

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA PRÁVNICKÁ

DIPLOMOVÁ PRÁCE

2012

Zdeněk Mika

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA PRÁVNICKÁ

Diplomová práce
Pojmové znaky nekalé soutěže

Plzeň 2012

Zdeněk Mika

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta právnická

Katedra obchodního práva

Diplomová práce

Pojmové znaky nekalé soutěže

Zpracovala: Zdeněk Mika

Studijní program: Právo a právní věda

Obor: Právo

Vedoucí práce: JUDr. Tomáš Ficner, Ph.D.

Pracoviště: Katedra obchodního práva

V Plzni 2012

PROHLÁŠENÍ

„Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci zpracoval samostatně, a že jsem vyznačil veškeré prameny, z nichž jsem pro svoji práci čerpal, způsobem ve vědecké práci obvyklým.“

Plzeň, 18.12 2012

.....

Zdeněk Mika

PODĚKOVÁNÍ

Rád bych tímto poděkoval svému vedoucímu diplomové práce panu JUDr. Tomáši Ficnerovi, Ph.D. za jeho cenné rady a pomoc, kterou mi poskytl při psaní této diplomové práce.

Zdeněk Mika

1. Úvod	1
2. Historie právní úpravy nekalé soutěže	2
2.1. Rakouská úprava	3
2.2. Česká právní úprava nekalé soutěže	3
2.2.1. Zákon proti nekalé soutěži z roku 1927	4
2.2.2. Právní úprava nekalé soutěže v letech 1951 až 1991	5
3. Subjekty v nekalé soutěži	8
3.1. Pojem a funkce relevantního trhu v soutěžním právu	11
3.2. Funkce relevantního trhu v oblasti kartelů	11
3.3. Funkce relevantního trhu v oblasti zneužití dominantního postavení	12
3.4. Funkce relevantního trhu v oblasti kontroly spojování podniků	13
3.5. Funkce relevantního trhu v oblasti udílení pokut	13
3.6. Nároky na přesnost vymezení relevantního trhu v jednotlivých oblastech	14
3.7. Definice relevantního trhu	15
3.8. Legální definice	15
3.9. Definice relevantního výrobního trhu	16
3.10. Definice relevantního zeměpisného trhu	16
3.11. Definice relevantního časového trhu	16
3.12. Vymezení věcné stránky relevantního trhu	17
4. Generální klauzule - pojmové znaky nekalé soutěže	18
4.1. Vymezení stěžejních pojmů	18
4.1.1. Hospodářská soutěž – pojem	19
4.1.2. Nekalá soutěž	19

4.1.2.1. Generální klauzule	20
4.2 Znaký nekalé soutěže.....	21
4.2.1. Jednání v hospodářské soutěži.....	21
4.2.2. Dobré mravy soutěže.....	22
4.2.3. Újma soutěžitelů a spotřebitelů.....	24
5. Skutkové podstaty nekalosoutěžních deliktů	26
5. 1. Soudcovské skutkové podstaty	27
5.2. Jednotlivé skutkové podstaty nekalé soutěže.....	27
5.2.1. Klamavá reklama.....	27
5.2.2. Klamavé označování.....	28
5.2.3. Vyvolání nebezpečí záměny.....	29
5.2.4. Parazitování na pověsti.....	30
5.2.5. Podplácení.....	31
5.2.6. Zlehčování.....	32
5.2.7. Srovnávací reklama.....	33
5.2.8. Porušování obchodního tajemství.....	35
5.2.9. Ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí.....	36
5.3. Právní úprava v EU	37
5.4. Právní povaha směrnice	39
5.5. Soudní dvůr Evropské unie	40
6. Právní úprava nekalé soutěže v právu EU	43
6.1. Požadavky práva Evropské unie, sjednocování s právem členských států	43

6. 2. Evropská politika hospodářské soutěže	43
6. 3. Evropská spotřebitelská politika	43
6. 4. Evropská právní regulace – Směrnice č. 2005/29/ES, o nekalých praktikách	44
7. Právní úprava nekalé soutěže ve Španělsku	46
7. 1. Úvod do právní úpravy nekalé soutěže ve Španělsku	46
7.2. Nekalá soutěž ve Španělsku	47
8. Závěr	56
9. Resumé	57
10. Použitá literatura prameny	58

1. Úvod

Ve své diplomové práci jsem, v souladu se zásadami pro její vypracování, provedl rozbor ustanovení v současnosti platných zákonů upravujících pojmové znaky nekalé soutěže v České republice a Španělském království. Rozdíl formální úpravy této problematiky v obou zemích je patrný již při prvním pohledu na ni. Zatímco právo španělského království se skládá ze dvou samostatných právních předpisů, česká nekalosoutěžní úprava je součástí jednoho zákona, a to zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „obchodní zákoník“).

V úvodu diplomové práce je proveden historický exkurz právní úpravy v České republice a Rakousku od roku 1927 do roku 1991. Subjekty nekalé soutěže jsou popsány v kapitole třetí, v rámci níž je vysvětlen i pojem relevantní trh a jeho funkce. Kapitola čtvrtá je zaměřena na generální klauzuli, která je upravena v českém právním řádu obchodním zákoníkem.

S ohledem na zadání práce je zde podrobněji rozebrána zvláště obecná skutková podstata, tj. generální klauzule, která je upravena v § 44 odst. 1 obchodního zákoníku.

V souvislosti s nekalou soutěží je též zmíněna i právní úprava nekalé soutěže v rámci Evropské unie, kde je především v šesté kapitole zmíněna Směrnice č. 2005/29/ES, o nekalých praktikách, evropská politika hospodářské soutěže a evropská spotřebitelská politika současně s nastíněním možností pro sjednocování práva Evropské unie s právními řády jednotlivých členských států Evropské unie.

V závěru práce je provedena komparace právní úpravy České republiky a Španělského království.

2. Historie právní úpravy nekalé soutěže

Mluvíme-li o právu hospodářské soutěže, máme na mysli zpravidla jeho dvě základní skupiny – právo nekalé soutěže a právo proti omezování soutěže (někdy též právo kartelové). Rozdělení práva hospodářské soutěže do dvou skupin vychází jednak z historického vývoje právní úpravy (nejdříve byla pozornost věnována ochraně čistoty soutěže) a jednak ze sféry jejich vzniku. Zatímco právo nekalé soutěže se konstituovalo v oblasti soukromoprávní, kartelové právo vznikalo v oblasti veřejnoprávní. Dalším vývojem a novou funkcí státu ve vztahu k hospodářské soutěži však postupně docházelo k jejich vzájemnému prolínání. Navzdory propojení veřejnoprávní a soukromoprávní regulace na poli hospodářské soutěže, těsné souvislosti a překrývání některých skutkových podstat obou skupin norem hospodářské soutěže, zachovává právní teorie i praxe uvedené rozdělení.

Moderní právo nekalé soutěže má své kořeny ve Francii, kde se postupně vyvíjelo v rozhodovací praxi soudů na základě obecných ustanovení napoleonského občanského zákoníku.

Prvním zákonem upravujícím nekalou soutěž byl německý zákon z r.1896, jenž však nebyl v dostatečné míře aplikován, protože neobsahoval generální klauzuli. Důvodová zpráva ji odmítla z důvodu právní jistoty. Německé soudy odmítaly postupovat dle francouzského vzoru s tím, že je v tržní oblasti vše dovoleno a není třeba žádné kontroly nebo regulace. Německé soudy však vyžadovaly v duchu pozitivistické právní koncepce přesné spojení s konkrétními právními předpisy.¹ Následný německý zákon z r. 1909, po četných novelizacích dodnes účinný, již generální klauzuli obsahoval a na jeho základě se soutěžní právo rozvinulo i v Německu. V Rakousku existovala dílčí ustanovení soutěžní povahy rozptýlená v různých právních předpisech.

Právo nekalé soutěže citlivě reflektuje ekonomicko společenské podmínky existující v té které zemi. Německé nekalosoutěžní právo má za sebou souvislý vývoj trvající téměř celé jedno století, obdobně i Rakousko, zatím co v českém právním prostředí došlo na dlouhou dobu k jeho naprosté stagnaci.

¹ Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG): mit Preisangabenverordnung: Kommentar.1 Nachdruck. München: Verlag C.H.Beck,2004,s.24

2.1. Rakouská úprava²

Potřeba nekalosoutěžní úpravy vznikla v 19. století jako důsledek rozvoje svobody podnikání (Gewerbefreiheit). Teprve s přibývajícím počtem obyvatelstva a s rozmachem dopravy se mohlo v hospodářské soutěži střetnout více soutěžitelů. V těchto počátcích se ovšem ještě neuvažovalo o zvláštní kodifikaci nekalosoutěžních jednání. K dispozici zde byly jen dva články v ABGB (čl. 1295 a čl. 1330), které nekalou soutěž upravovaly jen okrajově. Tyto články se zabývají, např. problematikou náhrady škody, která byla poškozenému způsobena zaviněním. Článek 1330 ABGB se v praxi téměř vůbec neužíval. Mimo to byla úprava pouze bodově, v tržních předpisech, dále povinnost živnostníků k cenovému označování nebo zákon k úpravě výprodejů z r. 1895. Existenci této kusé právní úpravy kritizovala především odborná veřejnost, ale vytvořit podmínky pro přijetí zvláštní úpravy se nepodařilo.

V roce 1908 přistoupilo Rakousko k Pařížské úmluvě o ochraně průmyslového vlastnictví z roku 1883. Tato úmluva stanovila státům úmluvy poměrně rozsáhlé povinnosti v oblasti nekalosoutěžních jednání. Např. se jednalo o povinnost zajistit zákonné prostředky ochrany (soudní a správní). Takto byl stanoven závazek Rakouska, aby vytvořilo právní instituty k ochraně před nekalosoutěžním jednáním. Tuto povinnost splnilo Rakousko až po první světové válce.

2.2. Česká právní úprava nekalé soutěže

Vzhledem ke společné historii, kdy území ČR patřilo k Rakousku - Uhersku, platí vše, co bylo napsáno o rakouské úpravě i pro úpravu českou. Po vzniku samostatného Československa a jeho přístupu k pařížské Unijní úmluvě v roce 1919 musel být realizován závazek k zajištění účinné ochrany proti nekalé soutěži. První návrh zákona z roku 1923 spočíval na netypické myšlence, že zákaz nekalé soutěže bude postaven pouze na generální klauzuli a rozhodováním sporů bude pověřen zvláštní znalecký sbor.³ Tento návrh nebyl

² Tuto část jsem zpracovával především z internetových zdrojů: Geschichte des Wettbewerbsrechtes. Dostupných z: <http://www.schutzverband.at>; Entwicklungsgeschichte des Wettbewerbsrechtes in Österreich. Dostupný z: <http://www.bmwa.gv.at>.

³ Koncepce návrhu byla nejspíše ovlivněna německými zkušenostmi se zákonem proti nekalé soutěži z r. 1896, vydaného bez generální klauzule, který musel být nahrazen zákonem novým, s generální klauzulí a možná také francouzským vzorem. Zmíněno Eliáš, K. Nekalá soutěž a její právní regulace. Právník, 1990, č. 10, s. 915.

akceptován s poukázáním na neurčitost a pružnost obecného zákazu nekalé soutěže jen v generální klauzuli. Podobu zákona dostal až návrh pocházející z roku 1925 zpracovaný zejm. K. Skálou a K. Hemannem Otavským. Ten byl inspirován německým zákonem proti nekalé soutěži z r. 1909, který spočíval již na kombinovaném principu generální klauzule a kazuisticky vymezených skutkových podstat. Tento legislativní návrh byl schválen jako Zákon proti nekalé soutěži č.111/1927Sb. z. an.. V legislativní koncepci zákona byla inspirace německým UWG zcela jasně patrná.

2.2.1. Zákon proti nekalé soutěži z roku 1927

První komplexní právní úpravu proti nekalé soutěži do českého právního řádu přinesl ZPNS s účinností od 28. lednu 1928. Jednalo se o velice kvalitní a ucelený právní předpis, který nekalou soutěž reguloval nejen v rovině soukromoprávní, ale také v trestněprávní a správněprávní. Zákon proti nekalé soutěži byl hlavním vzorem při přípravě dnešní úpravy nekalé soutěže v obchodním zákoníku, který mu je proto také velice podobný. Konstrukce jednání nekalé soutěže byla již v ZPNS pojata jako kombinace generální klauzule, o které zákon pojednával jako o „jednání proti dobrým mravům soutěže vůbec“, a o zvláštních skutkových podstatách, jež generální klauzuli dále rozváděly. To dokumentuje i judikát Nejvyššího soudu ČSR (číslo Vážného sbírky 10521)

„... skutková podstata některého z typických kasuistických případů, obsažených v §§ 2 a násl. ZPNS, musí býti doplněna ještě všeobecným a doplňujícím obsahem § 1 (generální klauzule). To však nemění nic na skutečnosti, že povšechná doložka tohoto paragrafu sama o sobě jest samostatnou a všeobecnou normou stíhající jakékoli jednání, které, jsouc způsobilé poškoditi soutěžitele, jest v rozporu s dobrými mravy soutěže, třeba by je slovně a obsahově nebylo lze podřaditi pod žádný zvláštní skutkový děj dalších §§ tohoto zákona.“

Z výše zmíněného rozhodnutí je zřejmé, že podmínky nekalé soutěže podle ZPNS se velmi podobaly dnešnímu znění § 44 odst. 1 obchodního zákoníku. Generální klauzule ZPNS (§ 1) zněla: „Kdo dostane se (1.) v hospodářském styku (2.) v rozpor s dobrými mravy soutěže (3.) jednáním způsobilým poškoditi soutěžitele, může býti žalován, aby se zdržel takového jednání a odstranil závadný stav jím způsobený; věděl-li pak, nebo musil-li vědět, že jednání jeho jest způsobilé poškoditi soutěžitele, též, aby nahradil škodu tím způsobenou.“

Nejvýraznějším rozdílem oproti obchodnímu zákoníku je fakt, že ZPNS nechránil spotřebitele. Ze znění generální klauzule i tehdejší judikatury lze dedukovat, že (shodně jako aktuální) i prvorepubliková nekalá soutěž byla ohrožovacím deliktem, na nějž se pohlíželo objektivně, tj. zavinění zásadně nerozhodovalo. Subjektivní prvky se v ZPNS vyskytovaly pouze v souvislosti s některými žalobními nároky a samozřejmě v trestněprávní rovině ochrany proti nekalé soutěži.

Pokud se jedná o subjekty legitimované z práva nekalé soutěže podle ZPNS, pachatelem se mohl stát zásadně kdokoliv (arg. slovo „kdo“ v § 1 a 2 odst. 1 ZPNS). Oprávněným byl pak každý soutěžitel, aniž bylo nezbytnou podmínkou, aby jej řešená nekalá soutěž skutečně také ohrozila (ovšem pro některé skutkové podstaty toto omezení platilo). Soutěžitelem se podle § 46 ZPNS rozuměl „každý podnikatel, jenž vyrábí nebo prodává zboží téhož nebo podobného druhu nebo provádí výkony téhož nebo podobného druhu nebo vůbec je podnikově činným ve stejném nebo podobném oboru hospodářském“. Výklad termínu „soutěžitel“ a soutěžního vztahu vůbec byl podobně jako dnes pojímán poměrně široce, což dokumentuje i rozhodnutí Vážný 11.142 z roku 1931: „...okolnost, zda žalobkyně svou činnost zahájila čili nic, jest nerozhodná. Výklad nalézacího soudu, že podnik činnost svou nezačavší ještě více ochrany zasluhuje, než ten, jenž již činnost zahájil, nachází oporu ve slovech zákona (§ 46 odst. 1 cit. zák.) „vůbec podnikově činný, jenž podle motivů zákona podává s dostatek důkazů o pojetí co nejširším...“ Jedním z dalších aktivně legitimovaných subjektů v rámci soukromoprávní ochrany byla v souladu s § 15 odst. 1 ZPNS každá korporace podle stanov povolána hájit hospodářské zájmy soutěžitelů činem dotčené. Zákon proti nekalé soutěži platil na našem území až do roku 1950, z čehož více než jedenáct let (1928–1939) v období ekonomického řádu s volnou hospodářskou soutěží. Během této doby se ve sbírce rozhodnutí Nejvyššího soudu „Vážný“ nashromáždilo mnoho rozhodnutí, která podobně jako samotný zákon jsou nadčasová, a bývají proto dodnes citována.

