

ASOCIAČNÉ PRÁVO V ŠPORTE – PRÍPAD OLYMPIJSKEJ SYMBOLIKY

prof. JUDr. Tomáš Gábriš, PhD., LL.M.*

Abstrakt: Príspevok analyzuje súčasnú medzinárodnoprávnu a vnútroštátnu právnu úpravu, ako aj internú úpravu olympijského hnutia vo vzťahu k ochrane olympijskej symboliky. V právnej praxi aj doktríne je totiž aktuálne sporným, v akých prípadoch je potrebný súhlas na využívanie symboliky, kedy naopak už ide o nepovolené využívania, ktorý subjekt je v skutočnosti aktívne legitimovaným na podávanie príslušnej žaloby na ochranu tohto práva, ako aj to, akým spôsobom sa má vyčíslovať príslušná hodnota zadostučinenia, či náhrady škody alebo vydania bezdôvodného obohatenia. Otáznym tiež zostáva, či je vôbec v tejto súvislosti potrebná osobitná úprava nárokov v zákone o športe, alebo by bolo možné i bez jej existencie (alebo delegovane) použiť ustanovenia Obchodného zákonníka o nekalej súťaži alebo Občianskeho zákonníka o náhrade škody z práv duševného vlastníctva. Odpovede sa pritom pokúša podať aktuálne prerokovaná novela zákona o športe.

Kľúčové slová: olympijská symbolika, olympijské vlastníctvo, nekalá súťaž

Organizovanie vrcholných športových podujatí predstavuje spoločensky významnú, a ekonomicky a právne pomerne náročnú úlohu – spoločensky sú totiž s vrcholnými športovými podujatiami prirodzene späté veľké očakávania; ekonomické nároky súvisia zase s otázkami pomeru verejných zdrojov, sponzoringu a vlastných zdrojov organizátora. A napokon, právne otázky organizovania vrcholných podujatí súvisia osobitne s nutnosťou rešpektovania vnútroštátnej a medzinárodnej právnej úpravy a zároveň s nutnosťou zohľadnenia požiadaviek medzinárodnej športovej organizácie, ktorá zastrešuje konanie športového podujatia. V tomto príspevku sa zameriame na právne a ekonomické aspekty organizovania olympijských hier, a to v konkrétnom zameraní na ochranu olympijskej symboliky, ktorá predstavuje právom chránený ekonomický zdroj finančného zabezpečovania samotného športového podujatia a jeho kontinuity do budúcnosti. Práve olympijská symbolika, a v širšom chápaní tzv. olympijské vlastníctvo, ako osobitné „iné označenia“ v práve duševného vlastníctva, predstavujú totiž zdroj podstatných príjmov pre organizátorov olympijských hier, a to ako na národnej, tak aj svetovej úrovni.

* Ústav štátu a práva SAV, v. v. i., Klemensova 19, 813 64 Bratislava, Slovenská republika, Trnavská univerzita v Trnave, Právnická fakulta, Hornopotočná 23, 918 43 Trnava, Slovenská republika, e-mail: tomas.gabris@truni.sk Príspevok je výstupom grantového projektu VEGA 2/0073/23 Športovec – zamestnanec alebo podnikateľ?

Práve vysoká rozpoznateľnosť a spoločenská prestíž olympijskej symboliky však tiež zvädza k parazitovaniu na tejto povesti, a k snahám o zneužívanie olympijskej symboliky na zvýšenie atraktivity produktov a služieb aj u takých spoločností, ktoré nie sú s olympijským podujatím priamo spojené tzv. asociačným právom (*association right*),¹ ako právom na využívanie olympijského označovania, na rozdiel od ich konkurentov, ktorí za možnosť spojenia s olympijskou symbolikou platia nemalé prostriedky. Aj v našich končinách sa pritom pravidelne objavujú reklamné produkty odkazujúce na olympijskú symboliku, a to bez súhlasu a bez vedomia príslušných olympijských výborov. Predchádzanie tomuto javu je pritom úlohou národných olympijských výborov, ale i štátnych orgánov – a to jednak na základe požiadaviek Olympijskej charty, ale tiež na základe medzinárodnoprávných záväzkov štátu. V príspevku predstavíme príslušnú úpravu, ako aj právne výzvy, ktorým národné olympijské výbory čelia v súvislosti s uplatňovaním príslušnej právnej ochrany. Problémov si je vedomá aj, aktuálne v Národnej rade Slovenskej republiky prerokúvaná, novela zákona o športe č. 440/2015 Z. z.,² ktorá niektoré otázky tejto ochrany spresňuje.

1 Právne problémy ochrany označení v športe

Ochrana označovania v športe, osobitne pokiaľ ide o označovanie športových organizácií a športových podujatí, reaguje na dva základné okruhy právnych otázok – problémy súvisiace s ochrannými známkami, a problémy súvisiace s tzv. *ambush* marketingom.

K porušeniu práv k ochranným známkam v minulosti opakovane dochádzalo najmä v súvislosti s praktikou tzv. cybersquattingu, teda registrácie doménových mien identických alebo podobných ochrannej známke športového podujatia/organizátora podujatia. Bikoff a Jones³ ponúkajú prehľad prvých takýchto sporov – napr. vo veci doménového mena Torino2006 (podobného ochrannej známke TURIN2006, ktorú si dal zaregistrovať Medzinárodný olympijský výbor), ďalej doménových mien madrid2012.com, 2m12.

¹ SIM, N. S. Q. Ambush marketing in major sports events: war minus the shooting? In: *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2015, Vol. 10, No. 7, s. 545.

² Právnym základom ochrany olympijskej symboliky pred prijatím zákona o športe bol zákon č. 226/1994 Z. z. o používaní a ochrane olympijskej symboliky a o Slovenskom olympijskom výbore, ktorý bol zrušený a nahradený zákonom o športe č. 440/2015 Z. z.

³ BIKOFF, J., JONES, P. L. Internet/domain name issues. In: *IP Litigator*, November-December 2004, s. 39 a nasl.

org, 2m12.com, a 2m12.info (podobných ochrannej známke MADRID2012 a známke 2M12), mena Athens2004.org (podobného ochrannej známke ATHENS 2004), alebo napokon doménových mien VancouverOlympics.com, bcOlympic.com, a VancouverOlympics2010.com⁴ (podobných ochrannej známke zimných olympijských hier vo Vancouveri v roku 2010).

Spory o doménové mená najvyššej úrovne druhu .com a pod. sa pritom na medzinárodnej úrovni zvyčajne riešili pred expertnými panelmi vytvorenými zásadne na každom svetovom kontinente. Jeden z takýchto panelov je napríklad zriadený pri WIPO – Svetovej organizácii duševného vlastníctva. Spory o doménové mená končiace na .eu má zase právomoc riešiť panel zriadený pri Rozhodcovskom súde pri Hospodárskej komore Českej republiky a Agrárnej komore Českej republiky v Prahe. V Slovenskej republike je podobný inštitút pre riešenie sporov o doménové mená končiace .sk zriadený pri EISI (*European Information Society Institute*) od januára 2017.

