitele nebo neučinil-li soutěžitel dostatečné opatření pro vyloučení či podstatné omezení vyvolání nebezpečí záměny nebo klamné představy o spojení svého výrobku s jiným soutěžitelem (zpravidla např. zřetelným umístěním svého loga na výrobek či jeho obal) nebo těžil-li soutěžitel ze soutěžně významného úsilí a nákladů jiného soutěžitele.*

30. Soud na základě výše uvedeného dospěl k závěru, že v posuzované věci nejsou splněny kumulativní předpoklady generální klauzule nekalé soutěže dle § 2976 odst. 1 o.z., aby bylo možno žalobě vyhovět. Zejména nebylo prokázáno, že by 1) jednání žalované bylo objektivně způsobilé přivodit žalobkyni újmu, že by 2) bylo v rozporu s dobrými mravy soutěže, a že by 3) vyvolávalo nebezpečí záměny či klamavý dojem o spojení se soutěžitelem. Rozsah a způsob užití sloganu žalovanou nevybočoval ze standardních marketingových praktik, a ani užití obdobného jazykového rámce, který je běžně užíván v českém i zahraničním reklamním prostředí, nelze za daných okolností považovat za soutěžně deliktní. Zároveň způsob použití není ve smyslu ust. § 2976 odst. 2 o.z. ve vztahu k § 2978, § 2981 či § 2982 o.z. způsobilý vyvolat mylnou domněnku týkající se v posuzované věci prodejce, či že by došlo k vyvolání nebezpečí záměny u označení závodu soutěžitelů a již vůbec po srovnání obou reklam, že by mohlo také dojít k parazitování na pověsti. Pokud jde o parazitování na pověsti v posuzované věci (vzhledem k provedenímu dokazování) nelze hovořit o tom, že žalovaná získávala výsledky činnosti žalobce ve svůj prospěch. To naopak žalovaná investovala značné finanční prostředky (na rozdíl za dlouhou dobu žalobkyně) k rozšíření této reklamy. Po zhodnocení výše uvedených skutečností (a úvah soudu) dospěl soud k závěru, že žalovaná se užitím sloganu „když něco, tak ...“ nedopustila ani jednání, které by představovalo parazitování na pověsti žalobkyně. V posuzované věci každý ze soutěžitelů užil sice shodný začátek „Když“, ale další část sloganu se řídí odlišnými pravidly a na závěr je uvedeno jméno, které není zaměnitelné s druhým soutěžitelem (Mironet / Allegro).
31. Soud tak na základě výše uvedeného dospěl k závěru, že nebyly naplněny skutkové ani právní předpoklady pro zásah podle § 2976 an. občanského zákoníku, a žalobu proto v celém rozsahu zamítl. Užití sloganu „když něco, tak Allegro“ a jeho jazykových variant nebylo způsobilé vyvolat nebezpečí záměny, parazitování, klamavý dojem, ani jiný zásah do právní sféry žalobkyně, a to jak ve světle generální klauzule, tak typových skutkových podstat nekalé soutěže.

Náhrada nákladů řízení

32. O náhradě nákladů řízení rozhodl soud podle § 142 odst. 1 o.s.ř. tak, že přiznal žalované, jenž byla v řízení zcela úspěšná, plný nárok na náhradu nákladů řízení, které sestávají z:

tarifní hodnota sporu je dána žalovanou částkou, a to pro veškeré úkony učiněné v řízení

Shodu s prvopisem potvrzuje potvrzuje Z. K.

- za úkony do 31. 12. 2024 náleží dle tehdejšího znění § 9, § 11 a § 13 AT:
 - a. 1 x odměna advokáta za úkon právní služby á 3 100 Kč bez DPH – za převzetí a příprava zastoupení; vyjádření ze dne 26. 9. 2024; celkem 6 200 Kč bez DPH
 - b. 2x náhrada hotových výdajů dle § 13 odst. 4 AT á 300 Kč bez DPH; celkem 600 Kč bez DPH
- za úkony po 1. 1. 2025 náleží dle § 7, § 8 odst. 1, § 11 a § 13 AT:
 - c. 2x odměna advokáta za úkon právní služby á 3 700 Kč bez DPH – za účast na jednání 16. 1. 2025; účast na jednání 22. 5. 2025 - dle § 11 odst. 1 písm. g) AT, tj. 7 400 bez DPH
 - d. 2x náhrada hotových výdajů dle § 13 odst. 4 AT á 450 Kč bez DPH; celkem 900 Kč bez DPH

Celkem tak náklady žalobce činí 15 100 Kč, když zástupce žalované soudu nedoložil doklat o plátcovství DPH.

32. O lhůtách k plnění bylo rozhodnuto ve smyslu ustanovení § 160 odst. 1 o.s.ř.

Poučení:

Proti tomuto rozsudku lze podat odvolání do 15 dnů ode dne doručení jeho písemného vyhotovení. Odvolání se podává u Městského soudu v Praze. O odvolání rozhoduje Vrchní soud v Praze.

Nesplní-li povinný dobrovolně povinnost stanovenou vykonatelným rozsudkem, může oprávněný navrhnout soudní výkon rozhodnutí.

Praha 23. května 2025

JUDr. Mgr. Petr Košík, Ph.D.
předseda senátu

Shodu s prvopisem potvrzuje potvrzuje Z. K.