2.2.2. Právní úprava nekalé soutěže v letech 1951 až 1991

Se změnou společenských a politických poměrů po roce 1948 byl ZPNS zrušen zákonem č. 141/1950 Sb., občanský zákoník (účinnost k 1. 1. 1951). Nekalou soutěž tehdy upravovalo jediné ustanovení, § 352 občanského zákoníku obsahující zvláštní případ náhrady škody za nekalou soutěž. Text zmíněného § 352 s největší pravděpodobností vyšel z generální klauzule ZPNS, na rozdíl od ní ovšem poskytoval žalobní legitimaci a to jediné poškozeným

soutěžitelům. Prakticky se jednalo o ustanovení čistě proklamativní, které se v našem právním řádu vyskytovalo jen s ohledem na mezinárodní závazky státu. Zmíněné ustanovení tak bylo jakousi „iluzí“ v právu, v soudním sporu nebylo nikdy využito, formálně vzato však platilo celých 41 let, až do 1. ledna 1992, kdy jej nahradil obchodní zákoník. Kromě občanského zákoníku se soutěžního práva v době reálného socialismu týkal také hospodářský zákoník (dále jen „HZ“) coby hlavní právní předpis pro socialistické hospodářské organizace. V § 119 an. HZ byly kodifikovány zásady spolupráce socialistických organizací, jejichž vytyčeným cílem byla ochrana, tzv. potřeb národního hospodářství. Hospodářský zákoník byl v průběhu své účinnosti mnohokrát novelizován, a to včetně části regulující problematiku nekalé soutěže. Zákon č. 138/1970 Sb. (účinnost 1. 1. 1971) začlenil do úpravy mimo jiné nový § 119a, který obsahoval zákaz pro organizace zneužívat svého hospodářského postavení k získání neoprávněných nebo nepřiměřených výhod na úkor jiných organizací nebo spotřebitelů. Další změny § 119 a § 119a HZ přinesl později ještě zákon č. 165/1982 Sb. a zákon č. 98/1988 Sb..

Největší zásah do HZ a průlom v právní úpravě nekalé soutěže vůbec znamenalo přijetí zákona č. 103/1990 Sb., který do našeho právního řádu konečně vnesl rozvinutější úpravu nekalé soutěže. Nekalé soutěže se týkal zejména § 119d HZ, jenž v odst. 1 uváděl: „Organizace nesmí ve své podnikatelské činnosti jednat způsobem, který je v rozporu s dobrými mravy soutěže a může poškodit jiné soutěžící organizace.“ V odst. 2 téhož ustanovení potom zákon doplňoval, že v rozporu s dobrými mravy soutěže jsou mimo jiné „údaje nebo tvrzení, jejichž užívání při provozu obchodu by bylo s to uvádět veřejnost v omyl o vlastnosti, způsobu výroby, charakteristice, způsobilosti k použití nebo o množství zboží“. Procesně zaměřený § 119e HZ k tomu upravoval, že organizace mající právní zájem se mohly v hospodářské arbitráži domáhat zdržení se nekalé soutěže nebo odstranění protiprávního stavu a dále, že pokud organizace způsobila nekalou soutěží jiné organizaci škodu, byla povinna ji nahradit.

Popsanou, tzv. podvojnou úpravu (občanskoprávní a hospodářsky právní) nekalé soutěže zrušil s účinností k 1. 1. 1992 až obchodní zákoník, který platí dodnes a bude v podrobnostech komentován v následujícím výkladu. Na jeho proměny související s klamavou reklamou bude upozorněno v patřičných souvislostech. Lapidárně je nicméně možné říci, že základní koncepce práva proti nekalé soutěži se v obchodním zákoníku od jeho přijetí nikdy nezměnila. Novelizace, jež nekalou soutěž přece jen zasáhly, pramenily většinou z nutnosti harmonizovat naše právo s evropskými směrnici a mířily spíše do procesní části úpravy

nekalé soutěže (§ 53, 54 ObchZ). Významnou hmotněprávní změnou bylo snad jediné doplnění § 50a ObchZ – srovnávací reklamy – mezi zvláštní skutkové podstaty.

3. Subjekty v nekalé soutěži

V ústavním zákoně č. 2/1993 Sb., Listiny základních práv a svobod, lze v článku 26 odst. 1 nalézt právo podnikat a také provozovat jinou hospodářskou činnost. Vzhledem k tomu, že obchodní zákoník je realizací ústavní úpravy, a právo účastnit se hospodářské soutěže je důsledek a realizace obecného práva podnikat⁴, dostaneme se k § 41 obchodního zákoníku, který možné účastníky hospodářské soutěže konkretizuje. Obchodní zákoník zavádí legislativní pojem soutěžitele. Pod tímto pojmem chápeme fyzickou nebo právnickou osobu, která se účastní hospodářské soutěže, i když není podnikatel. Soutěžitelům je zde přiznáno právo svobodně rozvíjet svou soutěžní činnost při dosahování hospodářského cíle a právo sdružovat se k dosažení tohoto cíle; stejně tak jsou však tyto osoby povinny dbát právně závazných pravidel hospodářské soutěže a svou účast v ní nesmějí zneužívat. Nelze však chápat pojem soutěžitele a jeho práva a povinnosti z hlediska gramatického výkladu. To bychom pak mohli mylně usuzovat, že nesmí zneužívat svou účast v soutěži obecně (osoba kvalifikovaná jako soutěžitel podle tohoto ustanovení by nesměla zneužít účast v kterékoliv soutěži, např. ve sportu) a byla by poté odpovědná z porušení tohoto ustanovení. Je tedy třeba užít výklad teleologický, kterým dospějeme k jasné souvislosti mezi soutěží hospodářskou a jejím zneužitím právě soutěžitelem.

Podle E. Večerkové lze charakterizovat právo nekalé soutěže jako právo zaměřené na ochranu jednotlivých subjektů, které mohou být nekalosoutěžním jednáním jiných subjektů na svých právech dotčeny.⁵ Lze tedy tuto kategorii osob rozdělit do tří skupin:

1. **soutěžitelé**
2. **spotřebitelé**
3. **jiné osoby**

Všechny tyto osoby jsou si procesně-právně rovny, avšak hmotně-právně nalzáme rozdíly v možnostech jejich ochrany. Obchodní zákoník poskytuje zvýšenou ochranu spotřebiteli, tzv. slabšímu subjektu. Za silnější stranu je zcela logicky považována strana soutěžitele. Ke zvýhodnění slabší strany dochází pouze na úrovni těchto skupin, avšak ne v samotných skupinách. Nesetkáváme se zde tedy s pojmy jako např. „slabší spotřebitel“ či „slabší soutěžitel“. Není zde ani potřeba chránit slabšího spotřebitele před spotřebiteli

⁴ Pelikánová, I.: Komentář k obchodnímu zákoníku, 1. díl, Praha, Linde, 2003, str. 407

⁵ Večerková, E.: Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži, Právní fórum, 2005, č. 5, str. 196-200

silnějšími a ochrana slabších soutěžitelů před silnějšími je proti samotné soutěžní povaze hospodářského prostředí.

Soutěžitel, jak již bylo zmíněno výše, je fyzická nebo právnická osoba, která nemusí být podnikatelem. Jedná se o širší pojem než je samotný pojem podnikatel, který je definován v § 2 odst. 2 obchodního zákoníku. Soutěžitelem může být vlastně kdokoliv, kdo se dlouhodobě nachází v oblasti hospodářského soutěžení.⁶ Tento názor potvrzuje rozhodnutí Vrchního soudu v Praze, sp. zn. R 3 Cmo 1336/94, ve kterém se konstatuje, že jednání nekalé soutěže se může dopustit jak podnikatel, tak i osoba, jež se sama podnikání v dané oblasti neúčastní.⁷ Jak můžeme vyvodit ze znění zákona samotného (který oba pojmy záměrně odděluje), tak z praxe, nejčastěji se v pozici soutěžitele vyskytuje právě podnikatel. Nic však nebrání tomu (za pomoci obecné komercializace), aby v téže pozici stál, např. profesionální sportovec, avantgardní umělec, soudní doručovatel nebo prostý neuměl.

Nabízí se zde otázka, jak se postavit k situaci, kdy se hospodářské soutěže zúčastní podnikatel bez příslušného oprávnění. Odborná literatura se shoduje na tom, že soutěžitelem je i ten, kdo podniká neoprávněně. I judikatura zaujímá tento názor, a to v rozhodnutí Vrchního soudu v Praze, sp. zn. R 3 Cmo 703/94, ve kterém je za soutěžitele označen i ten, kdo podniká nedovoleně, popř. prodává neschválené výrobky. Rozhodný je reálný stav, tedy že se (i nedovoleně) hospodářské soutěže účastní.⁸ P. Hajn uvádí názor, který sám označuje za ne zcela nesporný, tedy že podnikatel, který podniká bez patřičného povolení, se nemůže dovolávat ustanovení o nekalé soutěži, aby se bránil eventuálnímu nekalému počinání právě těch soutěžitelů, kteří na trhu působí na základě příslušného povolení⁹. Opírá tuto svou tezi o zásadu, že z bezprávi nemůže povstat právo. Dále též uvádí, že z hlediska právně dogmatického s tímto nelze souhlasit. Z textu zákona totiž nijak nevyplývá, že by nedodržováním takového příkazu a zákazu přestal být soutěžitelem... kterému přiznává (§ 53 a § 54 obchodního zákoníku) aktivní legitimaci ve sporech z nekalé soutěže, aniž by došlo k modifikaci pojmu soutěžitel. S tímto názorem se shoduje i E. Večerková, která vidí případnou sankci vycházející z případných veřejnoprávních předpisů, a ne v odejmutí aktivní legitimace při ochraně proti nekalé soutěži. Pokud by neoprávněnému soutěžiteli vznikla určitá výhoda plynoucí z toho, že nedisponuje příslušným oprávněním, bude tato nerovnovážná pozice opět

⁶ Večerková, E.: Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži, Právní fórum, 2005, č. 5, str. 196-200

⁷ Macek, J.: Rozhodnutí ve věcech obchodního jména a nekalé soutěže, 1. vydání, Praha, C-H-Beck, 2000, str. 51

⁸ Macek, J.: Rozhodnutí ve věcech obchodního jména a nekalé soutěže, 1. vydání, Praha, C-H-Beck, 2000, str. 57

⁹ Hajn, P.: Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži, Brno, Masarykova univerzita v Brně, 2000, str. 52

srovnána nekalým jednáním konkurenta. Obchodní zákoník zaručuje svými ustanoveními rovné postavení všem soutěžitelům.¹⁰ Pokud ale obch. zák. zaručuje rovné postavení soutěžitelům, není právě toto situace, při které se zaviněním jednoho soutěžitele rovnost prolamuje a není potom posláním obchodního zákoníku tohoto narušitele chránit, a to např. prostředky pro zamezení nekalosoutěžnímu jednání (per analogiam §265 obch. zák.). Při posouzení tohoto argumentu mám za to, že i přes jasný rozpor by se mělo přiklonit k řešení za pomoci norem proti nekalé soutěži v obchodním zákoníku a postupovat podle příslušných veřejnoprávních norem.

Pojem soutěžitel je vnímán ve dvou rovinách :¹¹

1. soutěžitel v užším smyslu – tedy vzájemní konkurenti jako subjekty soupeřící o určité vlastní umístění na žebříčku tržních pozic
2. soutěžitelé ve smyslu účastníků hospodářské soutěže – např. subjekty, které přímým konkurentům napomáhají k zaujetí vyšší tržní pozice

I. Pelikánová uvádí, že § 41 obchodního zákoníku pojem soutěžitele nedefinuje, ale zavádí pouze legislativní zkratku. Není tedy z tohoto ustanovení jasné, jak k pojmu soutěžitele přistoupit. Každou skutkovou podstatu je třeba interpretovat podle všech okolností určitého případu. Uznává však, že stále modernější, komplikovanější, agresivnější technologie a komplikovanější podnikatelská struktura ztěžují možnost náhledu na soutěžitele podle výše uvedeného bodu 1.¹² Pojem spotřebitel lze nalézt na několika místech českého právního řádu. Jako první se už z názvu samotného nabízí zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, kde je definován pojem spotřebitel již úvodním ustanovením a pouze pro účel tohoto zákona v § 2 odst. 1 písm. a) jako fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami. V zákoně č. 40/1964 Sb., občanském zákoníku najdeme spotřebitele v hlavě V., týkající se spotřebitelských smluv, v ustanovení § 52 odst. 3, jako osobu, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti. Jsou zde dány tři základní předpoklady, tedy jedná se o fyzickou nebo právnickou osobu, která uzavírá, resp. plní ze smluvního závazkového vztahu, a nejedná tímto plněním v rámci své obchodní nebo podnikatelské činnosti. Obě tyto

¹⁰ Večerková, E.: Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži, Právní fórum, 5/2005, str. 197

¹¹ Hajn, P.: Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži, Brno, Masarykova univerzita v Brně, 2000, str. 49

¹² Pelikánová, I.: Komentář k obchodnímu zákoníku, 1. díl, Praha, Linde, 2003, str. 409

definice se obsahově kryjí¹³. V obchodním zákoníku se setkáme s pojmem spotřebitel na dvou místech. V ustanovení § 44 obch. zák., tedy vymezení nekalé soutěže v souvislosti se způsobilostí jednání přivodit újmu i spotřebiteli, a v § 54 obch. zák., kde je v odst. 1 spotřebitel součástí definice jednoho aktivně legitimovaného subjektu pro ochranu proti nekalosoutěžnímu jednání (právnícká osoba oprávněna hájit zájmy soutěžitelů a spotřebitelů), a v odst. 2 je uveden v souvislosti s otočením důkazního břemena při dokazování nekalosoutěžního jednání. Je zcela jasné, že se jedná o osobu odlišnou od soutěžitele tak, jak je vymezen v § 41 stejného zákona¹⁴. Jelikož § 1 odst. 2 obchodního zákoníku umožňuje subsidiární použití předpisů občanského práva, což tedy znamená i zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník. Je tedy možné si pomoci jeho ustanovením pojmu spotřebitele jak je již uvedeno výše.

E. Večerková uvádí, že spotřebitelé jsou typickými moderními subjekty, které je třeba chránit ve zvýšené míře také ustanoveními o nekalé soutěži¹⁵. J. Munková nachází základ jejich ochrany v nekalé soutěži v příslušných směrnících komunitárního práva (dle jejího názoru pod vlivem americké koncepce ochrany spotřebitelů proti nekalé soutěži).¹⁶

3.1 Pojem a funkce relevantního trhu v soutěžním právu

Pojem relevantního trhu můžeme nalézt již v zákoně o ochraně hospodářské soutěže z roku 1991, avšak zcela bez legální definice. Tu obsahuje až zákon č. 143/2001 Sb. o ochraně hospodářské soutěže v § 2 odst. 2. Relevantní trh je pojem, který má zcela zásadní význam při řešení každého jednotlivého „soutěžního“ případu a nachází se vždy na prvním místě při posuzování dohod narušujících hospodářskou soutěž, při posuzování zneužití dominantního postavení či posuzování spojení soutěžitelů, má však také ale i svůj význam při ukládání pokut za samotné jednání, které narušuje hospodářskou soutěž.¹⁷

3.2 Funkce relevantního trhu v oblasti kartelů

V soutěžním právu jsou kartely chápány jako dohody popř. koluzní ujednání soutěžitelů, a to za účelem ovlivnění podmínek na trhu. Při dodržování kartelové dohody je

¹³ Munková, J.: Právo proti nekalé soutěži, Komentář, 2. vydání, Praha, C-H-Beck, 2001, str. 45

¹⁴ Večerková, E.: Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži, Právní fórum, 2005, č. 5

¹⁵ Večerková, E.: Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži, Právní fórum, 2005, č. 5

¹⁶ Munková, J.: Právo proti nekalé soutěži, Komentář, 2. vydání, Praha, C-H-Beck, 2001, str. 45

¹⁷ Blíže viz NERUDA, R. Relevantní trh a otázky související v teorii a praxi soutěžního práva (první část), Právní rozhledy 2004 č. 12, s 447 – 458

vytvořen určitý tlak na konkurenty a v konečném důsledku je vytvořen kolektivní monopol. Evropská legislativa nepoužívá výslovně pojem kartel (judikatura však ano), nýbrž jej v článku 101 odst. 1 SFEU opisuje Stejně tak jako v § 3 odst. 1 ZOHS dohody mezi podniky, rozhodnutí o sdružení podniků a jednání ve vzájemné shodě, jejichž cílem nebo výsledkem je vyloučení, omezení nebo narušení soutěže na společném trhu.

V řízení o dohodách narušujících soutěž se relevantního trhu užije v několika fázích. Na základě relevantního trhu se určuje, zda jde o dohodu horizontální či dohodu vertikální (viz § 5 ZOHS), jinými slovy jestli se jedná o dohodu mezi konkurenty nebo nekonkurenty.¹⁸ Výše uvedené rozdělení je významné pro zjištění, zda-li je taková dohoda vyjmuta ze zákonného zákazu. To z toho důvodu, že pro obě tyto kategorie jsou určeny jiné hranice tržních podílů, a v případě nepřekročení těchto hranic je možné dohody zařadit do tzv. kategorie bagatelních kartelů (to jsou dohody nepodléhající zákazu). Stejně tak je důležité vymezení relevantního trhu k určení tržního podílu pro aplikaci blokové výjimky. Vzhledem k tomu, že již nejsou výjimky (do 1.5.2004) udělovány individuálně, ale blokově (dohody se posuzují až následně), je tedy řádné vymezení relevantního trhu ex ante na jednotlivých soutěžitelích a až ex post na soutěžních úřadech či Komisi.