Všetky tieto panely pritom postupujú podľa pravidiel vychádzajúcich z UDRP pravidiel⁵ organizácie ICANN, ako najvyššej autority vo svete doménových mien, a zaručujú pomerne rýchlu a efektívnu ochranu ochranných známk patriacich (nielen) športovým organizáciám.

Ochranné známky, či celkovo označovacie práva, však môžu byť zneužívané aj iným spôsobom, než len registráciou doménových mien. Druhý okruh najčastejších právnych problémov spojených s organizovaním vrcholných športových podujatí je totiž spojený s už zmieneným *ambush* marketingom, t.j. parazitovaním na športovom podujatí, so snahou o prezentáciu vlastnej značky, obchodného mena, produktu alebo služieb,⁶ spojením so športovým podujatím alebo športovou organizáciou, a to bez súhlasu a vedomia organizácie alebo organizátora podujatia. Tzv. *ambush* marketing tak znamená „*spájanie imidžu komunikovanej značky s motívom (športovým podujatím) bez kontraktu s vlastníkom motívu a často so snahou presadiť sa proti konkurentovi z odvetvia, ktorý je oficiálnym partnerom (sponzorom) podujatia*“.⁷ Je to teda snaha vzbudiť

⁴ Pozri BIKOFF, J. L. The Olympic brand protection: challenges in London 2012. In: *Proceedings of the Annual Meeting-American Society of International Law*, 2012, 106, s. 99.

⁵ *Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (the „Rules“)*. Dostupné na internete: <https://www.icann.org/resources/pages/udrp-rules-2024-02-21-en> [6.12.2024]

⁶ Konkrétne prípady pozri v: LOUW, A. M. *Ambush Marketing and the Mega-Event Monopoly: How Laws are Abused to Protect Commercial Rights to Major Sporting Events*. The Hague: T.M.C. ASSER PRESS, 2012.

⁷ Definícia podľa DUCHOSLAV, L. Analýza ambush marketingu v športe na Slovensku. In: *Humanistické podoby športu a telesnej výchovy*. Bratislava: Slovenská vedecká spoločnosť pre telesnú výchovu a šport, 2006, s. 24.

asociáciu spojenia so športovou udalosťou, aj keď nejde o sponzora či obchodného partnera tohto podujatia.

Historickými príkladmi sú napr. konkurencia Fuji a Kodaku pri Olympijských hrách v rokoch 1984 a 1988 – najprv Kodak sponzoroval televízne vysielanie hier a americký atletický tím, hoci Fuji bolo oficiálnym sponzorom hier, a v roku 1988 to bolo naopak. Na Olympijských hrách v roku 1992 bol zase oficiálnym partnerom Reebok, ale Nike sponzorovalo americký basketbalový tím. Tento typ marketingu sa preto označuje aj ako parazitický marketing, pričom jeho cieľom je atakovať exkluzivitu sponzora. Príkladom v Slovenskej republike je napr. používanie symboliky majstrovstiev sveta alebo majstrovstiev Európy vo futbale alebo hokeji, v reklame bežných produktov s cieľom zvýšenia ich predaja.⁸

Pri takomto konaní sponzorovi (partnerovi podujatia) vzniká škoda tým, že nie je výlučne spájaný so sponzorovanou súťažou, hoci si za takúto výhradnosť zaplatil, a sponzorovanému (športovej organizácii) zase môže vzniknúť škoda v podobe ušlého zisku spôsobeného využitím asociačného práva bez odplaty, či prípadne do budúca i poklesom záujmu sponzorov a partnerov o využitie práva asociácie.

Tento problém sa pritom netýka iba olympijských výborov a olympijských hier, ale je prirodzene spojený s akýmkoľvek populárnym športovým odvetvím a jeho udalosťami typu majstrovstiev sveta alebo Európy. Nie všetky športové udalosti a ich označenia sú však pritom chránené osobitnou právnou úpravou, ako je to v prípade tzv. olympijského vlastníctva, a musia sa preto zväčša spoliehať len na všeobecnú úpravu nekalej súťaže, či na všeobecnú úpravu zodpovednosti za škodu. Na tomto mieste sa zameriame primárne na špecifiká ochrany využívania olympijského vlastníctva, ako asociačného práva *par excellence*, avšak poukážeme aj na možné súvislosti s využívaním ochrany pred nekalou súťažou podľa obchodného práva a s ochranou podľa zodpovednej úpravy v občianskom práve.

⁸ DUCHOSLAV, L. Analýza ambush marketingu v športe na Slovensku. In: *Humanistické podoby športu a telesnej výchovy*, s. 25. K ďalším právnym otázkam ambush marketingu pozri napr. LEONE, L. Ambush Marketing: Criminal Offence or Free Enterprise? In: *The International Sports Law Journal*, 2008, č. 3-4. Dostupné na internete: http://www.asser.nl/upload/documents/1182010_44041ISLJ%202008_3-4.pdf [6.12.2024]

2 Olympijská symbolika a olympijské vlastníctvo – pojem a jeho obsah

Olympijská symbolika je popri všeobecnej právnej úprave nekalej súťaže, či úprave ochranných známkov a iných typov označení chránená tiež výslovnou, osobitnou právnou úpravou, a to ako na národnej, tak i na medzinárodnej úrovni. K tomu navyše pristupujú ďalšie osobitné pravidlá jej využívania, ktoré majú oporu v Olympijskej charte Medzinárodného olympijského výboru (ďalej len „MOV“),⁹ a v osobitných manuáloch vydávaných na jej základe.

Na medzinárodnej úrovni, ktorou tu začneme, treba osobitne uviesť Dohovor z Nairobi o ochrane olympijského symbolu (Nairobi Treaty on the Protection of the Olympic Symbol) z 26. septembra 1981.¹⁰ Dohovor bol podpísaný pod záštitou Svetovej organizácie duševného vlastníctva (WIPO), čím sa malo zabezpečiť vylúčenie zápisu takých ochranných známkov, ktoré by využívali olympijský symbol v podobe známych piatich kruhov. Výnimku predstavuje len možnosť registrácie v mene MOV, alebo so súhlasom MOV. Podľa databázy Global Brand Database, ktorú prevádzkuje Svetová organizácia duševného vlastníctva (WIPO), a podľa databázy eSearch Úradu Európskej únie pre duševné vlastníctvo (EUIPO), tak aktuálne možno identifikovať stovky registrovaných ochranných známkov, ktoré zásadne patria MOV, a týkajú sa jednotlivých olympijských hier a súvisiacich produktov.

Päť kruhov ako olympijský symbol však nepredstavuje jediný predmet tzv. olympijského vlastníctva MOV. Chránenú olympijskú symboliku MOV tvorí okrem olympijského symbolu aj olympijská vlajka, olympijské heslo, olympijský oheň, olympijská pochodeň, olympijská hymna, olympijský emblém a výrazy ako „olympijský“ a „olympiáda“. Len pre zaujímavosť, olympijská pochodeň je pritom chránená okrem autorských práv aj dizajnom.

