

PADĚLKY SVĚTOVÝCH ZNAČEK

Co vám může hrozit při zakoupení padělku známé značky? Jak se záplavou falzifikátů bojují výrobci a jak se k nim staví naše právo?

LOUIS VUITTON, DOLCE & GABBANA, Lacoste... padělání se nevyhnula žádná ze značek, které udávají módní trendy. Už dávno se stalo výnosným byznysem a i přes vysoké sankce náš trh zaplavují čím dál víc. Jde o tak vážné porušování práva duševního vlastnictví, že na sebe strhlo i pozornost Bruselu a ten teď vydává jedno nařízení za druhým.

AŽ OSM LET VĚZENÍ

U nás proti padělání bojuje hlavně celní správa: může zadržet jakékoli zboží podezřelé z porušování práv duševního vlastnictví, a to bez ohledu na práva třetích osob (tedy vás coby majitelky úžasně levných „zaručeně pravých“ sportovních bot, které jen jaksi mají o pruh víc), a prozkoumávat, zda k porušení skutečně došlo. Pokud ano, pokuta může vystoupat až na 20 000 000 Kč, záleží na množství zboží. V případě trestního řízení může pachatele čekat až osmileté vězení. A co hrozí vám jakožto spotřebiteli? Postih vám bude hrozit jen při podezření, že u sebe máte padělané zboží (například si zrovna koupíte v obchodě novou kabelku a vzápětí tam proběhne razie, při které se objeví dodávka padělaných tašek), ale celní správa zboží nezadrží a jen vám uloží, abyste ho nikomu neprodávala, a dokonce ho ani nepoužívala. V případě neuposlechnutí vám hrozí sankce až do výše 1 000 000 Kč. V praxi však celní správa takto postupuje zcela výjimečně. Daleko spíš se stane, že vám tašku prostě zabaví a vy se budete muset domáhat vrácení peněz po prodeji. Žádný trestní postih vám pak samozřejmě nehrozí.

4 287 505 000 Kč

Přesně taková škoda vznikla majitelům práv duševního vlastnictví v roce 2010. Loni byly zadrženy téměř 4 milio-



ny padělků. Alarmující čísla, a to jde jen o Českou republiku! Celosvětově pak výrobci přicházejí ročně o stovky miliard. Jak s tímto problémem bojují? V první řadě kontrolami a podněty domácím správním orgánům. Vše ovšem připomíná spíše boj s mytickou hydrou, protože po dopadení jednoho padělatele se často vzápětí objeví další tři. Výrobci tak působí spíše na spotřebitele a masivními reklamními kampaněmi (naposledy v květnu ve Francii) se je snaží přesvědčit, že je výhodnější dát přednost značkovému zboží. Například Rolex však zvolil opačnou strategii a s padělkami nebojuje vůbec. Lidem z vedení je jedno, že po světě lidé nosí miliony laciných hodinek s jejich logem, které pocházejí kdovíodkud. Vnímá to jako reklamu a jen si hlídá, aby se v certifikovaných obchodech skutečně prodávaly jen originály. Právě tam totiž přijdou zákazníci, kteří chtějí kvalitu a jsou do ní ochotni investovat.

KOHO NEJVÍC PADĚLAJÍ?

Nejsnadněji padělatelné jsou značky s dostatečně výrazným logem. Jen se rozhlédněte a počítejte, kolik Gusacci, Luis Vuitton, Chanel, nebo Prada kolem sebe máte. Tyto laciné podvrhy pozná každý, ovšem i padělatel se vyvíjí, a tak už přicházejí také s napodobeninami, které od originálu rozezná jen profesionál. Pokud si tedy přejete záruku originálu a kvality, nakupujte pouze v certifikovaných obchodech, které by ztrátou reputace finančně utrpěly mnohem víc, než by vydělaly prodejem padělků. ■

LADISLAVA JASANSKÁ

Odbornice na mediální a pracovní právo, právnička se zkušenostmi s obchodním právem včetně mezinárodních transakcí. Její advokátní kancelář Jasanská & Co. vás aktuálně zve na konferenci Zvoní zaměstnancům hrana? aneb Vše o pracovním právu. Koná se 18.–19. října v Praze, více na www.jasanska.com v sekci Semináře a akce.