3.3 Funkce relevantního trhu v oblasti zneužití dominantního postavení

Dominantní postavení podniku nebo dominantní postavení několika podniků společně je rozhodujícím kritériem, které musí být vždy splněno, má-li být určité jednání (v oblasti soutěžního práva) posouzeno jako nedovolené. Dominantní postavení je definováno § 10 odst. 1 ZOHS, v judikatuře ESD i § 19 odst. 2 GWB1 s odkazem na tržní sílu, která soutěžitelům nebo jednomu soutěžiteli umožňuje chovat se zcela nezávisle na konkurentech a spotřebitelích. Tržní síla je pak definována jako jakási „multikriteriální“ veličina, kde je tržní podíl dotčených subjektů jedním z několika posuzovaných znaků, avšak jednoznačně nejvýznamnější.¹⁹ Není možné určitě tržní sílu či tržní podíl do té doby, dokud není předtím řádně vymezen relevantní trh. A právě z tohoto důvodu má řádné vymezení relevantního trhu nejzásadnější význam zejména v případech zneužití dominantního postavení. Naproti tomu

¹⁸ Blíže viz RAUS, D., NERUDA, R. Zákon o ochraně hospodářské soutěže, Komentář. Praha: Linde 2006

¹⁹ NERUDA, R. Vymezení relevantních trhů z pohledu českého soutěžního práva s. 5. Vymezení relevantních trhů a další otázky ochrany hospodářské soutěže v rozšířené Evropské unie, Praha: Česká asociace pro soutěžní právo, 2008, s. 4 – 27

nesprávné vymezení relevantního trhu je jedním z nejčastějších důvodů podání návrhu na rozklad předsedou Úřadu či podání žaloby na Komisi k Tribunálu. Dá se říci, že pokud tedy soutěžitel nesouhlasí se zneužitím dominantního postavení, musí ve většině případů nesouhlasit také s vymezením relevantního trhu.

3.4. Funkce relevantního trhu v oblasti kontroly spojování podniků

Spojení konkurentů je definováno jako spojení dvou dříve samostatných podniků nebo také jako získání kontroly nad jiným podnikem či jeho částmi, a jako takové je jedním z důvodů vedoucích k vyloučení ze soutěže.²⁰ Úprava fúzí není na evropské úrovni provedena primárním právem (v případě kartelů a zneužití dominantního postavení to tak je), ale má formu nařízení, přesněji řečeno nařízení o spojování podniků č. 139/2. Toto nařízení stanovuje kritéria významu „spojení“ pro celé společenství, při jejichž splnění o něm rozhoduje komise. V ostatních případech rozhodují národní orgány jednotlivých členských států. S přijetím tohoto nařízení se změnila také úprava řízení o spojování podniků z kritéria podílového na kritérium obrátové. Dřívější úprava v zákoně ZOHS z roku 1991 (§ 8a odst. 1) stanovovala jako kritérium pro spojení (podléhalo povolení Úřadu) obrat na celostátním nebo místním trhu daného zboží. Současná úprava ZOHS (§ 13) však stanovuje jako kritérium čistý obrat všech spojujících se soutěžitelů, kterého dosáhly za poslední účetní období na trhu České republiky.²¹ Analýza tržního podílu spojujících se soutěžitelů a vymezení relevantních trhů byla přesunuta do posuzování dopadů spojení na hospodářskou soutěž (§ 17 odst. 1, 3 ZOHS).

3.5. Funkce relevantního trhu v oblasti udílení pokut

S přijetím Zásad postupu Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže při stanovování výše pokut dle § 22 odst. 2 ZOHS se relevantní trh stal významným také pro ukládání pokut za porušení § 3 a § 11 ZOHS, resp. čl. 101 a čl. 102 SFEU. Sice je zákonná sazba odvozena od celkového obrátu soutěžitele, ale zásady tuto definici zpřesňují pro ty případy, kdy

²⁰ ELIÁŠ, K., BEJČEK, J. a kol. Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo, 5. Vydání, Praha: C. H. Beck,

²¹ Blíže viz. RAUS, D., NERUDA, R. Hospodářská soutěž po vstupu ČR do EU, 1. Vyd. Brno: CP Books 005

soutěžitel působí na větší množství relevantních trhů, a je tedy pro případ rozhodující obrat na relevantním trhu, ve kterém došlo právě k tomu deliktu, pro který má být pokuta udělena.²²

3.6. Nároky na přesnost vymezení relevantního trhu v jednotlivých oblastech

Pokud by se stalo, že by byl relevantní trh nesprávně vymezen, byl by pravděpodobně i celý případ vyřešen chybně. V případě, že by byl vymezen až příliš široce, mohl by příslušný rozhodující orgán dospět například k tomu závěru, že soutěžitel nemá dominantní postavení, a že tedy nemohlo k jeho zneužití dojít. A naopak v případě vymezení příliš úzkého, mohlo by zamýšlené spojení soutěžitelů vykazovat jisté obavy k narušení hospodářské soutěže i v takovém případě, kdy takováto obava ani reálně neexistuje. Proto je třeba už v počátku řešení každého soutěžního případu věnovat vymezení relevantního trhu náležitou pozornost.

Nároky na přesné vymezení relevantních trhů v jednotlivých oblastech hospodářské soutěže se však mohou lišit. V některých případech není nutné tak rozsáhlou pozornost věnovat vymezení relevantního trhu, a to na úkor řešení soutěžního případu. Např. u kartelových řízení nejsou nároky na přesnost tak vysoké jako jsou u řízení o zneužití dominantního postavení nebo kontrole spojování. Vrchní soud v Olomouci dospěl k tomuto názoru při řešení „případu Adidas“. V tomto případě byl totiž relevantní trh vymezen jako trh sportovní obuvi vysoké kvality a ceny a trh sportovních oděvů vysoké kvality a ceny.

Další případ, kdy bývá rozsah vymezení relevantního trhu odlišný (jiný, než je tomu v případech dominance), je posuzování spojení podniků. Tato odlišnost pramení zejména z různé časové orientace posuzovaných jednání. Zatímco při zneužití dominantního postavení bývá hodnoceno jednání soutěžitelů učiněné v minulosti, popř. v přítomnosti, tak u spojení soutěžitelů jsou brány v úvahu jejich eventuelní budoucí dopady na relevantní trhy. S ohledem na stávající rozhodovací praxi Úřadu i Komise je nutno při hodnocení dominantního postavení soutěžitelů užít spíše užšího vymezení relevantního trhu. Tento „trend“ se objevil v „případu Solvay SA proti Komisi“.²³ Zde si totiž Tribunál mohl dovolit nepřesnost při vymezení relevantního trhu, neboť tato skutečnost neměla žádný vliv na posuzovaný

²² Zásady čl. 18: „Základní částka pokuty reflektuje obrat dosažený konkrétním soutěžitelem z prodeje zboží či služeb, jichž se narušení soutěže přímo nebo nepřímo týká, a to na vymezeném geografickém relevantním trhu (dále též „hodnota prodeje“), typovou závažnost protisoutěžního jednání a délku protisoutěžního jednání.“

²³ Solvay SA proti Komisi – Rozsudek Tribunálu ze dne 17. prosince 2009 sp. zn. 57/01

případ. Společnost Solvay SA (výrobce sody) se sídlem v Belgii namítala nesprávné posouzení geografického relevantního trhu Komisí. Komise totiž trh vymeziila jako území Evropského společenství s výjimkou Spojeného království a Irska, neboť zde byla z důvodu protisoutěžních ustanovení situace hospodářské soutěže zcela odlišná. Společnost Solvay s tímto vymezením nesouhlasila a přikláněla se k vymezení užšímu. SPS však shledala tyto námitky jako neopodstatněné. Důvodem byl fakt, že společnost Solvay zaujímala dominantní postavení na trhu kontinentální Evropy, ale také i na trzích všech jednotlivých členských států, kde došlo k jeho zneužití. Jiné vymezení relevantního geografického trhu by tak vůbec nevedlo k odlišnému hodnocení případu zneužití dominantního postavení společností Solvay.

3.7. Definice relevantního trhu

Pro účely definice relevantního trhu je třeba nejdříve definovat trh jako takový. Z hlediska hospodářské praxe se jedná o oblast ekonomiky, ve které se uskutečňují transakce, tzn. kde dochází k výměně zboží mezi jednotlivými subjekty.²⁴ Jinými slovy se dá říci, že trh je místo, kde se střetává nabídka s poptávkou. Relevantnost trhu je poté určena třemi složkami, kterými jsou složka výrobovová, místní a časová.

3.8. Legální definice

Je zde třeba říci, že se jednotlivé státy k přijetí legální definice staví různě. Např. německý kartelový zákon (GWB) neobsahuje definici relevantního trhu vůbec a ponechává ji jen v rukou soudní praxe. ZOHS definuje tento pojem svým § 2 odst. 2 jako: „trh zboží, které je z hlediska jeho charakteristiky, ceny a zamýšleného použití shodné, porovnatelné nebo vzájemně zastupitelné, a to na území, na němž jsou soutěžní podmínky dostatečně homogenní a zřetelně odlišitelné od sousedících území“. Odlišnou definici obsahuje také slovenský soutěžní zákon v § 3 odst. 3,²⁵ který definuje relevantní trh jako: „prostorový a časový souběh nabídky a poptávky po takovém zboží, které je k uspokojení určitých potřeb z hlediska uživatele shodné nebo vzájemně zastupitelné“. Dále definuje slovenský zákon relevantní trh výrobovový, geografický, a též pojem vzájemné zastupitelnosti. Evropská Komise při definování relevantního trhu došla nejdále. V roce 1997 vydala pod spisovou značkou 97/C

²⁴ VLČEK, J. *Ekonomie a ekonomika*, 4. vyd. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2009. s. 65

²⁵ Zákon č. 135/21 Z.z. o ochrane hospodárskej súťaže v znení neskorších predpisov

372/03 Sdělení o definici relevantního trhu pro účely práva hospodářské soutěže Společenství (dále jen „Sdělení Komise“), čímž soutěžním úřadům jednotlivých členských států velmi usnadnila práci a do značné míry i sjednotila jejich praxi. Definice v tomto Sdělení byla v podstatě doslovnou předlohou české definice. Česká jen spojuje definice výrobního a zeměpisného trhu do jedné. Je ale nutné říci, že tu nejpodrobnější definici ve všech státech vždy přináší praxe soutěžních úřadů, popřípadě soudů. Legální definice jsou tedy v podstatě takovým základem pro představu odborné veřejnosti o tomto pojmu, a nemají vlastně v rozhodovací praxi velký význam.

3.9. Definice relevantního výrobního trhu

Dle Sdělení Komise (bod 7) i podle § 2 odst. 2 ZOHS zahrnuje relevantní výrobní trh všechny výrobky nebo služby, které jsou spotřebitelem s ohledem na jejich vlastnosti, ceny a zamýšlené použití, považovány za zaměnitelné nebo zastupitelné. O něco lepší definici podal Vrchní soud v Olomouci.²⁶ Z jeho rozhodnutí vyplývá, že při vyvození relevantního věcného trhu se vychází z konkrétního typu výrobku, jehož relevantní trh je třeba určit. Krom toho zahrnuje věcný trh všechny výrobky za splnění těch podmínek, že s ohledem na jejich funkční vlastnosti mohou nahradit výrobek výchozí. Dále mají tu vlastnost, že když kterýkoli z nich zvolíme za výrobek výchozí, vymezení relevantního trhu se nezmění.

3.10. Definice relevantního zeměpisného trhu

Nejpřesnější definice relevantního zeměpisného trhu se nachází v bodě 8 Sdělení Komise. Zeměpisný relevantní trh zahrnuje oblast, ve které se dotyčné podniky účastní nabídky a poptávky po výrobcích nebo službách, kde jsou podmínky hospodářské soutěže dostatečně stejnorodé, a která může být odlišena od sousedních zeměpisných oblastí, protože zejména podmínky hospodářské soutěže jsou v těchto oblastech zjevně odlišné.

3.11. Definice relevantního časového trhu

Časový trh není v ZOHS ani ve Sdělení komise přesně definován. V literatuře bývá tento pojem také velmi často opomíjen či nějakým způsobem „vtělován“ do definice

²⁶ Rozsudek Vrchního soudu v Olomouci ze dne 4. 1. 1999, sp. zn. 2 A 8/98. (věc Kabel Plus)

výrobního trhu. Podle mého názoru je vhodná obecná definice, ve které je časový trh definován jako doba, po kterou dotčené podniky působí na trh.²⁷

3.12. Vymezení věcné stránky relevantního trhu

Jak již bylo uvedeno výše, relevantní výrobní trh tvoří všechny výrobky nebo služby, které jsou spotřebitelem, s ohledem na jejich vlastnosti, ceny a zamýšlené použití, považovány za zaměnitelné nebo zastupitelné. Podle metod, které uvedu níže, může být relevantní výrobní trh vymezen různě široce. Počínaje trhem dodávek jednoho jediného výrobku či služby (např. v „případu Coca-Cola“ byl relevantní trh vymezen velmi úzce jako trh nealkoholických nápojů s „colovou příchutí“), až po velmi široké vymezení skupinou výrobků či služeb (např. v případě spojení soutěžitelů REWE a Meinl, kdy byl relevantní trh vymezen jako trh maloobchodního prodeje zboží denní potřeby). Může však dojít i k situaci, kdy je jeden výrobek součástí většího množství relevantních trhů, anebo k situaci, kdy se dva výrobky, které slouží k zcela jinému účelu, ocitnou na jednom relevantním trhu. Na jednom relevantním trhu se mohou ocitnout různé zemědělské stroje, např. orací a balíkovací stroj. Důvodem pro takovéto společné zařazení je skutečnost, že dodavatelé tohoto zboží většinou nabízí celou řadu takových výrobků a ve většině případů také stále stejné skupině spotřebitelů²⁸ (např. Fiat Geotech/Ford New Holland²⁹). Důvodem situace, kdy se jeden a tentýž výrobek ocitá na dvou relevantních trzích, je to, že jednou spotřebitel nakupuje výrobek jako součást většího celku a nevěnuje jeho výběru dostatečnou pozornost, a v druhém případě je tatáž věc prodávána samostatně. Jako typický případ lze uvést nákup autobaterií, kdy je jednou baterie nakupována jako součást automobilu a v druhém případě samostatně jako náhradní díl (např. Varta/Bosch³⁰ nebo Michelin³¹).

²⁷ BELLAMY, Ch., CHILD, G. European Community Law of Competition. Šesté vydání. London: Sweet & Maxwell, 2008. s. 293

²⁸ BEDNÁŘ, J. Aplikace soutěžního práva v rozhodovací praxi: z rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, Komise a Evropského soudního dvora. Praha: C. H. Beck, 2005 s. 421

²⁹ Rozhodnutí Komise ze dne 8. února 1991 sp. zn. M.9

³⁰ Rozhodnutí Komise ze dne 31. července 1991 sp. zn. M.12

³¹ NV Nederlandse Banden Industrie Michelin proti Komisi – Rozsudek Evropského soudního dvora ze dne 9. listopadu 1983 sp. zn. 322/81

4. Generální klauzule – pojmové znaky nekalé soutěže

4.1 Vymezení stěžejních pojmů

Chceme-li blíže zkoumat problematiku nekalého soutěžního jednání, je nezbytné hned na začátku vymezit základní pojmy, které s tématem souvisí. Znalost pojmů nám pomůže lépe pochopit a porozumět tématu. Vždyť jednotný vnitřní trh je základním pilířem evropské integrace v rámci Evropské unie. K vytvoření fungujícího vnitřního trhu mají přispívat jak pravidla upravující základní tržní svobody (volný pohyb zboží, osob, služeb a kapitálu), tak i pravidla hospodářské soutěže. Právní úprava ochrany hospodářské soutěže identifikuje několi jednání narušujících hospodářskou soutěž, mezi něž lze zařadit právě nekalé soutěžní jednání.

4.1.1 Hospodářská soutěž – pojem

Pojem hospodářské soutěže není zdaleka vyhraněný a pokusy o jeho teoretické vymezení jsou námětem rozsáhlé odborné literatury. Bejček se zmiňuje, že „definovat přesně tak mnohostranný a složitý jev, jakým je soutěž, je možné jen na vysokém stupni abstrakce, což ovšem zase znamená praktickou nepoužitelnost takové definice.“³² Z kategorie funkčních definic si všimněme Hayekova pojetí konkurence jakožto procesu objevování, v němž lidé získávají a vyměňují si znalosti, a který by nebyl potřebný, kdybychom mohli výsledky předvídat.³³

Hospodářská soutěž se převážně definuje jako „samostatné usilování nabízejících a poptávajících (soutěžitelů), ovlivňujících se navzájem ve svém hospodářském úspěchu o obchodní kontakt se třetími (zákazníky) nabízením co nejvýhodnějších obchodních podmínek“.³⁴ Aby mohla hospodářská soutěž vůbec existovat, musí probíhat v určitých mantinelech. Každý podnikatel má svůj cíl, a to prosperovat se ziskem. Avšak tohoto cíle by měli podnikatelé dosahovat společensky a především právně přijatelným způsobem. Z tohoto důvodu stát vytvořil obecně závazná pravidla hospodářské soutěže, která musejí podnikatelé respektovat a především je dodržovat. Právní norma přináší určité hranice a omezení, určuje co je přípustná mez a co již přípustné není.

³² BEJČEK, J. Pojem soutěže a soutěž jejích cílů. *Právní praxe v podnikání*, 1996, ročník 5, číslo 5, s. 6. I

³³ HAYEK, F. A. *Právo, zákonodárství a svoboda*. Praha: Academia, 1991, s. 61.

³⁴ BOCHART, K., FIKENTSCHER, W. *Wettbewerb, Wettbewerbsbeschränkungen, Marktbeherrschung*. Stuttgart, 1957, s. 15.