⁹ *Olympijská charta*. https://www.olympic.sk/sites/default/files/field_media_file/2024-01/OLYMPIJSK%C3%81%20CHARTA%20SK%20verzia%20z%2015.10.2023.pdf [6.12.2024]

¹⁰ V čl. 1: „Any State party to this Treaty shall be obliged, subject to Articles 2 and 3, to refuse or to invalidate the registration as a mark and to prohibit by appropriate measures the use, as a mark or other sign, for commercial purposes, of any sign consisting of or containing the Olympic symbol, as defined in the Charter of the International Olympic Committee, except with the authorization of the International Olympic Committee. The said definition and the graphic representation of the said symbol are reproduced in the Annex.“ V zmysle prílohy (Annex), „The Olympic symbol consists of five interlaced rings: blue, yellow, black, green and red, arranged in that order from left to right. It consists of the Olympic rings alone, whether delineated in a single color or in different colors.“

Okrem olympijskej symboliky v medzinárodnom ponímaní, rozpoznávame v každom štáte aj príslušnú národnú olympijskú symboliku. V rámci Slovenskej republiky tak napríklad ide v zmysle § 25 ods. 2 zákona o športe a jeho prílohy č. 1 o olympijskú symboliku Slovenského olympijského a športového výboru (ďalej len „SOŠV“), ktorá je schválená zo strany MOV v súlade s pravidlom 31 Olympijskej charty. Osobitnú olympijskú symboliku SOŠV tvorí emblém (odznak¹¹), vlajka a iné symboly schválené MOV.

Olympijskú symboliku MOV a olympijskú symboliku SOŠV (resp. iných národných olympijských výborov) pritom ešte v prípade konania olympijských hier dopĺňa aj symbolika príslušného organizačného výboru olympijských hier, v závislosti od miesta konania olympiády. Dokonca aj každý maskot vytvorený pre olympijské hry sa považuje za súčasť olympijskej symboliky a jeho návrh musí organizátor predložiť na schválenie výkonnému výboru MOV. Takýto maskot sa ani v krajine príslušného organizačného výboru nesmie použiť na komerčné účely bez predchádzajúceho písomného súhlasu organizátora. Po uplynutí roka konania olympijských hier prechádzajú všetky práva na využitie emblému, maskota a iných značiek, vzorov, symbolov, plagátov, predmetov a dokumentov na MOV.

Podľa pravidla 7 Olympijskej charty pritom olympijský symbol, vlajka, motto, hymna, identifikácie (okrem iného vrátane termínov „olympijské hry“ a „hry olympiády“), označenia, emblémy, plameň a pochodne, a akékoľvek iné hudobné diela, audiovizuálne diela alebo iné tvorivé diela alebo artefakty objednané v spojitosti s olympijskými hrami zo strany MOV a/alebo národných výborov (či organizátora hier) sa spoločne alebo jednotlivo označujú aj ako „olympijské vlastníctvo“.¹² Všetky objekty pritom požívajú rovnakú ochranu, a podliehajú osobitným pravidlám ich používania.

V zásade pritom na celom svete platí pravidlo, že iné fyzické osoby a právnické osoby môžu túto symboliku („vlastníctvo“) používať len v súlade s Olym-

¹¹ Emblém (odznak) tvoria olympijské kruhy kombinované so štátnou vlajkou Slovenskej republiky. Vlajku tvorí biele pole bez lemovania. V strede bieleho poľa je emblém (odznak) Slovenského olympijského výboru.

¹² Podľa Pravidla 7 ods. 4 Olympijskej charty, *„Olympijský symbol, vlajka, motto, hymna, identifikácie (okrem iného vrátane termínov „olympijské hry“ a „hry olympiády“), označenia, emblémy, plameň a pochodne, ako sú definované v pravidlách č. 8 – 14 nižšie, a akékoľvek iné hudobné diela, audio-vizuálne diela alebo iné tvorivé diela alebo artefakty objednané v spojitosti s olympijskými hrami zo strany MOV, NOV a/alebo OVOH, sa budú spoločne alebo jednotlivo označovať ako „olympijské vlastníctvo“. Všetky práva na olympijské vlastníctvo, ako aj práva na jeho využívanie, patria výhradne MOV, vrátane ale nie výlučne využitia na akékoľvek ziskové, komerčné alebo reklamné účely. MOV môže udeliť licenciu na všetky svoje práva alebo ich časť za podmienok, ktoré určí výkonný výbor MOV.“*

pijskou chartou (a jej vykonávacími predpismi) a so súhlasom príslušného oprávneného subjektu, ktorým je MOV alebo národný olympijský výbor, či organizátor hier. Súhlas príslušného orgánu nie je potrebný len vtedy, ak sa olympijská symbolika používa nekomerčne a len na účely rozširovania ideí olympizmu.

Spory vo veciach ochrany olympijskej symboliky pritom zväčša rozhodujú súdy, pričom porušenie povinností ustanovených týmto zákonom je v Slovenskej republike podľa zákona o športe zároveň i priestupkom alebo správnym deliktom, o čom rozhodujú a sankciu ukladajú správne orgány. Podstatnú časť regulácie využívania príslušných označení (olympijského vlastníctva), a teda i hranice toho, kedy ide o neoprávnené využívanie symboliky (olympijského vlastníctva), však obsahujú mimoprávne, interné normy MOV a národných výborov, resp. organizátorov hier.

3 Limity využívania olympijského vlastníctva: interná regulácia olympijskej symboliky

SOŠV zastupuje na území Slovenskej republiky záujmy MOV,¹³ a preto je i garantom riadneho používania olympijskej symboliky na Slovensku. Ide najmä o dohľadanie nad dodržiavaním pravidiel 7 až 14 Olympijskej charty a vykonávacích ustanovení k pravidlám 7 až 14.¹⁴ SOŠV preto musí zabrániť vedomému, ako aj nevedomému zneužívaniu olympijskej symboliky, aby ne-devalvoval exkluzívne práva oficiálnych olympijských partnerov, ktorí investujú prostriedky na podporu olympijského hnutia a športovcov.

¹³ Podľa Pravidla 7 ods. 1 Olympijskej charty, „MOV, ako líder olympijského hnutia, je zodpovedný za vyzdvihovanie hodnôt olympijského hnutia, za materiálnu podporu v snahe o organizovanie a šírenie OH, ako aj za podporu MŠF, NOV a športovcov pri príprave na OH. MOV je výhradný vlastník všetkých práv smerom k OH a k olympijskému vlastníctvu popísanému v tomto pravidle, ktoré je schopné produkovať zisky. Preto je v najlepšom záujme olympijského hnutia a jeho súčastí, ktoré by mohli profitovať z týchto ziskov, aby všetky práva a olympijské vlastníctva boli ochraňované a aby ich použitie bolo predmetom schválenia prostredníctvom MOV.“

¹⁴ Vykonávacie ustanovenia k pravidlám č. 7 – 14 Olympijskej charty stanovujú, že „1.2 Každý NOV je zodpovedný voči MOV za dodržiavanie pravidiel č. 7 – 14 a vykonávacích ustanovení k pravidlám č. 7 – 14 v príslušnom štáte. Prijíma opatrenia na zákaz akéhokoľvek používania olympijského vlastníctva, ktoré by bolo v rozpore s týmito pravidlami alebo s vykonávacími ustanoveniami k nim. Je tiež povinný snažiť sa o získanie ochrany olympijského vlastníctva MOV v prospech MOV.“

MOV vždy zverejňuje podrobnejšie pokyny pre olympijské hry podľa citovaných pravidiel Olympijskej charty. Národné výbory, ako aj SOŠV, tieto pravidlá predstavujú aj v národnom jazyku, v osobitných manuáloch. SOŠV tak za týmto účelom vydáva „Manuál ochrany olympijskej symboliky a pravidiel pre olympijských a neolympijských partnerov“.¹⁵ Tento Manuál vychádza nielen z Olympijskej charty a pokynov MOV, ale aj z národného právneho základu, ktorý predstavuje zákon o športe, osobitne jeho ustanovenie § 28 ods. 1, kde je explicitne uvedené nasledovné: „*Olympijskú symboliku môžu fyzické osoby a právnické osoby používať na území Slovenskej republiky so súhlasom Medzinárodného olympijského výboru alebo Slovenského olympijského a športového výboru.*“ Účelom manuálu je práve predvídateľné vymedzenie práv a povinností pri používaní olympijskej symboliky.

Osobitnú reguláciu však má i využívanie olympijského symbolu MOV samotnými národnými olympijskými výbormi. Aj národný olympijský výbor totiž môže používať olympijský symbol, vlajku, motto a hymnu len v rámci svojich neziskových aktivít, ak toto použitie prispieva k rozvoju olympijského hnutia a neznižuje jeho dôstojnosť a za predpokladu, že dotknutý výbor získal predchádzajúci súhlas od výkonného výboru MOV. Komerčné využívanie má navyše svoje osobitné pravidlá – podrobnosti využívania olympijskej symboliky tak vo všeobecnosti upravujú pravidlo 40 a pravidlo 50 Olympijskej charty a vykonávacie ustanovenia k týmto pravidlám.

Pravidlo 40 tak napríklad neupravuje iba ochranu pred zneužívaním podnikateľskými subjektmi priamo, ale i nepriame využívanie olympijskej symboliky účastníkmi hier, či predstaviteľmi národných výborov, za komerčnými účelmi tretích strán. Podľa vykonávacieho ustanovenia č. 40 (3) k Pravidlu 40 Olympijskej charty tak platí, že „*Súťažiaci, funkcionári výpravy alebo iní členovia jej personálu, ktorí sa zúčastňujú na olympijských hrách, môžu dovoliť, aby počas trvania olympijských hier boli ich osoba, meno, vyobrazenie alebo športové výkony použité na reklamné účely v súlade s pravidlami stanovenými výkonným výborom MOV.*“ Pravidlá Olympijskej charty tak upravujú dokonca aj využívanie reklamného spájania podnikateľských subjektov s olympijskými hrami prostredníctvom účastníkov hier, pričom podrobnosti upravujú práve manuály olympijských výborov.

Podobne, podľa Pravidla 50 (1) Olympijskej charty, je aj reklama priamo na športoviskách tiež pod plnou kontrolou MOV: „*Pokiaľ výkonný výbor MOV*

¹⁵ *Manuál ochrany olympijskej symboliky a pravidiel pre olympijských a neolympijských partnerov.* https://www.olympic.sk/sites/default/files/field_media_file/2021-06/Manua%C3%81%20olympijska%CC%81%20symbolika_ver2.0_0_0.pdf [6.12.2024]

výnimočne nerozhodne inak, na štadiónoch či iných športoviskách a nad nimi, ani na iných miestach, ktoré sa považujú za súčasť olympijských priestorov, nie je povolená žiadna forma reklamy. Komerčné inštalácie a reklamné tabule nie sú povolené na štadiónoch ani na iných športoviskách.“ Podľa vykonávacích ustanovení k Pravidlu 50 Olympijskej charty v tejto súvislosti platia tieto princípy:

- Na osobe, športovom úbore, doplnkoch, rešpektíve na žiadnom druhu oblečenia alebo vybavenia, ktoré nosia alebo používajú všetci súťažiaci, funkcionári či iní členovia personálu výprav, ani iní účastníci hier, nesmie byť uvedená žiadna forma reklamy alebo propagácie s výnimkou označenia výrobcu daného tovaru alebo vybavenia, pod podmienkou, že toto označenie nebude z reklamných dôvodov nápadne výrazné. Výkonný výbor MOV prijíma smernice obsahujúce podrobnosti o uplatňovaní tohto princípu. Akékoľvek porušenie môže viesť k diskvalifikácii konkrétnej osoby alebo delegácie, alebo k odobraniu akreditácie konkrétnej osoby alebo delegácie, bez ohľadu na ďalšie opatrenia a sankcie, ktoré môže určiť výkonný výbor MOV.
- Na štartových číslach športovcov nesmie byť zobrazená žiadna reklama a musia byť opatrené olympijským emblémom organizátora hier.
- Na rovnošatách súťažiacich, funkcionárov tímu a ďalšieho personálu výprav môže byť uvedená vlajka alebo olympijský emblém ich národného výboru, a so súhlasom organizátora aj jeho olympijský emblém.
- Identifikácia¹⁶ na akomkoľvek technickom náčiní, zariadeniach a iných prístrojoch, ktoré športovci, funkcionári tímu, ďalší personál výprav ani iní účastníci hier nenosia na sebe alebo pri sebe, vrátane zariadení na meranie času a výsledkových tabúl, nesmie v žiadnom prípade presiahnuť 1/10 výšky predmetného náčinia, zariadenia alebo prístroja a nesmie byť vyššia než 10 cm.

MOV na účel propagácie prenosov z hier môže podľa svojho vlastného uváženia udeliť spoločnostiam zabezpečujúcim rozhlasové a televízne vysielanie z olympijských hier súhlas s používaním olympijského symbolu, olympijských emblémov MOV alebo iného olympijského vlastníctva MOV a organizátora hier.¹⁷

¹⁶ Pod slovom „identifikácia“ sa myslí uvedenie mena, označenia, ochrannej známky, loga alebo akéhokoľvek iného rozlišovacieho znaku výrobcu daného predmetu, pričom identifikácia sa na každom predmete môže objaviť len raz.

¹⁷ Podľa Manuálu tiež platí, že v masmédiách sa môže olympijská symbolika používať i bez predchádzajúceho súhlasu SOŠV alebo MOV, ale výlučne len na informovanie o olympijskom hnutí a jeho činnostiach bez zneužívania na obchodné a iné podnikateľské účely, t.j. zásadne iba na spravodajské účely. Olympijská symbolika v redakčnej časti a komerčná prezentácia (inzercia) musia byť zreteľne oddelené. Olympijská symbolika môže byť použitá len v rámci úvodníka alebo článku v tlači, ktorý sa vzťahuje k olympijským hrám, a nesmie sa použiť na stránke, na ktorej sú uvedení sponzori, ktorí nie sú partnermi SOŠV alebo MOV.