Hlavním pramenem práva zahrnujícím pravidla a zásady hospodářské soutěže je zákon č. 513 /1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění. Již ustanovení § 41 obchodního zákoníku (dále jen „OZ“) zakotvuje pravidlo, že „fyzické i právnické osoby, které se účastní hospodářské soutěže, i když nejsou podnikatelé (dále jen "soutěžitelé"), mají právo svobodně rozvíjet svou soutěžní činnost v zájmu dosažení hospodářského prospěchu a sdružovat se k výkonu této činnosti; jsou však povinny přitom dbát právně závazných pravidel hospodářské soutěže a nesmějí účast v soutěži zneužívat“³⁵ Z tohoto ustanovení jasně vyplývá, že soutěžitelé se mohou chovat tak, aby neomezili či nepoškodili další soutěžitele. Zneužití hospodářské soutěže nám vysvětluje § 42 OZ. Za zneužití hospodářské soutěže se považuje nekalé soutěžní jednání a nedovolené omezování hospodářské soutěže. Nedovolené omezování hospodářské soutěže upravuje zvláštní zákon.³⁶ Vzhledem k zadání předkládané práce se budeme blíže věnovat nekalé soutěži.

4.1.2 Nekalá soutěž

Podstatou práva proti nekalé soutěži je rozdíl od práva na ochranu hospodářské soutěže proti nepatřičným jednáním ve vztazích mezi soutěžiteli, která jsou v rozporu se zásadou slušnosti či dobrých mravů při podnikatelské činnosti a obchodování. Jak zmiňuje Munková: „Problémem (nejen) soutěžněprávní úpravy je, jak od sebe odlišit soutěžní jednání, která jsou nekalá a tudíž jsou předmětem reprebace, od jiných soutěžních jednání, která sice také jiným soutěžitelům přinášejí problémy, ale nelze je označit jako nepatřičná či nenáležitá.“³⁷

Nicméně se vraťme ještě k ustanovení § 41 OZ. Toto ustanovení má vztah k hospodářské soutěži, kdy je soutěžitelům přiznáno právo rozvíjet svobodnou soutěžní činnost v zájmu dosažení hospodářského prospěchu za podmínek dodržování závazných pravidel hospodářské soutěže a doslova zakazuje zneužívání účasti v soutěži. Navazující ustanovení § 42 odst. 1 OZ již zmiňuje nekalou soutěž jako samostatné chování účastníků na trhu a označuje ji jako zneužití účasti v hospodářské soutěži.

Nekalá soutěž je v českém právním řádu upravena v ustanoveních § 44 až § 55 obchodního zákoníku,³⁸ v hlavě páté, jeho první části nazvané „Hospodářská soutěž“. Vlastní úpravě nekalé soutěže předchází tři obecná ustanovení obchodního zákoníku (§ 41 až § 43).

³⁵ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění, § 41

³⁶ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, § 42 odst. 1),2)

³⁷ MUNKOVÁ, J. *Právo proti nekalé soutěži*. Komentář. 3. vydání. Praha: C. H. Beck, 2008, s. 12 – 13.

³⁸ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění

Jak již bylo naznačeno, ustanovení § 41 obchodního zákoníku deklaruje právo svobodné účasti na hospodářské soutěži, povinnost respektovat závazná pravidla a zákaz zneužití účasti v soutěži.³⁹

4.1.2.1. Generální klauzule

Obecným ustanovením o nekalé soutěži (generální klauzulí) je § 44 odst. 1 obchodního zákoníku, kdy „nekalou soutěží je jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům. Nekalá soutěž se zakazuje.“⁴⁰ Tato definice je v odstavci dvě uvedeného ustanovení doplněna demonstrativním výčtem skutkových podstat nekalosoutěžních deliktů, které jí konkretizují.

Základním nutným předpokladem k tomu, aby určité jednání mohlo být označeno za nekalosoutěžní, je přítomnost tří znaků nekalé soutěže obsažených právě v generální klauzuli.

První z těchto znaků je "jednání v hospodářské soutěži". Samotný pojem "hospodářské soutěže" může být interpretačním problémem. Poznat jeho význam nám obchodní zákoník dovoluje pouze povrchně. Z hlediska jeho teoretického vymezení nám právní věda přinesla celou řadu definic. V současné teorii je hospodářská soutěž vymežována jako "soupeření subjektů v hospodářské oblasti s cílem předstihnout jiné subjekty a dosáhnout tím hospodářský prospěch"⁴¹. Tuto definici však považujeme za tautologii a jako takovou za nedostatečně výstižnou. Výrazy "soutěž" a "soupeření" lze chápat vcelku totožně, pojem "hospodářské oblasti" je velmi neurčitý. Tato definice poslouží pouze jako jednoduché výkladové pravidlo v tom smyslu, že např. soupeření politických stran není hospodářskou soutěží a neřídí se proto ustanoveními obchodního zákoníku.⁴²

Na generální klauzuli navazují zvláštní skutkové podstaty nekalosoutěžního jednání. Ty jsou taxativně vymezeny v ustanovení § 44 odst. 2 obchodního zákoníku. Jedná se o následující:

- a) klamavá reklama
- b) klamavé označení zboží a služeb
- c) vyvolání nebezpečí záměny
- d) parazitování na pověsti podniku, výrobku či služeb

³⁹ Tamtéž

⁴⁰ § 44 odst. 1 obchodního zákoníku

⁴¹ HAJN, P. *Právo nekalé soutěže*. Masarykova universita. Brno. 1994. s. 11.

⁴² Tamtéž, s. 24.

- e) podplácení
- f) zlehčování
- g) srovnávací reklama
- h) porušování obchodního tajemství
- i) ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí⁴³

V následujících kapitolách se proto budeme blíže věnovat nejen podstatným třem znakům nekalé soutěže, ale také zvláštním skutkovým podstatám.

4.2 Znaky nekalé soutěže

Jak již bylo zmíněno, obecný výklad generální klauzule v ustanovení § 44 OZ se soustřeďuje na tři základní podmínky, které musí být kumulativně splněny, aby dané jednání bylo kvalifikovatelné jako nekalá soutěž. Těmto třech podstatám se budeme věnovat blíže následně.

Hned v úvodu této kapitoly je nutno zmínit, že samotné zjištění, že určité jednání vykazuje všechny tyto tři znaky jednání nekalé soutěže, nepostačuje k tomu, aby se poškozenému dostalo ochrany a jednající narušitel soutěže byl odpovídajícím způsobem postižen. K tomu je zapotřebí dovětku v závěru prvního odstavce ustanovení § 44 odst. 1, že „nekalá soutěž se zakazuje“. Bez něho by nebylo možno uplatnit následně žádné ze sankčních opatření, která jsou upravena v ustanovení § 53 OZ.⁴⁴

Hospodářská soutěž nesmí tedy být v rozporu s dobrými mravy (např. nesmí napadat náboženské nebo národnostní cítění, ohrožovat mravnost, snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu), nesmí podporovat chování poškozující zdraví, životní prostředí nebo ohrožující bezpečnost osob nebo majetku a nesmí být nevyžádaná nebo obtěžující. Zvláštní pravidla se pak vztahují na vybrané druhy výrobků či služeb (např. léčiva, tabákové výrobky, potraviny).⁴⁵

⁴³ § 45 odst. 2 obchodního zákoníku

⁴⁴ ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 171.

⁴⁵ OTEVŘEL, P. Sociální sítě z pohledu firmy: Co můžete a co ne? *Právní rádce*, 2012, č. 10, s. 10

4.2.1 Jednání v hospodářské soutěži

Současná právní úprava generální klauzule nepožaduje aby šlo doslova o jednání v hospodářském nebo obchodním styku a navazuje tak na ustanovení § 41 OZ, který rozšiřuje osobní dosah soutěžněprávní úpravy na jednání, která mohou mít jakýkoli nepříznivý vliv na hospodářskou soutěž. Pro praktickou aplikaci generální klauzule jde o to objasnit si obsah jednání v hospodářské soutěži. Jedná se o totiž vztahy, v nichž jednající usilují o prosazení vlastních zájmů.⁴⁶ Munková upozorňuje v tomto směru již na prvorepublikovou judikaturu Sb. r. n. s. 1937, č. 14743, že poškozený a škůdce „nemusí být soutěžiteli, stačí, staly-li se závadné projevy v hospodářském styku“.⁴⁷ Soudobá judikatura navazuje rozhodnutím: „Pro úvahu, zda jednání konkrétního subjektu je jednáním v hospodářské soutěži, není rozhodné, že jde o podnikatele, nýbrž to, zda šlo o jednání uskutečněné za účelem soutěžního záměru a nikoli záměru jiného.“⁴⁸

Současná judikatura vychází z toho, že soutěžitel má snahu vytlačit jiný subjekt z jeho pozice na trhu. Pokud však k tomu volí dovolené prostředky (lepší produkt, nižší cenu, vhodnější reklamu, apod.), jedná se o soutěžní jednání, které ve svém důsledku může vést k problémům či až k zániku u jiných soutěžitelů, nicméně není v rozporu s dobrými mravy soutěže. Jak se vyjádřil i Vrchní soud v Praze: „takové jednání se vzhledem k účelu podnikání očekává“⁴⁹

4.2.2. Dobré mravy soutěže

S pojmem dobrých mravů se můžeme setkat v právní teorii. Bohužel víme, že se jedná o pojem málo určitý a proto bývá v praxi velmi často pomíjen. Pojem dobrých mravů není přesně definován a jeho specifikace většinou zůstává na rozhodovací pravomoci soudů různých typů.

Soudobá nauka vyslovuje důsledné odlišení dobrých mravů soutěže od dobrých mravů vůbec, tak jak na ně odkazují ustanovení § 3, resp. ustanovení § 39 občanského zákoníku. Salač⁵⁰ k předmětné problematice uvádí, že zajímavý judikát lze převzít z judikatury

⁴⁶ MUNKOVÁ, op. cit. s, 44.

⁴⁷ Tamtéž

⁴⁸ Rozhodnutí Vrchního soudu Praha, R 49/2004

⁴⁹ Rozhodnutí Vrchního soudu Praha, R 3 Cmo 1511/94.

⁵⁰ SALAČ, J. *Rozpor s dobrými mravy a jeho následky v civilním právu*. Praha: C.H.Beck, 2000, s. 194.

slovenských soudů, které se vyjádřily k povaze § 3 odst. 1 OBčZ. Zakládá zásadu, že výkonu práva, které je mimo jiné v rozporu s dobrými mravy, nelze poskytnout právní ochranu.⁵¹

„Pro zjištění, zda jednání může naplňovat obecnou skutkovou podstatu nekalé soutěže, musí odvolací soud podrobně zkoumat, zda je splněna podmínka rozporu s dobrými mravy soutěže (nikoli rozporu s dobrými mravy obecně). Protože jde o otázku právní, nikoli skutkovou, řeší ji soudy podle svého mravního a právního, zákonům odpovídajícího přesvědčení, nikoli znalci.“⁵²

Pozitivně je třeba v této souvislosti hodnotit judikaturu Ústavního soudu, která se v rovině obecných právních principů vyjadřuje k problematice dobrých mravů a obecně k aplikaci neplatnosti právních úkonů. ÚS vychází ze zásady materiálního nazírání na právo, v níž nejde pouze o dodržování práva bez dalšího, ale o dodržování takových norem chování, které jsou v souladu s obsahovými hodnotami.⁵³

Lze konstatovat, že Ústavní soud se postavil jednoznačně na pozici přirozeného práva proti přepjatému právnímu formalizmu. Judikatura ÚS se takto zásadně odvolává na hodnotovou orientaci společnosti, která je zakotvena v obecných principech přirozeného práva. ÚS tak navazuje na judikaturu prvorepublikových soudů, které vycházely z toho, že nelze se dovolávat pouze formálního zdání, na něž skutečné a pravé právo (přirozené) nikdy nemůže přistoupit. Právní řád totiž spočívá na právu mravním.⁵⁴

Existence rozporu s dobrými mravy je otázkou právní, ne skutkovou. Skutkovou otázkou je zjištění obsahu jednání, které se vytyká jako odporující dobrým mravům soutěže, ale také i zjištění názorů obchodních kruhů i veřejnosti na takové jednání. Posouzení, výklad a aplikace právního předpisu je věcí pouze právní.⁵⁵ V důkazním řízení ve sporu může vyjít najevo, že se jedná v důsledku rozporu s dobrými mravy o neplatný právní úkon.

Neplatným právním úkonem podle § 39 OBčZ je právní úkon, kterým svým obsahem nebo účelem odporuje zákonu, nebo jej obchází, a nebo se přičí dobrým mravům. Je tedy vždy nutno zkoumat nejen případné vady v obsahu právního úkonu, ale vzhledem k tvrzení především to, zda účel právního úkonu nespočívá v obcházení zákona a zda se nepřičí dobrým mravům.⁵⁶

⁵¹ Zo súdnej praxe, 1997, č. č, s. 76

⁵² Rozhodnutí Nejvyššího soudu ČR 32 Cdo 139/2008

⁵³ Ústavní soud ČR, Sbírka nálezů a usnesení. Svaz 7, Praha: C.H. Beck, rozhodnutí č. 5 (1997).

⁵⁴ Vážný, č. 1660 (1922)

⁵⁵ MUNKOVÁ, op. cit., s. 47

⁵⁶ SALAČ, op. cit., s. 195

Ustálená judikatura setrvává na názoru, že neplatnost právního úkonů podle § 39 ObčZ je založena jeho nedovoleností, která může vyplývat z rozporu právního úkonu se zákonem, který je součástí platného právního řádu v okamžiku projevu vůle. Zákon je pak obcházen tehdy, směřuje-li právní úkon k důsledkům, které sice výslovně zakázány nejsou, ale jejich nepřipustnost lze dovodit ze smyslu a účelu zákonné úpravy.⁵⁷ Rozpor se zákonem je dán i tehdy, jestliže je právní úkon v rozporu s vyhláškou ministerstva či jiného ústředního orgánu vydanou na základě zákonného zmocnění a uveřejněným ve Sbírce zákonů.

4.2.3 Újma soutěžitelů a spotřebitelů

Poslední podmínka pro naplnění skutkové podstaty nekalé soutěže je jednání, které je „způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům“.⁵⁸ Zájem na udržení funkční soutěže se může střetnout i s jinými cíli (např. se zdravotními aspekty, s ochranou životního prostředí, s energetickou politikou, zajištěním obranyschopnosti, řešením nezaměstnanosti, apod). Všeobecně můžeme říci, že konflikty mezi účinnou soutěží a jinými cíli by měly být v podstatě jen výjimečnou záležitostí. Pokud chceme zkoumat tuto poslední podmínku, musíme nejdříve osvětlit co pokládáme za újmu, kdo je spotřebitel a soutěžitel.

Pojem „újma“ je daleko širším pojmem než obdobný výraz „škoda“ dle ustanovení § 415 občanského zákoníku. Mimo skutečné škody totiž újma zahrnuje i újmu nemateriální, které odpovídají i specifické reparační nástroje. Není však podmínkou, aby taková újma skutečně vznikla, pro možnost domáhat se ochrany stačí, že hrozí její vznik.⁵⁹

Definice pojmu spotřebitele je nejednotná, a to jak v rámci směrnic ES, tak i v rámci judikatury ESD. V členských státech Evropské unie je spotřebitel vnímán rozdílně. Základ soukromoprávní úpravy ochrany spotřebitele u nás je upraven v ustanoveních § 52 až § 65 občanského zákoníku. Přitom spotřebitelem je dle § 2 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele „fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami.“⁶⁰ Veřejnoprávní ochrana spotřebitele je pak zakotvena v řadě právních předpisů, mezi nimiž zaujímá významnou pozici zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, který představuje jakousi

⁵⁷ Nejvyšší soud, sp. zn. 30 Cda 2247/99.

⁵⁸ § 44 odst. 1 OZ

⁵⁹ MUNKOVÁ, op. cit., s. 47.

⁶⁰ Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění

komplexní veřejnoprávní úpravu této problematiky.⁶¹ Spotřebitel je subjektem, účastníkem trhu rovněž dle zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, v platném znění.