Podobne sa takýto súhlas môže udeľovať aj iným záujemcom, ako sponzorom, či partnerom hier. Iné fyzické osoby a právnické osoby sa pritom môžu uchádzať o súhlas MOV na používanie olympijskej symboliky zvyčajne sprostredkované, prostredníctvom národného výboru, v našom prípade SOŠV. Využívať sa následne môžu za predpokladu splnenia nasledujúcich podmienok:

- v prípade akýchkoľvek sponzorských a dodávateľských zmlúv a akýchkoľvek marketingových iniciatív, nesmie takéto využívanie vážne poškodiť záujmy SOŠV, pričom príslušné rozhodnutie prijme MOV po porade s SOŠV, ktorý dostane podiel z čistého výnosu z takéhoto využívania,
- v prípade licenčných zmlúv dostane SOŠV polovicu čistého príjmu z takéhoto využívania, po odpočítaní všetkých daní a súvisiacich výdavkov. SOŠV bude o takomto využívaní vopred informovaný.

Komerčné využívanie symboliky sa tak realizuje odplatne na základe zmlúv, ktoré olympijskí partneri uzavreli ako sponzorské zmluvy s MOV, organizátorom alebo národným výborom (v prípade Slovenskej republiky s SOŠV).

Pokiaľ ide o národnú symboliku a jej využívanie, podobný mechanizmus ako pre využívanie symboliky MOV pritom platí aj pre využívanie národnej olympijskej symboliky inými subjektmi. Práva na používanie olympijskej symboliky SOŠV a Slovenského olympijského tímu (ďalej len „SOT“) na komerčné a iné účely udeľuje SOŠV prostredníctvom spoločnosti Slovenská olympijská marketingová, a. s. (ďalej len „SOM“), ktorá je výhradnou marketingovou agentúrou SOŠV.

Vo všeobecnosti používanie slovenského olympijského emblému na akékoľvek reklamné, komerčné alebo iné zárobkové účely musí byť v súlade s nasledujúcimi kritériami:

- používanie olympijskej symboliky (emblému SOŠV) inými subjektmi sa pripúšťa len na základe osobitnej zmluvy a len na území príslušného štátu.
- doba platnosti zmluvy oprávňujúcej používanie olympijského emblému nesmie v žiadnom prípade prekročiť dátum 31. decembra roku konania príslušných olympijských hier,
- používanie olympijského emblému musí prispievať k rozvoju olympijského hnutia a nesmie znižovať jeho dôstojnosť. Akékoľvek spájanie olympijského emblému s výrobkami alebo službami je zakázané, ak je takéto spájanie nezlučiteľné so základnými princípmi olympizmu alebo s úlohou MOV.¹⁸

¹⁸ Podľa čl. 27 Manuálu: „Olympijská symbolika nemôže byť bez predchádzajúceho súhlasu použitá napríklad na tovare, v obchodných názvoch, v reklame či v korporátnych materiáloch a pod. Zakázané je taktiež vytváranie neoprávnených spojení (napríklad billboard s gratuláciou olympijskému víťazovi alebo reklama s vyobrazením piatich kruhov či so slovným spojením obsahujúcim pojmy „olympiáda“, „olympijský“, atď.).“

Olympijskí partneri, osobitne ak ide o vysielacie spoločnosti, tiež môžu používať na účely reklamy zábery účastníkov olympijských hier:

- v súlade s podmienkami konkrétnej zmluvy olympijského partnera s MOV, organizátorom alebo národným výborom,
- za predpokladu, že budú získané súhlasy od všetkých zachytených účastníkov,
- ak budú rešpektované pokyny pre olympijských partnerov, ktoré vydá MOV a národný výbor.
- Iba a výlučne olympijskí partneri tiež môžu počas konania hier realizovať tzv. gratulačnú reklamu. Gratulačná reklama je reklama:
- obsahujúca odkazy povzbudzujúce daného športovca/národný olympijský tím, vyjadrujúca mu podporu v súvislosti s jeho účasťou na hrách, ako aj
- gratulačné odkazy chváliace športovca/národný olympijský tím za ich úspechy dosiahnuté na hrách.

Neolympijskí partneri môžu gratulačnú reklamu realizovať iba ako podporu vo vzťahu k športovcom, s ktorými majú uzavretú zmluvu, ale výlučne iba ak zmluvu uzavreli pred začiatkom konania hier alebo po ich skončení, pritom však bez použitia akéhokoľvek olympijského vlastníctva v rámci reklamy samotnej. Pritom sa vyžaduje, aby reklama bola uvedená na trh minimálne 90 dní pred konaním hier a prebiehala kontinuálne a nebola v dobe konania hier osobitne vygradovaná. Nie je tak možné gratulovať športovcovi ku konkrétnemu výkonu, a ani športovec nemôže ďakovať partnerovi za podporu v súvislosti s konkrétnymi hrami a výkonom na nich. Pripúšťa sa iba podpora a ďakovanie v zmysle všeobecnej podpory a sponzorského vzťahu medzi športovcom a partnerom, bez akéhokoľvek spojenia s olympijskými hrami. V tomto prípade ide o povolenú, tzv. generickú reklamu.

Aj v jej prípade však platí, že generická reklama a všetky materiály k nej sa vzťahujúce musia byť riadne a včas predložené na predchádzajúce schválenie zo strany MOV alebo SOŠV. Tieto materiály/kampaň, aspoň v podobe konceptu, musia byť predložené v dostatočnom časovom predstihu. Z predloženej žiadosti musí vyplývať nielen obsah generickej reklamy, ale i jej mediálny rozvrh, ktorý preukáže, že reklama bude vysielaná minimálne 90 dní pred chráneným obdobím hier. Reklama sa predkladá na schválenie vopred oznámeným postupom. MOV alebo SOŠV sa k žiadosti vyjadria do 10 dní.¹⁹

¹⁹ V prípade reklamy na sociálnych sieťach nie je nutné poskytovať vopred notifikáciu jednotlivých príspevkov, je však potrebné predložiť vopred plán reklamy v sociálnych médiách, povahu a plánovaný obsah príspevkov, a to najneskôr 15 dní pre zverejnením zamýšľanej reklamy. MOV alebo SOŠV sa k plánu vyjadria do 10 dní.

Ak však naopak ide o zjavne neziskový projekt (napríklad „zberateľská olympiáda“, „matematická olympiáda“, a pod.), kde nie je prezentovaný žiaden komerčný partner, resp. projekt nemá komerčný rozmer, nie je potrebný súhlas MOV/SOŠV. Organizátor takéhoto projektu je však povinný pred realizáciou projektu písomne oznámiť SOŠV zámer realizovať projekt, v ktorom uvedie názov miesto, trvanie a stručný popis projektu. K oznámeniu organizátor projektu priloží aj čestné vyhlásenie o tom, že projekt je neziskový, neslúži na prezentovanie žiadneho komerčného partnera a nemá komerčný rozmer. Uvedená požiadavka sa však v praxi osobitne v prípade súkromných a školských podujatí nedodržiava.

4 Právna ochrana olympijskej symboliky a skúsenosť z Českej republiky

Podľa ust. § 25 ods. 2 zákona o športe: „Slovenský olympijský a športový výbor má ako člen medzinárodného olympijského hnutia postavenie a oprávnenia národného olympijského výboru podľa Olympijskej charty.“

Podľa ust. § 25 ods. 4 zákona o športe, „Slovenský olympijský a športový výbor plní najmä tieto úlohy:

- a) riadi, rozvíja, podporuje a chráni olympijské hnutie v Slovenskej republike,
- b) zabezpečuje dodržiavanie Olympijskej charty v Slovenskej republike,
- f) vykonáva výlučnú pôsobnosť vo veciach vymedzených Olympijskou chartou.“

Podľa ust. § 27 zákona o športe, „Olympijskú symboliku môžu fyzické osoby a právnické osoby používať na území Slovenskej republiky so súhlasom Medzinárodného olympijského výboru alebo Slovenského olympijského výboru. Fyzické osoby a právnické osoby sa môžu uchádzať o súhlas Medzinárodného olympijského výboru na používanie olympijskej symboliky prostredníctvom Slovenského olympijského a športového výboru. Fyzické osoby a právnické osoby môžu používať olympijskú symboliku alebo paralympijskú symboliku len v rámci územia, lehôt a v súlade s účelom určeným v súhlase udelenom príslušným výborom.“

Podľa ust. § 28 zákona o športe sa zakazuje:

- „a) používanie olympijskej symboliky alebo paralympijskej symboliky, ktoré by bolo nevhodné, klamlivé, neprimerané alebo ktorým by sa hanobili jej symboly,
- b) používanie olympijskej symboliky alebo paralympijskej symboliky na výrobné, obchodné alebo iné účely bez súhlasu príslušného výboru,
- c) porušenie podmienok používania olympijskej symboliky alebo paralympijskej symboliky uvedených v súhlase príslušného výboru.“

MOV, ako aj SOŠV v súlade s internými predpismi MOV a SOŠV, ako aj s citovanými ustanoveniami zákona o športe priebežne monitorujú používanie olympijskej symboliky a verejné marketingové a reklamné aktivity v období olympijských hier.

Pritom platí, že ak olympijskú symboliku používa neoprávnená osoba alebo ak sa používa v rozpore s podmienkami udeleného súhlasu, vyzve v slovenských podmienkach SOŠV túto osobu:

- na skončenie a zdržanie sa neoprávneného používania (stiahnutie z trhu, odstránenie reklamy, a pod.), a
- na náhradu škody (resp. náhradu nemajetkovej ujmy, a to aj v peniazoch, príp. na vydanie bezdôvodného obohatenia).²⁰

SOŠV zároveň oznámi podozrenie zo spáchania správneho deliktu príslušnému orgánu verejnej moci oprávnenému na prerokovanie a rozhodnutie o správnom delikte v súlade so zákonom o športe. Používanie olympijskej symboliky v rozpore so zákonom o športe je totiž:

- správnym deliktom, za ktorý možno fyzickej osobe-podnikateľovi a právnickej osobe uložiť pokutu od 300 eur do 30 000 eur,²¹
- priestupkom, za ktorý možno fyzickej osobe uložiť pokutu od 50 eur do 1 000 eur.²²

Podobné riešenie pritom obsahujú aj národné úpravy ostatných štátov, nakoľko si to vyžaduje práve Olympijská charta. Za všetky príklady tak možno uviesť Českú republiku,²³ ktorá túto úpravu reguluje v zákone č. 60/2000 Sb. o ochrane olympijských symbolik.

Česká republika a jej olympijský výbor má pritom dokonca i praktickú skúsenosť so súdnou aplikáciou príslušných ustanovení. V roku 2021 totiž reťa-

²⁰ Podľa ust. § 28 ods. 2 zákona o športe sa v textácii zákona hovorí len o „škode“, „Ak olympijskú symboliku alebo paralympijskú symboliku používa neoprávnená osoba alebo ak sa používa v rozpore s podmienkami súhlasu, vyzve príslušný výbor túto osobu na skončenie neoprávneného používania a na náhradu škody.“

²¹ Podľa § 95 ods. 4 zákona o športe, „fyzická osoba podnikateľ alebo právnická osoba spácha správny delikt, ak e) používa olympijskú alebo paralympijskú symboliku v rozpore s § 25 ods. 5, § 26 ods. 4 alebo § 27“. Podľa § 97 ods. 5 ZoŠ „správne delikty športovej organizácie, poskytovateľa verejných prostriedkov, športových klubov, športových zväzov, právnických osôb v oblasti športu a fyzickej osoby podnikateľa prejednáva a rozhoduje o nich okresný úrad v sídle kraja.“ Podľa § 97 ods.1 zákona o športe, „Pri ukladaní sankcií za správne delikty správny orgán prihliada na závažnosť, spôsob, dĺžku trvania a následky protiprávneho konania, na opakované porušenie právnej povinnosti a na to, že sa konaním porušili viaceré povinnosti.“

²² Podľa ust. § 96 ods. 5 zákona o športe, „Za priestupok podľa odseku 3 písm. a), c), d), g) až i), odseku 4 písm. c) a f) možno uložiť pokutu od 50 eur do 1 000 eur.“

²³ Pozri <https://www.olympijskytym.cz/olympijska-symbolika> [6.12.2024]

zec Albert vo svojom akciovom letáku nepovolene použil ako reklamný prvok olympijské kruhy. Český olympijský výbor (ďalej len „ČOV“) si v dôsledku toho súdne uplatnil nárok na 9 miliónov českých korún, ktoré vyčíslil ako hodnotu zmluvného partnerstva na účely využitia olympijskej symboliky.²⁴

Súd však prekvapivo žalobu ČOV zamietol – z dôvodu, že žiadna škoda vraj ČOV nevznikla. O ušlý zisk, ako to tvrdil ČOV, by totiž išlo iba v prípade, že by naozaj mal ČOV predpoklad uzavretia zmluvy s reťazcom – čo súd nemal za preukázané. ČOV totiž nepreukázal, že by inak za účelom legálneho použitia symboliky k uzavretiu zmluvy medzi ČOV a Albertom prišlo. Nejasné bolo sudcovi aj to, či by pritom šlo o ušlý zisk ČOV, alebo jeho marketingovej obchodnej spoločnosti, ktorá takéto zmluvy uzatvára.

Sudca tu však pritom okrem otázného subjektu, ktorý si má práva uplatňovať, a otázného právneho titulu ušlého zisku, upozornil aj na iné možnosti uplatňovania si nárokov – a to prostriedkami hospodárskej súťaže alebo nekalkej súťaže, ako všeobecnými nástrojmi ochrany označovacích práv, bez ohľadu na existenciu osobitnej úpravy vo vzťahu k olympijskej symbolike. „Škoda“, ktorú predpokladá slovenská aj česká právna úprava ochrany olympijskej symboliky, tak môže mať aj inú podobu než je „ušlý zisk“. Preto na záver venujeme pozornosť aj tejto novej argumentačnej línii.