Nekalosoutěžně může jednat jak podnikatel, tak i nepodnikatel, což vyplývá nejen z judikatury Vrchního soudu v Praze⁶², ale i z judikatury Nejvyššího soudu ČR⁶³. Ten mimo jiné říká: „Pro úvahu, zda jednání konkrétního subjektu je jednáním v hospodářské soutěži, není rozhodné, že jde o subjekt, jenž vedle jiných úkolů může vykonávat vlastním jménem a na vlastní odpovědnost soustavnou činnost za účelem dosažení zisku, nýbrž to, zda šlo o jednání soutěžitele, tedy zda bylo motivováno soutěžním záměrem a nikoli záměrem jiným.“

Všimněme si jak pojem „soutěžitel“ uvozuje ustanovení § 2 odst. 1 zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, v platném znění: „Soutěžiteli podle tohoto zákona se rozumí fyzické i právnické osoby, jejich sdružení, sdružení těchto sdružení a jiné formy seskupování, a to i v případě, že tato sdružení a seskupení nejsou právnickými osobami, pokud se účastní hospodářské soutěže, nebo ji mohou svou činností ovlivňovat, i když nejsou podnikateli.“⁶⁴ Soutěžitelem jsou tedy veškeré právnické i fyzické osoby, které vstupují do hospodářských vztahů a usilují o úspěch nad konkurenty. Může se rovněž jednat o subjekty, které mohou svým postavením a činností soutěž ovlivňovat.⁶⁵

Soutěžitel může být osobou nejen jednající nekalostně, ale také osobou dotčenou nekalou soutěží. Jak upozorňuje Eliáš, nekalá soutěž se nedotýká pouze soutěžitelů či spotřebitelů, ale i tzv. pomocných osob, resp. jiných nekalosoutěžně jednajících osob. Může se jednat např. o členy statutárních orgánů soutěžitele a také zaměstnanců soutěžitele nebo osob v obdobném poměru.⁶⁶

⁶¹ FIALA, J. KINDL, M. a kol. *Občanské právo hmotné*. Plzeň: A. Čeněk, 2007, s. 493 - 495

⁶² Rozhodnutí Vrchního soudu v Praze R 3 Cmo 1336/94

⁶³ Rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 23. 10. 2003, sp. zn. 29 Odo 106/2001

⁶⁴ zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, v platném znění, § 2 odst. 1

⁶⁵ BEJČEK, J. HAJN, P. KOTÁSEK, J. a kol. *Nástin obchodního práva 1. Soutěžní právo. Obchodní společnosti a družstva*. Brno: Masarykova univerzita, 2009, s. 11

⁶⁶ ELIÁŠ, K. BEJČEK, J., HAJN, P. a kol. *Kurs obchodního práva. Obecná část. Soutěžní právo*. 5. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 302

5. Skutkové podstaty nekalosoutěžních deliktů

5.1. Soudcovské skutkové podstaty

„Soudcovské“ skutkové podstaty lze řadit na základě vytvářených judikátů evropského práva dle jejich společných znaků do určitých skupin. Takovéto rozdělení uvádí sám P. Hajn ve své publikaci s názvem Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži:

- porušení různých forem práva veřejného či soukromého, jehož důsledkem je získání neodůvodněné soutěžní výhody,
- nepřiměřené formy lákání zákazníků,
- nepřiměřené formy obtěžování zákazníků,
- obchodní praktiky těžící z pocitu vděčnosti,
- obchodní praktiky těžící z pocitu soucitu,
- reklama těžící z toho, že vyvolává přehnaný, neodůvodněný strach,
- zneužívání lidské záliby ve hře,
- obchodní systémy označované jako lavina, hydra apod.,
- používání laiků k náborové činnosti pro určité druhy zboží či služeb,
- různé formy zabraňovací soutěže,
- různé formy skryté reklamy,
- zneužití nositelů společenské autority k reklamní činnosti,
- ohrožování svobody spotřebitelova rozhodnutí,
- parazitní kořistění z výkonů soutěžitelových.

Mnoho z těchto výše uvedených praktik je dnes již jmenovitě uvedena na Černé listině v rámci evropské Směrnice o nekalých obchodních praktikách z května 2005 (Směrnice č. 2005/29/ES) – jedná se např. o vábivou reklamu, skrytou reklamu, pyramidové programy, zabraňovací praktiky atd. Podrobněji evropskou právní regulaci soutěžního chování popíšu níže.

Velké množství jednotlivých metod jednání, které se objevují v nekalosoutěžním právu, lze zařadit pod jednání soutěži zabraňující. Tyto zabraňující praktiky zasahují svým rozsahem nejen do regulace soukromoprávní, ale jsou též regulovány i kartelovým a trestním právem. Jako příklad zabraňujících praktik lze uvést bojkot (typický pojem pro právo

hospodářské soutěže), cenové podbízení aj. P. Hajn uvádí jako zabraňující praktiku i podplácení (§ 49) a zlehčování (§ 50 ObchZ).

5.2. Jednotlivé skutkové podstaty nekalé soutěže

5.2.1. Klamavá reklama

Současná právní úprava reklamy je upravena v zákoně č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění některých dalších zákonů, v platném znění. Ustanovení § 1 odst. 2 tohoto zákona reklamu vymezuje takto: „Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířená zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky“⁶⁷ Jedná se prakticky o jakýsi přesvědčovací proces hledající nové zákazníky prostřednictvím médií (rozhlas, televize, nosiče audiovizuálních děl, periodický tisk a neperiodické publikace, dopravní prostředky, plakáty, letáky apod).⁶⁸

Na druhé straně obchodní zákoník definici reklamy neupřesňuje, nýbrž v ustanovení § 45 používá pojem „klamavá reklama“. Již v prvním odstavci tohoto ustanovení OZ zákonodárce reklamu odvozuje takto: „...reklamou se rozumí šíření údajů (o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích nebo výkonech), tj. sdělením mluveným či psaným slovem, tiskem, vyobrazením, fotografií, rozhlasem, televizí nebo jiným sdělovacím prostředkem.“⁶⁹ Pokud se toto děje na úkor jiných spotřebitelů či soutěžitelů, jedná se o reklamu klamavou.⁷⁰ Komentář obchodního zákoníku doslova vymezuje pojmové znaky klamavé reklamy. Jsou jimi:

- „a) údaje o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích nebo výkonech a jejich klamavost
- b) jejich šíření

⁶⁷ Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění některých dalších zákonů, v platném znění., § 1 odst. 2

⁶⁸ Tamtéž, § 1 odst. 3

⁶⁹ § 45 odst. 1 OZ

⁷⁰ Pozn. Připustnost reklamy a způsobem jejího prezentování se u nás zabývá zákon č. 231/2001 sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, který výslovně uzákoňuje zásadu oddělenosti reklamy od jiného programu. V našem právním řádu je upraven v zákonu o regulaci reklamy zákaz tzv. skryté reklamy.

c) způsobilost takového nenáležitěho jednání k tomu, aby jednající získal v hospodářské soutěži pro vlastní nebo cizí podnik prospěch na úkor jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů.⁷¹

Velmi častým porušením v tomto směru je také skrytá reklama. Jak praví, mj. český zákon o regulaci reklamy, reklama šířená společně s jiným sdělením musí být zřetelně rozlišitelná a vhodným způsobem oddělena od ostatního sdělení.⁷² Přitom bývá skrytá reklama v praxi velmi často využívána.⁷³

Předpoklad naplnění skutkové podstaty klamavé reklamy je, aby šíření klamavých údajů mohlo přivodit nebo přivodilo prospěch vlastnímu nebo cizímu podniku na úkor jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů. Pro samotný postih stačí, že takové šíření údajů je objektivně způsobilé tyto následky vyvolat, tzv. že ve skutečnosti nemusí prospěch, ani újma nastat. Jedná se zde o tzv. ohrožovací delikt.

Měřítkem je vždy celkový dojem jak reklama působí. „Jako klamavé je třeba interpretovat a kvalifikovat i údaje naprosto pravdivé, ale musí být zavádějící způsob, jakým jsou tyto údaje učiněny. Velmi často jsou pravdivé údaje formulovány tak, že vzbuzují dojem zvlášť výhodné nabídky.“⁷⁴

5.2.2. Klamavé označování

Ustanovení § 46 odst. 1 specifikuje klamavé označení zboží a služeb tak, že se jedná o označení, „které je způsobilé vyvolat v hospodářském styku mylnou domněnku, že jím označené zboží nebo služby pocházejí z určitého státu, určité oblasti či místa nebo od určitého výrobce, anebo že vykazují zvláštní charakteristické znaky nebo zvláštní jakost.“⁷⁵ Není podstatné, že označení bude uvedeno přímo na zboží, obalech, obchodních písemnostech, apod. či zda k tomuto označení došlo přímo nebo nepřímo a jakým prostředkem se toto stalo. Odstavec druhý tohoto ustanovení upřesňuje, že se dále může jednat „i o takové nespávné

⁷¹ ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 175.

⁷² OTEVŘEL, P. Sociální sítě z pohledu firmy: Co můžete a co ne? *Právní rádce*, 2012, č. 10, s. 10.

⁷³ Pozn. – Například ve Velké Británii bylo společnosti NIKE zakázáno využívat tweety fotbalistů Rooneyho a Wilshera, které nebyly jasně označeny jako reklama. Tyto tweety přitom byly součástí reklamní kampaně. Fotbalista Rooney sděloval: „Mé předsevzetí – začít tento rok jako šampion a zakončit tento rok jako šampion“. Ačkoliv NIKE argumentovala tím, že v tweetech byla vždy v rámci hypertextového odkazu rozpoznatelná její internetová stránka, a bylo tedy zřejmé, že jde o reklamu, britský regulační úřad toto posoudil jako jednání protiprávní. (Blíže k tomu OTEVŘEL, P. Sociální sítě z pohledu firmy: Co můžete a co ne? *Právní rádce*, 2012, č. 10, s. 11).

⁷⁴ Tamtéž, s. 176 – 177.

⁷⁵ Ustanovení § 46 odst. 1 OZ

označení zboží nebo služeb, k němuž je připojen dodatek sloužící k odlišení od pravého původu, jako výrazy „druh“, „typ“, „způsob“ a označení je přesto způsobilé vyvolat o původu nebo povaze zboží či služeb mylnou představu.⁷⁶

Zákon specifikuje jako chráněné statky:

- údaje o zeměpisném původu,
- údaje o výrobcí a způsobu výroby,
- údaje o jakosti nebo charakteristice výrobků.⁷⁷

Všimněme si rozdílu oproti klamavé reklamě. Ten spatřujeme ve skutkových podstatách těchto zmíněných případů nekalosoutěžního jednání. U klamavého označení zboží a služeb nemusí dojít k vlastnímu prospěchu, ale úplně postačí obecná způsobilost, která vychází z generální klauzule, tj., že způsobí újmu jiným soutěžitelům či spotřebitelům. Stejně tak klamavé označení se nevztahuje na samo klamavé označení podnikatelské subjektu (i když existují i výjimky).

Munková výslovně uvádí, že naproti tomu není „nekalosoutěžním jednáním používání zdruhovělých označení, která se již zpravidla v důsledku nedostatečné ochrany označení původu v minulosti vžila jako označení druhu zboží, ledaže by k takovému názvu byl připojen dodatek „pravý“, nebo „původní“ nebo jiný doplňující údaj způsobilý oklamat.“⁷⁸

5.2.3. Vyvolání nebezpečí záměny

Samotný pojem „zaměnitelnost“ je podle ustanovení § 47 OZ pojmem objektivním. Pod tento pojem spadají záměny jak z hlediska identity, tak i z hlediska naznačovaných souvislostí mezi podniky. Toto ustanovení taxativně vyjmenovává co může vyvolat nebezpečí záměny, stejně tak chrání vše, co individualizuje nebo charakterizuje určitý podnik v obchodním světě, co je pro něj typické, ovšem jen z hlediska zaměnitelnosti v soutěži. Netýká se ochrany právem chráněných statků (jako jsou např. obchodní firma, ochranná známka, chráněný vzor, apod.)⁷⁹

Pro naplnění této skutkové podstaty není třeba úmyslu a stejně tak se nevyžaduje vlastní uvědomění si tohoto nekalosoutěžního jednání. K tomuto se vyjádřil i Vrchní soud

⁷⁶ Ustanovení § 46 odst. 2 OZ

⁷⁷ MUNKOVÁ, op. cit., s. 65

⁷⁸ MUNKOVÁ, J. In ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s.181.

⁷⁹ ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 182 - 183

v Praze takto: „Je v rozporu s dobrými mravy soutěže jednání, jež je způsobilé k vyvolání nebezpečí záměny dvou soutěžitelů: možným předmětem záměny (a naopak z hlediska oprávněného zájmu předmětem ochrany) je podle § 47 odst. a), b) OZ obchodní jméno či zvláštní označení podniku, obé již právem užívané jiným soutěžitelem, jež se stalo u zákazníka příznačné pro určitý podnik nebo závod soutěžitele. Zaměnitelnost uvedených předmětů je přitom třeba chápat v poloze objektivní, není nutno zkoumat úmysl soutěžitele, event. okolnost, zda věděl či mohl vědět o tom, že zde existují tyto předměty chráněné ve prospěch jiného soutěžitele.“⁸⁰

Velmi problematické v tomto směru je odlišení nekalé soutěže od porušení právem chráněného statku.⁸¹

Jako nekalou soutěž lze podle písmene c) ustanovení § 47 postihovat za určitých předpokladů i napodobení cizích výrobků a jejich obalů, popř. výkonů. Zákon blíže nedefinuje, co rozumíme napodobením. Z logiky věci vyplývá, že za napodobení můžeme pokládat převzetí cizího nápadu či výkonu. Z povahy jednání je třeba dovodit, že takové napodobení musí být opakováno ve větším počtu kusů nebo exemplářů.⁸²

Dle rozsudku Nejvyššího soudu České republiky⁸³ „jestliže označení výrobků konkrétního soutěžitele není specifické jen pro něj, ale jedná se o označení určitého typu výrobku a v povědomí veřejnosti - spotřebitelů a obchodních partnerů, nemůže být spojováno výhradně s tímto soutěžitelem, není užití takového označení výrobku v rozporu s dobrými mravy soutěže ve smyslu § 44 odst. 1 obch. zák. a nevyvolává nebezpečí záměny.“⁸⁴

5.2.4. Parazitování na pověsti

Parazitování na pověsti je upraveno ustanovením § 48, kdy „parazitováním je využívání pověsti podniku, výrobků nebo služeb jiného soutěžitele s cílem získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, jehož by soutěžitel jinak nedosáhl“.⁸⁵

⁸⁰ Rozhodnutí Vrchního soudu v Praze VS Praha 3 Cmo 813/1993

⁸¹ Pozn. zvláštní problematiku nejnověji představují počítačové programy. Rozšíření autorskoprávní ochrany zákonem č. 121/2000 sb., v novelizovaném znění, představuje nyní adekvátní úpravu této problematiky. Zákon přesně vymezuje, co se ve vztahu k software považuje za užití díla pro osobní potřebu, jak jsou v těchto případech omezena autorská práva ve vztahu k oprávněným uživatelům rozmnožením software. Aby se jednalo o nekalou soutěž, musí zde jít kromě nebezpečí záměny také o předpoklady, které pro ni stanoví generální klauzule v § 44.

⁸² MUNKOVÁ, op. cit., s. 75 - 76

⁸³ Rozsudek NSS ČR 32 Odo 726/2006

⁸⁴ tamtéž

⁸⁵ § 48 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník

Parazitování na pověsti je velmi častým nekalosoutěžním jevem. Základním znakem je využívání pověsti podniku, výrobků nebo služeb. Pověstí můžeme rozumět „souhrn určitých aspektů, které ve sféře podnikání vytváří celkový dojem, jakým ten který soutěžitel, jeho výrobky a služby působí navenek“.⁸⁶ Parazitování na pověsti se dotýká pouze podniku, výrobků nebo služeb, jiné hodnoty tím postižené nejsou. Aby bylo kořistění na cizí pověsti postižitelné podle tohoto ustanovení, musí být úmyslné. Tento cíl spočívá v získání prospěchu, kterého by jinak soutěžící nedosáhl. Není však podmínkou, aby prospěch skutečně nastal. Nejčastější formou parazitování na pověsti je reklama. Zpravidla jde o tzv. opěrnou reklamu. Aby byla reklama kvalifikována jako opěrná, nevyžaduje se, aby se týkala srovnatelného nebo zaměnitelného zboží, k naplnění skutkové podstaty postačí, jestliže k reklamním účelům využívá pověsti jiného výrobce nebo výrobků.

Parazitující je ten, na jehož pověsti bylo parazitováno. V praxi se jedná zejména o napodobení cizích sloganů či jiné formy „krádeže myšlenek“.⁸⁷

5.2.5. Podplácení

Ustanovení § 49 „podplácení“ má blízko k trestněprávní úpravě, ačkoliv je koncipováno jako civilněprávní. Skutková podstata civilního deliktu podplácení vyžaduje kromě kategorie osob své určité znaky. To znamená, že je důležité rozlišit, zda-li se jedná o soukromý nebo veřejný zájem.

Pokud jde o osobu, která je subjektem podplácení – je to soutěžitel, aniž by se rozlišovalo mezi fyzickou či právnickou osobou. Právnická osoba bude většinou nabízet prospěch dle § 49 písm. a) obchodního zákoníku prostřednictvím jednotlivce, jímž může být osoba oprávněná za ni vystupovat v právním styku, ale i někdo jiný. Má-li se však jednat o nekalou soutěž a má-li být naplněna skutková podstata § 49 zákona, musí být jednání přičitatelné soutěžiteli. Pokud jde o osobu, která je objektem podplácení, musí být k podniku soutěžitele, vůči němuž chce získat výhodu, buď v zaměstnaneckém nebo obdobném poměru. Jedná se tedy o fyzické osoby, které se mohou podílet na utváření hospodářského rozhodnutí jiného subjektu. Půjde především o členy statutárních orgánů, soutěžitele, někdy i o řadové pracovníky, pokud mohou ovlivnit hospodářská rozhodnutí.

⁸⁶ HAJN, P. : Jak jednat v boji s konkurencí. Praha. Linde. 1995. s. 73.

⁸⁷ HAJN, P.: Parazitování na pověsti podle § 48. *Právní praxe a podnikání*. ASPI /online 12.11.2012/

Pokud jde o způsob podplácení zmiňuje zákon jakýkoliv prospěch – nabídnutí, slíbení, poskytnutí, požadování. K naplnění skutkové podstaty stačí jakákoliv výhoda, jestliže může napomoci soutěžiteli k získání předstihu před jinými.

Prospěch musí být kvalifikovaný, tj. poskytovaný za očekávané budoucí protiplnění, které spočívá v tom, že v rámci hospodářské soutěže je podplácející ve výhodnější situaci oproti ostatním soutěžitelům.