5 Všeobecná právna ochrana – nekalá súťaž alebo škoda ako pri licencií?

Konanie, ktorým fyzická alebo osobitne právnická osoba za komerčným, podnikateľským účelom, parazituje na športovej symbolike, aby tým zlepšila svoje hospodárske výsledky, je potenciálne konaním, ktoré je zo svojej podstaty v rozpore s ustanoveniami Obchodného zákonníka, zákona č. 513/1991 Zb. (ďalej len „OBZ“), a to najmä § 44 a nasl., o ochrane pred nekalou súťažou: „*Nekalou súťažou je konanie v hospodárskej súťaži, ktoré je v rozpore s dobrými mravmi súťaže a je spôsobilé privodiť ujmu iným súťažiteľom alebo spotrebiteľom. Nekalá súťaž sa zakazuje.*“ (§ 44 ods. 1 OBZ). Nekalou súťažou je najmä:

- a) klamlivá reklama,
- b) klamlivé označovanie tovaru a služieb,

²⁴ POKORNÝ, M. Fandíme hrámi! Olympionici chtěli po Albertu miliony za zneužití pěti kruhů, musí ale sami platit. In: *Hospodářské noviny*. 11.1.2024 [online] <https://archiv.hn.cz/c1-67283610-fandime-hram-olympionici-chteli-po-albertu-miliony-za-zneuzeni-peti-kruhuh-musi-ale-sami-platit> [6.12.2024]

- c) vyvolávanie nebezpečenstva zámeny,
- d) parazitovanie na povesti podniku, výrobkov alebo služieb iného súťažiťela,
- e) podplácanie,
- f) zlahčovanie,
- g) porušenie obchodného tajomstva,
- h) ohrozovanie zdravia spotrebiteľov a životného prostredia.

Využívanie symboliky športovej organizácie alebo športového podujatia, ako je napríklad olympijská symbolika, by pritom z uvedeného výpočtu potenciálne mohlo byť najmä klamlivou reklamou podľa ust. § 45 OBZ: „*Klamlivou reklamou je reklama tovaru, služieb, nehnuteľností, obchodného mena, ochrannej známky, označenia pôvodu výrobkov a iných práv a záväzkov, ktorá uvádza do omylu alebo môže uviesť do omylu osoby, ktorým je určená alebo ku ktorým sa dostane, a ktorá v dôsledku klamlivosti môže ovplyvniť ekonomické správanie týchto osôb alebo ktorá poškodzuje alebo môže poškodiť iného súťažiťela alebo spotrebiteľa.*“

Obdobne by využívanie symboliky bez príslušného právneho alebo zmluvného základu mohlo teoreticky (ale menej pravdepodobne) byť v zmysle ust. § 47 OBZ vnímané aj ako vyvolanie nebezpečenstva zámeny (s partnermi olympijských hier). Podľa príslušného ustanovenia OBZ totiž

„*Vyvolanie nebezpečenstva zámeny je:*

b) použitie osobitných označení podniku alebo osobitných označení alebo úpravy výrobkov, výkonov alebo obchodných materiálov podniku, ktoré v zákazníckych kruhoch platia pre určitý podnik alebo závod za príznačné (napr. aj označenie obalov, tlačív, katalógov, reklamných prostriedkov),

pokiaľ tieto konania sú spôsobilé vyvolať nebezpečenstvo zámeny s podnikom, obchodným menom, osobitným označením alebo výrobkami alebo výkonmi iného súťažiťela.“ K takejto zámene s iným súťažiťelom by len na základe využitia olympijskej symboliky zrejme nedošlo – nanajvýš by mohlo dôjsť k zámene s predstaviteľmi olympijského hnutia.

Napokon, teoreticky by mohlo ísť aj o naplnenie znakov parazitovania na povesti SOŠV a olympijského hnutia podľa ust. § 48 OBZ: „*Parazitovaním je využívanie povesti podniku, výrobkov alebo služieb iného súťažiťela s cieľom získať pre výsledky vlastného alebo cudzieho podnikania prospech, ktorý by súťažiťel inak nedosiahol.*“ Jednotlivé podnikateľské subjekty by však zrejme neboli považované za súťažiťela, t.j. konkurenta SOŠV a olympijského hnutia.

Vo všetkých týchto prípadoch, s dôrazom na využiteľnosť inštitútu klamlivej reklamy, pritom ide o konanie spadajúce do kategórie „nekalosúťažného konania“, pri ktorom má poškodený možnosti právnej ochrany zakotvené priamo v OBZ, v ust. § 53: „*Osoby, ktorých práva boli nekalou súťažou porušené*

alebo ohrozené, môžu sa proti rušiteľovi domáhať, aby sa tohto konania zdržal a odstránil závadný stav. Ďalej môžu požadovať primerané zadosťučinenie, ktoré sa môže poskytnúť aj v peniazoch, náhradu škody a vydanie bezdôvodného obohatenia.“ Otáznym však zostáva, či by v takomto prípade bol poškodeným olympijský výbor, jeho marketingová spoločnosť, alebo napokon iba a výlučne jeho konkurent – partner olympijských hier.

Všeobecná úprava nekalej súťaže tak poskytuje obdobnú ochranu ako osobitná zákonná úprava olympijskej symboliky v zákone o športe, avšak svojou formuláciou je do istej miery dokonalejšia, keď počíta nielen s náhradou škody ako je to v zákone o športe („*vyzve príslušný výbor túto osobu na skončenie neoprávneného používania a na náhradu škody.*“), ale aj s možnosťou žiadať od zneužívateľa, „*aby sa tohto konania zdržal a odstránil závadný stav. Ďalej môžu požadovať primerané zadosťučinenie, ktoré sa môže poskytnúť aj v peniazoch, náhradu škody a vydanie bezdôvodného obohatenia.*“ Nerieši a neodstraňuje však iné otázky – najmä, kto je v prípade sporu aktívne legitimovaným, a ako vypočítať náhradu škody.

Na uvedený problém a s tým spojené právne otázky, vyplývajúce i z vyššie uvedeného rozhodnutia českého súdu, preto reaguje aj aktuálne v parlamente prejednávaná novela zákona o športe, ktorá bola do Národnej rady Slovenskej republiky predložená ako vládny návrh v októbri 2024.²⁵ V navrhutej textácii by tak v § 28 odseky 2 a 3 mali znieť:

„(2) *Ak olympijskú symboliku alebo paralympijskú symboliku používa neoprávnená osoba alebo ak sa používa v rozpore s odsekom 1, vyzve príslušný výbor túto osobu na skončenie neoprávneného používania a na náhradu škody, ujmy alebo na vydanie bezdôvodného obohatenia vo výške zodpovedajúcej ohodnoteniu používania príslušnej symboliky.*

(3) *Na prejednanie a rozhodnutie sporov podľa odseku 2 je príslušný súd podľa prvej časti tretej hlavy Civilného sporového poriadku.*“

Pokiaľ ide o aktívnu legitimáciu, nakoľko zákon o športe aj v znení novely výslovne predpokladá, že výzvu má formulovať národný výbor, je zrejmé, že národný výbor tiež bude aktívne legitimovaným v prípade príslušného sporu. Veď je to on, kto je nositeľom príslušného práva na označenie, hoci ho speňažuje prostredníctvom iného subjektu – svojej dcérskej spoločnosti.