K naplnění skutkové podstaty dle § 49 písm. a) zákona se vyžaduje, aby podplácené osobě byl přímo nebo nepřímo nabídnut, poskytnut, či slíben „jakýkoliv prospěch za tím účelem, aby jejím nekalým postupem docílil soutěžitel na úkor jiných soutěžitelů pro sebe nebo pro jiné soutěžitele přednost nebo jinou oprávněnou hodnotu v soutěži“.⁸⁸

O podplácení jde i v případě, že osoba uvedená v písmenu a) přímo nebo nepřímo požádá o jakýkoliv prospěch.⁸⁹

V praxi se vyskytují situace, kdy si firmy neuvědomují, že se dopouštějí podplácení ve smyslu obchodního zákoníku. Nekalost jednání je zpravidla způsobena konfliktem zájmů a jedná se o tzv. objektivní nekalost.⁹⁰

5.2.6. Zlehčování

Současná právní úprava zahrnuje nejen zlehčování soutěžitele prostřednictvím nepravdivých údajů, ale též prostřednictvím blíže vymezených podmínek jako zlehčování prostřednictvím údajů pravdivých.

Zlehčování je upraveno § 50 obchodního zákoníku, kdy k naplnění dochází uvedením určitých údajů o poměrech, výrobcích či výkonech jiného soutěžitele, přičemž jde o údaje způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu. Rozdílné jsou pak upraveny případy, kdy se jedná o údaje pravdivé (§ 50 odst. 1 zákona) a nepravdivé (§ 50 odst. 2 zákona).

Zlehčování je zvláštní skutková podstata nekalosoutěžního jednání, které úzce souvisí s předchozími skutkovými podstatami. Týká se především obchodní pověsti soutěžitele, protože je zaměřeno na jeho poměry, popřípadě výrobky či výkony.

Šíření údajů o poměrech, výrobcích nebo výkonech soutěžitele musí být takového rázu, aby bylo způsobilé přivodit újmu soutěžiteli. Hrozící či skutečně vzniklá újma se musí opět týkat podnikatelské činnosti soutěžitele.

⁸⁸ § 49 písm.a) obchodního zákoníku

⁸⁹ § 49 písm.b) obchodního zákoníku

⁹⁰ MUNKOVÁ, J. In ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 84-85.

Subjekt zlehčující může být dle textu zákona soutěžitel. Subjektem zlehčovaným musí být soutěžitel, či-li účastník hospodářských soutěžních vztahů.

Specifickým příkladem zlehčování je superlativní reklama, která způsobuje vychválení zboží jako nejlepší.⁹¹

Dle rozsudku Nejvyššího soudu České republiky⁹² „Není ve smyslu ust. § 50 odst. 2 ObchZ jednáním nekalé soutěže, pokud byl soutěžitel k uvedení a šíření pravdivých údajů o druhém soutěžiteli, způsobilých přivodit mu újmu, okolnostmi donucen. To znamená, že jednající soutěžitel k tomu, aby dosáhl bez prodlení odvrácení účinků jednání druhého soutěžitele na své postavení v soutěži, neměl tomuto jednání rovnocennou jinou volbu než právě jednání podle § 50 odst. 2 věta první ObchZ. Základním požadavkem však je přiměřenost oprávněné obrany, kterou však lze a také bude nutné vždy posuzovat podle okolností daného případu“⁹³

5.2.7. Srovnávací reklama

„Srovnávací reklama je jakákoliv reklama, která výslovně nebo i nepřímou identifikuje jiného soutěžitele anebo zboží nebo služby nabízené jiným soutěžitelem.“⁹⁴ Ustanovení srovnávací reklamy bylo zavedeno do českého právního řádu v harmonizaci s právem Evropského společenství.

Definice srovnávací reklamy nejprve vymezuje výčtem toho, co je třeba pod pojmem srovnání. Je to výslovný nebo nepřímý odkaz na určitého soutěžitele nebo jeho výrobky či služby.

V odstavci 2 uvedeného paragrafu nalezneme ustanovení pojednávající o přípustné srovnávací reklamě. Srovnávací reklama není zvláštním druhem reklamy, proto zákon taxativně vymezuje podmínky, za nichž je srovnávací reklama přípustná, a to:

a) „není klamavá nebo nevyužívá klamavé obchodní praktiky podle zvláštního právního předpisu“⁹⁵ Srovnávací reklama se považuje za přípustnou, jestliže údaje v ní byly pravdivé a jejich pravdivost byla oveřitelná.

⁹¹ MUNKOVÁ, J. In ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 84-85.

⁹² Rozsudek NSS ČR 3 Cmo 327/97

⁹³ tamtéž

⁹⁴ § 50 a odst. 1 obchodního zákoníku

⁹⁵ § 50 odst. 2 písm.a) obchodního zákoníku

b) „srovnává jen zboží nebo služby uspokojující stejné potřeby nebo určené ke stejnému účelu“.⁹⁶ Ustanovení omezuje přípustné srovnávání pouze na výrobky či služby, které uspokojují stejné potřeby.

c) „objektivně srovnává jeden nebo více základních znaků daného zboží nebo služeb, které jsou pro ně důležité, ověřitelné a charakteristické, mezi nimiž může být i cena“.⁹⁷

d) nevede k vyvolání nebezpečí záměny na trhu mezi tím, jehož výrobky nebo služby reklama podporuje, a soutěžitelem nebo mezi jejich podniky, zbožím nebo službami, ochrannými známkami, firmami nebo jinými zvláštními označeními, která se pro jednoho nebo druhého z nich stala příznačnými“.⁹⁸ Jednu z podmínek přípustnosti reklamy, která musí být nezbytně splněna, aniž by se jednalo o nekalosoutěžní reklamu, uvádí, že taková reklama nesmí vést „k vyvolání nebezpečí záměny na trhu mezi tím, jehož výrobky nebo služby reklama podporuje, a soutěžitelem nebo mezi jejich podniky, zbožím nebo službami, ochrannými známkami, firmami nebo jinými zvláštními označeními, která se pro jednoho nebo druhého z nich stala příznačnými“. V uvedené podmínce je „zakomponována“ skutková podstata vyvolání nebezpečí záměny podle § 47 obchodního zákoníku.⁹⁹

e) „nezlehčuje nepravdivými údaji podnik, zboží nebo služby soutěžitele ani jeho ochranné známky, firmu či jiná zvláštní označení, která se stala pro něj příznačnými, ani jeho činnost, poměry či jiné okolnosti, jež se jej týkají,“¹⁰⁰

f) „se vztahuje u výrobků, pro které má soutěžitel oprávnění užívat chráněné označení původu, vždy jenom na výrobky se stejným označením původu,“¹⁰¹

g) „nevede k nepoctivému těžení z dobré pověsti spjaté s ochrannou známkou soutěžitele, jeho firmou či jinými zvláštními označeními, která se pro něj stala příznačnými, anebo z dobré pověsti spjaté s označením původu konkurenčního zboží, a“¹⁰²

h) „nenabízí zboží nebo služby jako napodobení nebo reprodukci zboží nebo služeb označovaných ochrannou známkou nebo obchodním jménem nebo firmou.“¹⁰³

V odstavci 3 uvedeného ustanovení pak nalezneme informovanost spotřebitelů o různých akcích, jimiž se na dočasnou dobu mění prodejní podmínky, zejména pak ceny. Uvedené ustanovení zabraňuje klamání spotřebitelů. Ustanovení neupravuje jakých výprodejů se týká,

⁹⁶ § 50 odst. 2 pís.b) obchodního zákoníku

⁹⁷ § 50 odst. 2 písm. c) obchodního zákoníku

⁹⁸ § 50 odst. 2 písm. d) obchodního zákoníku

⁹⁹ MUNKOVÁ, J. In ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 96-97.

¹⁰⁰ Tamtéž, písm. e)

¹⁰¹ Tamtéž, písm.f)

¹⁰² Tamtéž, písm. g)

¹⁰³ Tamtéž, písm. h)

ale zakotvuje podmínku, aby bylo v takové reklamě uvedeno, kdy zvláštní nabídka začíná působit, za jakých podmínek končí.¹⁰⁴

Česká judikatura je ke srovnávací reklamě zdrženlivá, protože srovnávací reklama splňovala i znaky jiných skutkových podstat. Nejvyšší soud České republiky judikoval, že „nelze zakázati vůbec jakéhokoliv srovnání výrobků a zařízení soutěžitelských podniků, ježto jest možno, že za určitých okolností může dojít ke srovnání, jež by podle poměrů nebylo v rozporu s předpisy zákona proti nekalé soutěži. Příčí se dobrým mravům soutěže, obírá-li se někdo bez zvláštního popudu a nejsa k tomu nucen zvláštními okolnostmi případu poměry jiného podnikatele tak, že zasahuje rušivě do jeho zájmů a pokračuje-li v takovém jednání, i když byl na závadnost jeho upozorněn. Pro soutěžitele má již to samo o sobě býti dostatečným důvodem k tomu, aby od takového jednání upustil. To platí tím spíše, nejsou-li srovnávací projevy pravdivé. Závadnost údajů automobilové továrny v insertech a oznámeních, že železnice jsou dopravním prostředkem zastaralým, drahým a že se jízda v automobilu určité značky vyrovná v každém směru jízdě ve vlaku, zejména v první třídě vozové, nebo ji v každém směru předčí.“¹⁰⁵

5.2.8 Porušování obchodního tajemství

Ustanovení § 51 obchodního zákoníku zakotvuje uvedenou skutkovou podstatu. Předmětem ochrany je obchodní tajemství, jež může být využito v soutěži. Aby určitá věc byla předmětem ochrany, musí splňovat následující kritéria. Především musí být využitelná v soutěži a to musí osoba, která se domáhá ochrany dostatečně osvědčit. Toto vychází z rozsudku Vrchního soudu v Praze z roku 1967.¹⁰⁶

Uvedená skutková podstata má souvztažnost k § 17 obchodního zákoníku. Úprava obchodního tajemství uvedená v § 17 je v souladu s právem duševního vlastnictví a je přiřazena k průmyslovým právům.

Pro postih dle ustanovení § 51 obchodního zákoníku není podmínkou, aby v soutěži obchodní tajemství bylo využito, nebo aby bylo získáno za účelem využití. Soutěžící se musí o nekalosoutěžním jednání dozvědět na základě pracovního vztahu k soutěžiteli, v důsledku jiného vztahu k soutěžiteli, v rámci výkonu určité funkce, v důsledku vlastního nebo cizího jednání, které je v rozporu se zákonem.

¹⁰⁴ MUNKOVÁ, J. In ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 96-97.

¹⁰⁵ Rozhodnutí Nejvyššího soudu ČR sp. zn. 1850/37

¹⁰⁶ Rozhodnutí Vrchního soudu v Praze, R 3 Cmo 170/67

Postih dle § 51 předpokládá, že jednající obchodní tajemství třetí osobě neoprávněně sdělil, zpřístupnil, pro sebe nebo jiného využil. Zákon v tomto případě nepředpokládá úmysl, postačí nedbalost.¹⁰⁷

Obchodní tajemství není totožné s hospodářským tajemstvím, které je chráněno trestním zákonem.

U obchodního tajemství se jedná nejčastěji o technické předlohy, výkresy, modely, pracovní postupy. Podle judikatury sem můžeme zahrnout rovněž všechny údaje z nichž lze vyčíslit znalosti obchodu, zejména znalosti o finanční situaci, adresáře zákazníků, marketingové strategie, tedy skutečnosti, které nejsou běžně přístupné.

Ustanovení § 271 obchodního zákoníku navazuje na předpisy obchodního tajemství. Ustanovení zákona napomáhá čelit úniku informací při uzavírání smluv. Sankcí je náhrada škody, s uplatněním zdržovacích nároků citované ustanovení nepočítá.¹⁰⁸

5.2.9 Ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí

K ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí jako skutkové podstaty nekalé soutěže ve smyslu ustanovení § 52 obchodního zákoníku se vyžaduje celá řada podmínek. Především se postihuje jednání, jímž soutěžitel zkresluje podmínky hospodářské soutěže. Právem postihované jednání spočívá v tom, že soutěžitel provozuje výrobu, uvádí na trh výrobky, nebo provádí určité výkony ohrožující zájmy ochrany zdraví nebo životního prostředí.

Uvedené ustanovení zavedlo dva nové pojmy – zkreslení hospodářské soutěže a ohrožení zájmů na ochraně zdraví a životního prostředí.¹⁰⁹ Pojem „uvádět na trh výrobky nebo provádět výkony ohrožující zájmy ochrany zdraví nebo životního prostředí“ míří na škodlivou povahu samotných výrobků nebo výkonů.

V souladu s celkovou koncepcí práva nekalé soutěže je postihované jednání chápáno jako civilně ohrožovací delikt. Postačí pouhé ohrožení zájmů, ke skutečné újmě nemusí dojít. Aby došlo k porušení dle této skutkové podstaty, musí zde existovat předem určitá norma, která v zájmu ochrany zdraví či životního prostředí příkazuje nebo zakazuje určité jednání. Teprve porušení takové normy zakládá rozpor s ustanovením § 52 obchodního zákoníku. Aby mohl být uplatněn § 52 jako norma poskytující ochranu ohrožení soukromého zájmu, muselo

¹⁰⁷ KNAP, K.: Právní ochrana hospodářské soutěže. II. Praha. ABF. 1992. s. 28.

¹⁰⁸ MUNKOVÁ, J. In ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s.103.

¹⁰⁹ HAJN, P.: *Soutěžněprávní ochrana zdraví a životního prostředí*. Právní praxe v podnikání. 1994. č. 9. s. 1

by zde existovat rozhodnutí nebo alespoň zjištění příslušného orgánu o tom, že předmětem jednání byl porušen konkrétní zákon. Navíc by zde musel být spatřen úmysl, protože cílem jednajícího je získat pro sebe nebo pro jiného prospěch na úkor ostatních soutěžitelů nebo spotřebitelů.

K tomuto ustanovení nenalezneme žádný judikát, neboť se žádný soud k uvedenému ustanovení nevyjádřil. Ustanovení je koncipováno jako ohrožovací delikt, kdy postačuje objektivní zkreslení hospodářské soutěže, k porušení těchto zájmu nemusí prakticky dojít.¹¹⁰

V praxi se objevily případy, kdy reklama připisovala neoprávněně výrobkům či výkonům vlastnosti výhodné z hlediska zdraví a životního prostředí. V tomto případě byla naplněna skutková podstata klamavé reklamy dle § 45 obchodního zákoníku.¹¹¹

5.3. Právní úprava v EU

Když hovoříme o Evropské unii a právní úpravě, nebylo by vhodné nezmínit se o, tzv. Lisabonské smlouvě¹¹². Tato smlouva mění a částečně nahrazuje smlouvy předchozí. „Ruší“ také Evropské společenství, jako nástupce je stanovena Evropská unie, která tak získává právní způsobilost.¹¹³ Existenci Evropské unie dnes zajišťuje Smlouva o Evropské unii¹¹⁴ a Smlouva o fungování Evropské unie¹¹⁵.

Hospodářskou soutěž upravuje Smlouva o fungování EU, konkrétně v hlavě VII., avšak je třeba říci, že na rozdíl od jiných oblastí práva EU¹¹⁶ nedošla regulace hospodářské soutěže výraznějších změn. Ve Smlouvě jsou stanovena společná pravidla pro hospodářskou soutěž a pravidla pro sbližování právních předpisů v této oblasti. V těchto ustanoveních však nekalou soutěž nenalezneme. Jde totiž především o veřejnoprávní regulaci hospodářské soutěže v oblasti kartelových dohod a zneužití dominantního postavení.

¹¹⁰ MUNKOVÁ, J. In ŠTENGLOVÁ, I., PLÍVA, S., TOMSA, M. a kol. *Obchodní zákoník. Komentář*. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s.106.

¹¹¹ HAJN, P.: *Soutěžněprávní ochrana zdraví a životního prostředí*. Právní praxe v podnikání. 1994. č. 9. s. 1

¹¹² Lisabonská smlouva – pozměňující Smlouvu o Evropské unii a Smlouvu o založení Evropského společenství, podepsaná v Lisabonu dne 13. prosince 2007, Úřední věstník C 115, 09/05/2008 s. 1 – 0388 (Konsolidované znění) (dále jen „Lisabonská smlouva“ nebo jen „LS“)

¹¹³ Před platností Lisabonské smlouvy měla v mezinárodním, komunitárním a vnitrostátním právu právní subjektivitu jen Evropská společenství, ale Evropská unie ji neměla.

¹¹⁴ Konsolidované znění Smlouvy o Evropské unii, úřední věstník EU ze dne 9. 5. 2008, C 115/15 (dále jen „smlouva o EU“)

¹¹⁵ Konsolidované znění Smlouvy o fungování Evropské unie, úřední věstník EU ze dne 9. 5. 2008, C 115/47 (dále jen „smlouva o fungování EU“)

¹¹⁶ Velkými změnami prošla například oblast justiční spolupráce v trestních věcech.