Formulácia novely však tiež rozširuje právne tituly, o ktoré sa má národný výbor právne oprieť, keď okrem škody umožňuje žiadať kompenzovať aj inú ujmu (jej zadosťučinenie) a vydať bezdôvodné obohatenie. Len pre ujasnenie

²⁵ *Parlamentná tlač 519.* <https://www.nrsr.sk/web/Default.aspx?sid=zakony/cpt&ZakZborID=13&CisObdobia=9&ID=519> [6.12.2024]

prítom možno uviesť, že najčastejšie by si zrejme príslušný výbor (SOŠV) i tak uplatňoval náhradu škody, a to analogicky k ust. § 442a ods. 2 Občianskeho zákonníka č. 40/1964 Zb.: „*Pri porušení alebo ohrození práva duševného vlastníctva, ktoré môže byť predmetom licenčnej zmluvy, výška náhrady škody, ak ju nemožno určiť inak, určí sa najmenej vo výške odmeny, ktorá by za získanie takej licencie bola zvyčajná v čase neoprávneného zásahu do tohto práva; to sa primerane vzťahuje aj na práva duševného vlastníctva, ktoré môžu byť predmetom prevodu.*“ Suma zadosťučinenia alebo bezdôvodného obohatenia by sa naproti tomu zrejme vyčíslovala náročnejšie a vyžadovala by si viac dát, než je jednoduché určenie hodnoty obdobných zmlúv s inými partnermi/sponzormi.

Pritom tiež slová navrhutej novely zákona o športe „*vo výške zodpovedajúcej ohodnoteniu používania príslušnej symboliky*“ reagujú práve aj na problém vyčíslenia škody, ktorý sa prejavil už v českej kauze „Albert“. V Českej republike sa na daný účel využil znalecký posudok, ktorý vychádzal z hodnoty sponzorskej (partnerskej) zmluvy uzatváranej medzi ČOV a prípadnými konkurentmi, resp. inými olympijskými partnermi ČOV. Práve takýto návod poskytuje do budúcnosti aj novela zákona o športe, potvrdzujúc tak správnosť predpokladu, z ktorého vychádzal aj ČOV. Navrhovaným výslovným zakotvením spôsobu vyčíslenia škody priamo do zákona o športe by sa však prítom do budúcnosti národný výbor zrejme zaobišiel i bez potreby vypracúvania osobitného znaleckého posudku na tento účel. Postačila by komparácia s inými partnerskými zmluvami, prípadne ich spriemerovanie. Konkrétnu výšku by napokon posúdil i tak súd. Len pre ujasnenie súdnej príslušnosti a druhu konania sa prítom tiež v navrhovanej novele v tejto súvislosti ďalej špecifikuje, že v takomto prípade pôjde o civilný spor, ktorý sa bude riešiť vo všeobecnom civilnom sporovom súdnom konaní. Nevylučuje sa teda, aby si protistrana zadovažila iné dôkazné prostriedky, hoci i vlastný znalecký posudok na vyčíslenie vzniknutej škody, ktorým by vyvrátila výpočet vykonaný na podklade obdobných zmlúv.

Záver

Aj v oblasti športu hrajú významnú rolu práva na označovanie, k akým sa počíta aj olympijská symbolika a jej využívanie. Ako už dávnejšie konštatoval I. Telec, ide o práva k „inému označeniu“,²⁶ ktoré si však zaslúžia obdobnú

²⁶ TELEC, I. O nehmotných statcích a duševním vlastnictví. In: *Právní rozhledy*, 1997, 11, s. 551-552.

ochranu, aká je poskytovaná aj iným právam duševného vlastníctva. Súčasná právna úprava, vychádzajúca z medzinárodnoprávných záväzkov Slovenskej republiky, ale i z Olympijskej charty a iných interných noriem (Manuálov) MOV a SOŠV, takúto ochranu poskytuje olympijskej symbolike v ustanoveniach zákona o športe. V praktickej rovine je však aj vo svetle staršieho českého súdneho rozhodnutia nevyjasneným, ktorý subjekt je v skutočnosti aktívne legitimovaným na podávanie príslušnej žaloby na ochranu tohto práva, ako aj to, akým spôsobom sa má vyčíslňovať príslušná hodnota náhrady škody, a či vôbec treba žalovať o škodu, ušlý zisk, poskytnutie zadostučinenia alebo o vydanie bezdôvodného obohatenia. Otáznym tiež zostáva, či je v tejto súvislosti vôbec potrebná osobitná úprava nárokov v zákone o športe, alebo by bolo možné i bez jej existencie (alebo delegovane) použiť ustanovenia OBZ o nekalej súťaži, ktoré ponúkajú bohatšiu paletu nárokov, o ktorých ochranu sa možno uchádzať. Prípadne či by nepostačoval platný a účinný § 442a ods. 2 Občianskeho zákonníka. Zjednotenie týchto úprav, resp. odstránenie ich duplicity by tiež mohlo predísť prípadnému sporu o vzťah všeobecnej a špeciálnej úpravy – totiž otázkam, či by bolo možné nárokovať si ochranu priamo na základe OBZ alebo Občianskeho zákonníka, bez využitia špeciálnej úpravy v zákone o športe. Aktuálne prerokúvaná novela zákona o športe pritom volí vlastnú cestu, keď v špeciálnej úprave zákona o športe nanovo normuje príslušné otázky tak, aby odstránila existujúce pochybnosti, inšpirujúc sa ako úpravou OBZ, tak i úpravou Občianskeho zákonníka.

Summary

ASSOCIATION RIGHT IN SPORTS – THE CASE OF OLYMPIC SYMBOLICS

In the field of sports, the association right plays an important role, which includes the Olympic symbolics and its use. As stated earlier by I. Telec, these rights are actually rights to „a designation“, which deserve similar protection as provided to other intellectual property rights. The current legislation in Slovakia, based on the international legal obligations of the Slovak Republic, but also on the Olympic Charter and other internal standards (Manuals) of the International Olympic Committee and Slovak Olympic and Sports Committee, provides such protection to the Olympic symbolics in the provisions of the Sports Act from 2015. On a practical level, however, especially in the light of an older Czech court decision, it is not clear which entity is in fact actively

entitled to file the appropriate lawsuit for the protection of these rights, as well as how the relevant amount of compensation should be calculated. It is also unclear, whether it is necessary to sue for damage, lost profit, for the provision of satisfaction or for the handing over of unjustified enrichment. It also remains questionable whether a special regulation of claims in the Sports Act is necessary at all, and whether it would be possible even without its existence to use the provisions of the Commercial Code of Slovakia on unfair competition, which offer a richer range of claims, the protection of which can be applied for. Alternatively, the Sec. 442a (2) of the Civil Code might also be applicable, regulating damages arising from intellectual property rights abuse. Unification of these three separate adjustments, or removing their duplicity, could also prevent a possible court dispute about the relationship between general and special regulation, namely whether it would be possible to claim protection directly on the basis of the Commercial Code or the Civil Code, without using the special regulation in the Sports Act. The currently negotiated draft amendment to the Sports Act solves many of these issues so as to remove the relevant doubts, taking inspiration from both the Commercial Code and the Civil Code.