Smlouvy neobsahují žádnou obdobu české právní úpravy nekalé soutěže a nenachází se v ní ani stručná regulace problematiky nekalé soutěže prostřednictvím generální klauzule.¹¹⁷ Práva proti nekalé soutěži se dotýkají především zákazy množstevních omezení dovozu a vývozu, jakož i veškerá opatření s rovnocenným účinkem (čl. 34 a 35 Smlouvy o fungování EU). Článek 36 téže smlouvy upravuje výjimky z těchto zákazů, jedná se např. o veřejnou mravnost. Důvody pro výjimky z uvedených zákazů mohou být shledávány, např. i v potřebě potírat nekalou soutěž.¹¹⁸ Zájem mezi volným pohybem zboží a uvedenými chráněnými hodnotami musí být vyvážen.

Právní úprava nekalé soutěže vychází z čl. 114 Smlouvy o fungování EU. Dává Evropskému parlamentu a Radě pravomoc přijímat opatření ke sblížení ustanovení právních a správních předpisů členských států, jejichž účelem je vytvoření fungujícího vnitřního trhu. Na základě článku 114 výše uvedené Smlouvy vznikly některé směrnice, které aktuálně upravují nekalou soutěž, jsou jimi např. směrnice o nekalých obchodních praktikách¹¹⁹, směrnice o klamavé a srovnávací reklamě¹²⁰ a směrnice o ochranných známkách¹²¹. Lze také jako další důležitou směrnici vztahující se k nekalé soutěži uvést směrnici o provozování televizního vysílání¹²², která však vznikla na základě čl. 53a.

V oblasti právní úpravy nekalé soutěže se v Evropské unii (jak uvádí T. Hülle¹²³) její vývoj posouvá od ochrany partikulární (např. směrnice č. 2006/114/ES) k plně unifikaci celé úpravy (směrnice č. 2005/29/ES). Právě směrnice o nekalých obchodních praktikách přinesla významné změny do oblasti nekalé soutěže. Tyto změny přinesla právě z toho důvodu, že se zabývá zásadně nekalými praktikami ve vztahu k spotřebitelům, a zároveň mění směrnici o

¹¹⁷ ONDREJOVÁ, Dana. Regulace reklamy v právu Evropských společenství. Část I. Právo a podnikání. 2005, č. 6, s. 27

¹¹⁸ ELIÁŠ, K., BEJČEK, J., HAJN, P. et al. Kurs obchodního práva. Obecná část. Soutěžní právo. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. s. 343

¹¹⁹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách podnikatelů vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady č. 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady č. 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách), (dále jen „směrnice č. 2005/29/ES“ nebo „směrnice o nekalých obchodních praktikách“)

¹²⁰ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. prosince 2006 a klamavé a srovnávací reklamě (kodifikované znění), (dále jen „směrnice č. 2006/114/ES“ nebo směrnice o klamavé a srovnávací reklamě“)

¹²¹ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/95/ES, kterou se sblíží právní předpisy členských států o ochranných známkách (kodifikované znění). (dále „směrnice o ochranných známkách“)

¹²² Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES ze dne 11. prosince 2007, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání. (dále „směrnice o provozování televizního vysílání“)

¹²³ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2007/65/ES ze dne 11. prosince 2007, kterou se mění směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání. (dále „směrnice o provozování televizního vysílání“)

klamavé a srovnávací reklamě tak, že nadále chrání pouze vztahy mezi obchodníky (tedy soutěžiteli). Toto směřování poukazuje na štěpení ochrany subjektů před nekalou soutěží.¹²⁴ Právo nekalé soutěže se tak rozděluje na dvě větve, jednak na rozlišování vztahů mezi obchodníky (tzv. B2B¹²⁵ vztahy), a jednak mezi obchodníky a spotřebiteli (tzv. B2C¹²⁶ vztahy). Tyto rozdíly jsou však poměrně relativní, protože směrnice č. 2005/29/ES v 8. důvodovém bodě zároveň stanoví, že kromě přímé ochrany ekonomických zájmů spotřebitelů, chrání také nepřímo obchodníky před těmi soutěžiteli, kteří nedodržují pravidla této směrnice, a tím zaručuje korektní hospodářskou soutěž.

5.4. Právní povaha směrnice

Směrnice je sekundárním právním aktem unijního práva závazný pro každý určený stát co do výsledku, jehož má být dosaženo. Přičemž vnitrostátním orgánům je ponechána možnost volby formy a prostředků (čl. 288 smlouvy o fungování EU). Směrnice tedy zavazuje jen ten členský stát, vůči kterému její působení směřuje. Může být zaměřena jen na jeden členský stát, ale i na větší množství či přímo na všechny členské státy najednou. Směrnice ve většině případů stanoví dobu, ve které má být transponována do právních předpisů členských států. U nás je její průběh takový, že je do příslušného právního předpisu vložen odkaz na tu konkrétní směrnici.

Směrnice má zavazovat pouze členské státy, nikoliv jednotlivce, neměla by mít na jednotlivce přímý účinek. Nicméně Evropský soudní dvůr svou svou dlouhodobou judikaturou zaujal stanovisko jiné. A právě tento vývoj judikatury shrnul V. Týč¹²⁷ tak, že přímý účinek může mít pouze taková směrnice, která obsahuje ustanovení natolik podrobná a jednoznačná, že z ní můžeme vyčíst práva jednotlivce, nevyžaduje zvláštní opatření členského státu a lhůta k transpozici směrnice již uplynula. Přímý účinek u směrnice však může být jedině vertikální, tedy ve směru od jednotlivce ke státu, protože směrnice sama o sobě nemůže

¹²⁴ HÜLLE, Tomáš. Co nového nám přináší směrnice 2005/29/ES*1+ o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu do úpravy nekalé soutěže v ČR? (iPravnik online). Poslední změna 28. Května 2008. Ácit. 2010-03-03]. Dostupné z: http://www.ipravnik.cz/cz/clanky/art_5134/co-noveho-nam-prinasi-smernice-2005-29-es-1-o-nekalych-obchodnich-praktikach-vuci-spotrebitelum-na-vnitrim-trhu-do-upravy-nekale-souteze-v-cr.aspx

¹²⁵ customer-to-business

¹²⁶ Business-to-consumer

¹²⁷ TÝČ, V. Základy Evropského práva pro ekonomy. 5.vyd. Praha: Linde, 2006. s. 98

ukládat jednotlivcům povinnosti. Přímý účinek tak může uplatnit pouze jednatlivec vůči státu.¹²⁸

Pokud je směrnice do právního řádu daného členského státu včas přenesena, má tento stát závazek vyplývající ze směrnice splněn. Zůstane mu už „jen“ povinnost vykládat své právo v souladu s tou směrnicí. Avšak v momentě, kdy směrnice není transponována do právního řádu členského státu včas, vůbec, nebo transponována je, avšak špatným způsobem, má tento stát povinnost vykládat národní právo v souladu se směrnicí. V takovém případě hovoříme o zásadě nepřímého účinku směrnic. Toto vychází z rozhodnutí Soudního dvora EU ve věci Von Colson.¹²⁹

5.5. Soudní dvůr Evropské unie

Soudní dvůr Evropské unie se skládá ze Soudního dvora, Tribunálu a Soudu veřejné služby. Posláním Soudního dvora EU je zajišťovat dodržování práva při výkladu a provádění smluv (čl. 19 smlouvy o EU). V rámci tohoto svého poslání přezkoumává legalitu aktů orgánů Evropské unie, dbá o dodržování povinností členských států vyplývajících ze Smluv a vykládá právo Unie v případě žádosti vnitrostátních soudů.

Soud veřejné služby se specializuje na spory mezi Evropskou unií a jejími zaměstnanci, popř. spory mezi orgánem či institucí a jejich personálem. Tribunál rozhoduje např. o přímých žalobách podaných proti aktům orgánů a institucí Evropské unie, nebo o odvoláních proti rozhodnutím Úřadu pro harmonizaci na vnitřním trhu (OHIM) ve věcech ochranných známek.¹³⁰

Soudní dvůr je složen celkem z 27 soudců a 8 generálních advokátů (dále “GA“). Z každého státu je jmenován jeden soudce.¹³¹ V čl. 253 a 254 Smlouvy o fungování EU jsou stanoveny podmínky na osobu soudce a advokáta. Mohou jimi být pouze osoby se zárukou nezávislosti, které splňují požadavky na výkon vysokých soudních funkcí, případně jsou ve svém státě uznávanými znalci práva. Na jejich jmenování se musí dohodnout všechny členské

¹²⁸ TÝČ, V. Základy Evropského práva pro ekonomy. 5.vyd. Praha: Linde, 2006. s. 98

¹²⁹ Rozsudek ESD ze dne 10. dubna 1984 ve věci 14/83, Von Colson and Kamann v. Land Nordrhein – Westfalen

¹³⁰ Soudní dvůr Evropské unie: prezentace online. Ácit. 2010-02-19+. Dostupné z: http://curia.europa.eu/jcms/jcms/Jo2_7024/

¹³¹ Soudní dvůr Evropské unie: prezentace online. Ácit. 2010-02-19+. Dostupné z: http://curia.europa.eu/jcms/jcms/Jo2_7024/

státy. Soudce též nesmí vykonávat žádnou jinou politickou či administrativní činnost, ať placenou nebo neplacenou, po dobu výkonu své funkce.¹³² Výjimkou však může být, např. pedagogická činnost.

K výkonu své pravomoci disponuje Soudní dvůr několika typy řízení. Prvním je řízení prejudiciální, nebo též řízení o předběžné otázce (čl. 260 smlouvy o fungování EU), otázky se týkají výkladu smluv či výkladu a platnosti aktů přijatých orgány Unie. V případě, že takováto otázka vyvstane v řízení před vnitrostátním soudem členského státu (např. správně vyložit určitý článek směrnice), má tento soud možnost obrátit se s příslušným dotazem na Soudní dvůr, ale není to jeho povinnost. Pouze v případě, že by šlo o soud poslední instance, jehož rozhodnutí již nelze napadnout opravnými prostředky, má tento soud povinnost předběžnou otázku Soudnímu dvoru předložit.¹³³ Soudní dvůr odpovídá rozsudkem nebo také odůvodněným usnesením. Výklad práva uvedený v tom daném rozhodnutí je pro vnitrostátní soud závazný v té konkrétní věci, které se týká. Avšak rozsudek také zavazuje i ostatní vnitrostátní soudy, které projednávají stejnou otázku. Tímto řízením zajišťuje Soudní dvůr jednotnou aplikaci právních předpisů Unie a brání tak rozdílnému výkladu evropského práva.

Další formou řízení před Soudním dvorem je žaloba pro nesplnění povinnosti (článek 258 – 260 smlouvy o fungování EU), kterou s členským státem zahájí komise popř. jiný členský stát v případě, že žalovaný stát neplní své povinnosti vyplývající z unijního práva.¹³⁴ Tomuto řízení předchází řízení předběžné. Předběžné řízení se odehrává před komisí, kdy členský stát odpovídá na výtky komise.

Dále žaloba na neplatnost aktu (čl. 263 a 264 smlouvy o fungování EU) nebo na nečinnost orgánu, instituce nebo jiného subjektu Unie (čl. 265 smlouvy o fungování EU).

Soudní dvůr slouží také jako odvolací soud proti kasačním žalobám na rozhodnutí Tribunálu. Ve výjimečných případech může Soudní dvůr rozhodovat o přezkumu rozhodnutí Tribunálu, ve kterých rozhodoval jako odvolací soud pro Soud pro veřejnou službu.

Nejčastějším důvodem pro vydání rozhodnutí je v judikatuře Soudního dvora EU, o které zde pojednávám, řízení o předběžné otázce. Podle mého názoru je toto řízení zdrojem největšího množství zásad a principů práva Evropské unie. V souvislosti s právem

¹³² TÝČ, V. Základy Evropského práva pro ekonomy. 5.vyd. Praha: Linde, 2006. s. 51

¹³³ TÝČ, V.: Opravným prostředkem se myslí řádný resp. mimořádný opravný prostředek, jehož podání je v dispozici strany. V České republice by tedy šlo o soudy krajské, Nejvyšší soud a Nejvyšší správní soud.

¹³⁴ Například pokud členský stát neprovede včas směrnici.

hospodářské soutěže však P. Hajn¹³⁵ nabádá, abychom nezapomněli na existenci tzv. zlatého pravidla soutěžního práva, podle kterého záleží vše na konkrétních okolnostech jednotlivých konkrétních případů.

¹³⁵ HAJN, Petr. Hledá se paradigma pro evropské právo proti nekalé soutěži In Hurdík, J., Fiala, J. Východiska a trendy českého práva po vstupu České republiky do Evropské unie : sborník příspěvků z konference pořádané právnickou fakultou Masarykovy univerzity v Brně dne 5. 10. 2005. Brno : Masarykova univerzita, 2005. s. 122

6. Právní úprava nekalé soutěže v EU

6.1 Požadavky práva Evropské unie, sjednocování s právem členských států:

Oblast soutěžního práva je regulována komunitárním právem, a to dvěma následujícími směry: jednak se zaměřuje na ochranu hospodářské soutěže samotné, jednak se zaměřuje na ochranu spotřebitele (např. výslovná regulace některých nekalosoutěžních praktik). Právo na ochranu proti nekalé soutěži jako takové není ucelenou právní úpravou komunitárního práva regulováno (na rozdíl od práva regulujícího hospodářskou soutěž). Důvodem je zde rozmanitost jednotlivých úprav u jednotlivých členských států, a to ať už formou právních norem či regulací skutečného nekalosoutěžního chování v jednotlivých zemích, které je závislé na dalších společenských faktorech. V této oblasti je sjednocovacím prvkem je Pařížská úmluva¹³⁶, čl. 10*bis* (v těchto třech odstavcích je vymezena nekalá soutěž a je zde vyhrazeno právo příslušníků Unie na účinnou ochranu proti ní). Komunitární právo se tak zaměřuje na vybudování důkladné ochrany práv soutěžitelů (a to cestou úpravy práva hospodářské soutěže) i ochrany práv jednotlivých spotřebitelů (resp. dalších účastníků trhu). Vymezuje tímto způsobem prostor, ve kterém se soutěžitelé pohybují a vymezují vůči sobě navzájem, a všichni vůči spotřebitelům.

6.2. Evropská politika hospodářské soutěže¹³⁷

Cílem evropské politiky hospodářské soutěže je vytvoření funkčního trhu v rámci režimu hospodářské soutěže ve prospěch evropských spotřebitelů a dalších účastníků trhu. Jako účinné nástroje jsou užívána tzv. antimonopolní pravidla uvedená v čl. 81 a 82 Smlouvy o Evropských společenstvích (dále jen SES), kontrola spojování a kontrola státní podpory. Těmito nástroji reguluje Evropská unie oblasti finančních služeb, energetiky, elektronických komunikací, informačních technologií, sdělovacích prostředků, dopravy a služeb poštovních.

6.3. Evropská spotřebitelská politika

V dubnu roku 1975 přijala Evropská komise strategický dokument, Předběžný program EHS (Evropského hospodářského společenství) o ochraně spotřebitele a informační

¹³⁶ Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví ze dne 20. března 1883, revidovaná v Bruselu dne 14.12.1900, ve Washingtonu dne 2.6.1911, v Haagu dne 6.11.1925, v Londýně dne 2.6.1934, v Lisabonu dne 31.10.1958 a ve Stockholmu dne 14.7.1967, ve znění vyhlášky č. 81/1985 Sb.

¹³⁷ Zpráva komise: Zpráva o politice hospodářské soutěže 2006, SEK/2007(0860)/, z 25. června 2007

politice¹³⁸. Tento dokument obsahoval pět základních práv spotřebitelů (ochranu zdraví a bezpečnosti, ochranu ekonomických zájmů, náhradu škody, informace a vzdělávání a zastoupení). A právě v návaznosti na tato práva reguluje komunitární právo např. výrobu potravin či léčiv (ochrana zdraví a bezpečnosti), nepřiměřené smluvní podmínky (ochrana ekonomických zájmů) apod. Předběžný program byl poté následován dalšími strategickými dokumenty, které na něj navazují a jsou zpracovávány dodnes.

Poprvé byl v primárním právu pojem „spotřebitel“ zakotven v rámci Jednotného evropského aktu¹³⁹. Článek 95 obsahuje zmocnění Evropské komise navrhnout opatření na ochranu spotřebitelů. Jako samostatná politika byla ochrana spotřebitele definována až v rámci Maastrichtské smlouvy, která v čl. 153 obsahuje základní ustanovení této oblasti, které říká „Společenství musí přispívat k posilování ochrany spotřebitele“.

Dalším významným dokumentem je dále také Strategie spotřebitelské politiky EU 2007 – 2013 (březen 2007). V rámci této strategie jsou formulovány tyto cíle: posílit postavení spotřebitelů v Evropské unii, zvýšit blahobyt spotřebitelů (a to z hlediska cen, výběru, kvality, dostupnosti, různorodosti a bezpečnosti) a účinně chránit spotřebitele před hrozbami a riziky, s nimiž si sami neporadí. S ohledem k těmto výše uvedeným stanoveným cílům jsou určeny i priority s uvedením konkrétních opatření, jedná se, např. o zlepšení kontroly spotřebitelských trhů a vnitrostátních spotřebitelských politik, zlepšení právních předpisů v oblasti ochrany spotřebitele, zlepšení vymahatelnosti předpisů a domáhání se práv, zlepšení informovanosti spotřebitelů apod.

6.4. Evropská právní regulace – Směrnice č. 2005/29/ES, o nekalých praktikách¹⁴⁰

Tato směrnice byla přijata v květnu roku 2005. Jejím cílem je ochrana spotřebitelů na vnitřním trhu Evropské unie a posílení jeho důvěryhodnosti. Je zaměřena především na

¹³⁸ Knoblochová V., Strategie spotřebitelské politiky na unijní úrovni. Ministerstvo průmyslu a obchodu. Publikováno 25.5.2007. Dostupné na www.mpo.cz/dokument3287.html

¹³⁹ Jednotný evropský akt, účinný od 1.7.1987, rozšiřuje a doplňuje tzv. Římské smlouvy (tj. smlouvy o zřízení Evropského hospodářského společenství a Evropského společenství pro atomovou energii).

¹⁴⁰ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005, o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých praktikách)

klamavou reklamu a na agresivní obchodní praktiky. Rozšiřuje, např. výčet médií, která jsou využívána v rámci reklamních praktik, i o internet, zakazuje, tzv. vábivou reklamu atp. A právě takovéto výslovné uvedení nekalých obchodních praktik na tzv. „černé listině“, která je součástí textu této směrnice, je pomocí pro jednotný výklad v rámci jednotlivých právních úprav členských zemí Evropské Unie.

7. Právní úprava nekalé soutěže ve Španělsku

7.1. Úvod do právní úpravy nekalé soutěže ve Španělsku¹⁴¹

Až do nedávné doby byla nekalá soutěž vymezena v různých zákonech na jedné straně, zákon č. 3/91, o nekalé soutěži, a jednak zákon 34/1988 obecné reklamy, které způsobovaly zmatek, do té míry, že je reklama v rozporu se zákonem nebo je nespravedlivé šířit reklamu a medializovat reklamu, která je protiprávní a nespravedlivá. Důsledek tohoto překryvu v definici materiální stránky a věcné stránky byl procedurální zmatek a lehká zaměnitelnost, pokud jde o opatření vymahatelná.

Novodobý zákon 29/2009 ze dne 30. prosince, kterým se mění právo nekalé soutěže a reklamy na zlepšení ochrany spotřebitelé a soutěžitele. Účelem tohoto zákona je zavést řád v této věci, který se aplikuje zcela nad zákon, ale přináší dvě důležité modifikace.

Důvodem pro tuto reformu je nejen sjednotit zákonný režim reklamy a nekalé soutěže, ale také jak uvedla v návrhu vláda, motivem tohoto zákona 29/09 je začlenit do španělského práva směrnici 2005/29/ES. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách podnikatelů vůči spotřebitelům na vnitřním trhu.

A konečně, jak tomu z pravidla bývá v takových situacích, byla narychlo změněna pravidla, která vstoupila v platnost před třemi lety, v revidovaném znění obecného zákona na obranu spotřebitelů a uživatelů a další doplňující zákony, schváleného královskou vyhláškou 1/2007 ze dne 16. listopadu, a legislativa byla neefektivní. Díky Legislativním úpravám od jeho přijetí až do současnosti dostává novou podobu zákona č. 7/1996 ze dne 15. ledna o maloobchodu.

Výsledkem je zákon s všeobecně kladně přijímaným, i když s některými významnými nedostatky. Zvláště pozoruhodné je, že naléhavost přizpůsobit vnitrostátní právní předpisy EU o nekalé soutěži a reklamě, po značných průtazích se urychlil. Schválením nového zákona ve Španělsku, který přináší revoluci ve stávajících právních předpisech s významným vývojem směrem k ochraně zájmů spotřebitelů.

¹⁴¹ Anxo Tato, Pablo Fernández, Cristian Herra. La Reforma de la Ley de Competencia Desleal. La Ley, 2010

7.2 Nekalá soutěž ve Španělsku¹⁴²

V oblasti smluvního práva byla vždy zásada dobré víry jako princip základního chování, které strany musejí dodržovat. Ve článku 57 C.c.¹⁴³ stanovuje, že obchodní smlouvy jsou uzavírány a plněny v dobré víře podle článku 1258 C.c.¹⁴⁴ stanoví, že strany jsou nejen povinny dodržet smluvená ustanovení, ale také nést všechny důsledky, které ze své podstaty, v souladu s dobrou vírou ze smlouvy vyplívají. Jedná se o tradiční zásady pro činnost v rámci smluvního vztahu.

Existují podobné zásady pro chování na trzích a pro vztahy mezi soutěžiteli jsou principy spravedlivé hospodářské soutěže, zakotvena historicky v článku 10 bis Pařížské úmluvy (stejně jako i v případě ochranné známky a patentů) a nyní Ley de Competencia Desleal (dále jen LCD) z roku 1991, v platném znění novelizovaný zákonem 29/09. Rozvoj tržního hospodářství vyžaduje nejen existenci účinné hospodářské soutěže, ale i nutnou komerční kontrolu trhu kde se vyvíjí v několika kanálech řádného obchodu a "fair play".

LCD má některé podobnosti, ale také významné rozdíly s Ley de Defensa de la Competencia (dále jen LDC). Vezmeme-li v potaz zájmy chráněné antimonopolními úřady byla efektivní hospodářská soutěž na trhu, hospodářské cíle obecně. V popředí práva hospodářské soutěže byly správní sankce, tj. normy, které umožní orgánům státu či Evropského společenství ukládat pokuty pro společnosti, jež porušují, zneužívají své postavení dominantní nebo zaměření. (ujednané nekalé praktiky jsou nulitní).

LCD, ale chrání jiný zájem: společnost, která působí na trhu, a má legitimní právo aby se ostatní konkurenti chovali spravedlivým způsobem. Nekalá soutěž je v podstatě zákon soukromoprávního charakteru (jako jsou C.Com¹⁴⁵ týden nebo CC¹⁴⁶), který opravňuje správní orgány k ukládání sankcí, ale umožňuje dotčenému subjektu obrátit se na civilní soud a požádat soudní dvůr, aby zakázal nekalou konkurenci, aby subjekt nepokračoval v jednání a nařídil mu náhradu škody, kterou způsobil.

¹⁴² Darnaculleta Gardella, Mercé. LA COMPETENCIA DESLEAL. Portal Derecho S.A, 2007. Str 60-80

¹⁴³ Code civil

¹⁴⁴ Civil Code

¹⁴⁵ Code comercial

¹⁴⁶ Civil Code

Z výše uvedeného je patrné dělení na úrovni evropského práva. Antimonopolní a další právo nekalé soutěže je v podstatě veřejnoprávní. Správní sankce další úprava je soukromoprávní. Nicméně španělský zákonodárce implementoval v roce 1999 během reformy nový vztah. Podle článku 3 LDC, CNC¹⁴⁷ může uložit sankce za nekalosoutěžní jednání (jak je definováno v LCD), pokud to nekalosoutěžní jednání vážně naruší podmínky konkurence na trhu a má vliv na veřejný zájem.

Profesionální model proti sociálnímu modelu: Pro potlačení nekalé soutěže zákonodárci, v první polovině dvacátého století začala být na základě, tzv. "Profesionálního modelu" kdy nekalá soutěž byla vymezena generální klauzulí, hlavním parametrem pro posouzení vzniku nežádoucího stavu bylo že nastalý stav je v rozporu "s obchodními zvyklostmi a oprávněností." Podle toho to modelu se řídilo posuzování nekalosoutěžního jednání až do přijetí nového kodexu.

Od druhé poloviny dvacátého století byl aplikován ve společnosti, tzv. "sociální model" o nekalé soutěži. Tento Model vidí represivní pravidla nekalé soutěže jako vztahy na vymezeném trhu, které chrání jak zájmy soutěžitelů, tak i spotřebitele a vlastní veřejný zájem, aby byl zachován Konkurenční nezkráslený vztah. O tomto modelu pojednává zákon č. 3/1991 Nekalá soutěž ("LCD"). Článek 1 LCD (v platném znění) uvádí, že Účelem zákona je "ochrana hospodářské soutěže v zájmu všech, kteří účastníky trhu, a za tímto účelem zakazuje činy unfair soutěže, nezákonné reklamy včetně podmínek všeobecného reklamního zákona. "

A) Právní úprava nekalé soutěže ve španělském právu.

Základním zákonem je LCD, ale zůstává v platnosti článek. 10 bis Pařížské úmluvy (CPU) z 20. března 1983 na ochranu průmyslového vlastnictví (revize Stockholmu, 1967).

Článek 10 bis stanoví, že "nekalá soutěž je nějaký čin v rámci soutěže v rozporu s dobrými zvyklostmi v průmyslu nebo v obchodě." (Všimněte si, že odkazuje na "profesionální model"). CUP, jako i práva z něho plynoucí, by se nemělo týkat nekalosoutěžních deliktů mezi dvěma španělskými podnikateli. Rozsah úpravy nekalé soutěže v CUP se týká sporů, ve kterých vystupují jako subjekty zahraniční společnosti - ale protože toto nekalosoutěžní jednání upravuje také LCD a regulace tohoto zákona je mnohem důkladnější, článek 10 CUP zůstává v pozici programové zásady.

¹⁴⁷ Centro Nacional de computacion

LCD představuje chvályhodnou snahu o ucelenou právní úpravu této problematiky. I když to není v naprostém souladu podle směrnice komunitárního práva, změna dána zákonem 29/09 je proto bere v potaz. Zákon nevyhnutelně s sebou nese pro španělské právo nové právní pojmy, tuto problematiku řeší v souladu s LDC, a poukazuje že až soudní nález je určující v daném případě, tím je dána volnost pro zohlednění požadavků stran.

LCD zakazuje jednání nekalé soutěže, které naplní dva požadavky:

- Došlo k porušení na trhu, tzn. jsou události s vnějším významem;
- Chcete-li být provedena za účely snížení konkurence schopnosti, což znamená, že zákon se snaží podporovat nebo zajišťovat stejné podmínky pro všechny subjekty, zúčastněné na trhu.

Subjektivní oblast: LCD platí pro všechny majitele podniků, odborníky a všechny fyzické nebo právnické osoby, které působí na trhu [článek. 3]. Použije se, tedy nejen pro podniky, ale také pro odborníky, zemědělce, atd.. Článek 3 odst.2. Očekává se, že LCD bude aplikovatelné i pokud neexistuje konkurenční vztah mezi aktivním subjektem a pasivním subjektem v nekalé soutěži. Pokud tedy společnost prodává produkt, který napodobuje konkurenční produkty. Spotřebitelé, kteří jsou poškozeni nekalosoutěžním jednáním na trhu (a ne jen konkurent jehož produkt byl napodoben) se mohou domoci svého práva. Všimněte si, proto změna z "profesionálního modelu" na "sociální model" který v sobě má zabudovaný LCD.

Územní působnost: není zde podstatné, jestli se nekalosoutěžní delikty odehrály jen na území trhu Španělska nebo jestli porušovatel byl španělského původu.

B) Klasifikace aktů nekalé soutěže ve španělském právu.

Zákon obsahuje velké množství norem vymezených jako nekalosoutěžních. Obecně platí, že tyto články obsahují zakázané chování (např. očeňování konkurenta). Ale LDC také definuje řadu akcí, které jsou údajně zákonné (Např. napodobování cizích výrobků, cenová a produktová diskriminace, nebo svoboda ceny).

Předchozí znění LCD vytvořilo jednoduché obecné ustanovení (staré znění : článek 5.) " považuje se za nespravedlivé jednání, které je objektivně v rozporu požadavkem dobré víry", a výčet nekalosoutěžních úkonů. Ve znění pozměněné zákonem 29/09, obecný prvek zůstává (čl. 4.1, odst. 1), avšak dodává komplexní a rozsáhlé články o zvláštních skutkových

podstatách. Zde však nastává kolize výkladu, zda se jedná o delikt či nikoliv, jelikož daný výčet v určitých případech nekalou soutěž „povolil“ i když dané zvláštní skutkové podstaty jsou v rozporu s požadavkem dobré víry. Zde se nechal prostor pro posouzení soudu ohledně profesionální stránky subjektů a jejich zkušeností na trhu. Toto je definováno ve třetím odstavci této první části, pod kterým je třeba rozumět "Ekonomické chování" (čl. 5.1, 3 LCD). Dále přidává druhý odstavec, podle kterého by mělo být provedeno hodnocení, aby byl zjištěn "průměrný spotřebitel". Tento pojem je jedním z nejpozoruhodnějších přírůstků do španělského práva nekalé soutěže 29/09, a pravděpodobně ten, který způsobil největší výkladový konflikt. 3. odstavec se vztahuje na skupiny "zvláštní" spotřebitele.

Důvodem pro tento legislativní postup (obecná +zvláštní skutkové podstaty + "zvláštní" spotřebitel) je vzhledem k potřebě zajistit právní jistotu při aplikaci zákazu: Obecná zásada takové abstrakce (ve skutečnosti je tautologie), která znemožňuje určit jejich konkrétní očekávaný obsah rozsáhlé vyvíjející se judikatury. Tento zákon však výslovně stanoví hlavní delikty nekalé soutěže: Akty záměny, klamání, agresivní jednání, dávání dáreků, očerňování, imitace, parazitování na pověsti, porušení důvěrnosti, pobídka k porušení smlouvy, diskriminace a prodeje pod cenou.

Konkrétní regulované chování je možné jej systematizovat takto:

- jednání zahrnující neoprávněné využití konkurenta: Jak je uvedeno v literatuře existuje zvláštní úprava ochranných známek, patentů, průmyslových vzorů, které chrání některé znaky, vynálezy a postupy zaměstnavatele, pokud se zaregistrují ve veřejném registru k tomu určeném. Nicméně, tato ochrana není dostatečná a v praxi jsou často případy, kdy soutěžící bere výhodu neoprávněně z úspěchů druhých. To může podle Španělského práva spadat pod nekalou soutěž, pokud vyvolává zmatek, provádí úskočné akty, akty z imitace nebo parazitování na pověsti.

Úkony podvodu: které mohou spotřebitele uvést v omyl, jsou definovány v článku 5. Tento článek je nejvíce aplikovatelný v případě kolize se zákon 34/1988 Generální Reklama ("LGP¹⁴⁸"), který ukládá pokutu za nelegální reklamu, v případě že je spotřebitel uveden v omyl.

Akty zmatku o činnosti, výkonnosti nebo země původu jsou definovány v článku 6 LCD. Tam, kde se imitují loga, obaly, uniformy, displeje, brožury, plakáty, slogany

¹⁴⁸ General de Publicidad

konkurenta, ale stačí vytvořit riziko, že spotřebitelé si spojují produkt původní produktem či podnikem.

Klamavá opomenutí jsou součástí článku. 7, který uvádí, že považuje za nezákonné opomenutí nebo zatajení informací nezbytných pro subjekty, za účelem ovlivnění jejich ekonomického rozhodnutí či za účelem změny chování subjektů a to vše vědomě. Dále se považuje za nekalosoutěžní delikt, pokud poskytnuté informace jsou nejasné, nesrozumitelné, nejsou nabízeny v pravý čas, nebo nejsou zveřejněny za obchodním účelem v praxi, pokud to nevyplývá z kontextu.

Mezitím článek 8. ukazuje radikální novinku ve Španělském právu konkurenčních neloajálnost, který je regulací agresivních praktik, posouzení takové chování, které s ohledem na jeho vlastnosti a okolnosti, které mohou být různé intenzity a to , obtěžování, donucování, včetně použití síly, nebo nepatřičné ovlivňování svobody volby nebo chování příjemce v ve vztahu k výrobku nebo služby, a proto ovlivňuje nebo může ovlivnit jejich ekonomické chování.

Ve věci napodobování: LCD i za předpokladu, že napodobení produktu či postupu, je zdarma je považováno toto jednání za protiprávní a však přípustné [článek. 11]. Pokud se nejedná o napodobování, která (1) porušují výlučná práva udělená podle zákona (např. patenty), (2) vyvolává nebezpečí záměny pro subjekty, (3) bylo-li zneužito úsilí ostatních nebo 4) představuje parazitní soutěž [viz Čl. LCD 11,3].

Úkony spojené s využíváním pověsti druhých, jsou zejména ty, v rozlišovací schopnosti značky používané jiné nebo nepravdivé označení původu (v mnoha těchto případech také může použít práva ochranné známky), nebo použít Termín "typ", "systém" nebo podobné (např. typ Tequilla, Mezkal).

nepravdivé informace o soutěžícím: Tato kategorie zahrnuje činy očeřování, které podkopávají kredit třetích subjektů na trhu, pokud nejsou přesné, pravdivé a relevantní [článek. 9] a činy srovnání, pokud nejsou ověřitelné testem, vztahující se k podobným aspektům a je relevantní a není klamavá, nebo pomlouvačné [článek. 10]. Ve znění uvedeném zákonem 29/09 stanoví, že za předpokladu když je srovnání provedeno prostřednictvím mediální reklamy, tento článek obsahuje úpravu srovnávací reklamy, v tom případě vstoupí také ke slovu článek. 6 LGP, který stanoví, kdy srovnávací reklama je nespravedlivá a ne ní tak v rozporu se zákonem a dobrými mravy (které jsou podrobněji popsány v další otázce).

hospodářská závislost: provoz společností s vyšším ekonomickým výkonem, hospodářská závislost svých zákazníků (kupující), nebo dodavatelů (prodejci, odběratelé) nemají alternativu k jejich činnosti, mohou také vést k nekalé soutěži. (Např., dodavatel dílů pro vozy, které prodává pouze velký výrobce) [§ LCD 16,2]. Zákon také říká, že je nespravedlivé přerušení obchodního vztahů, bez oznámení šest měsíců předem, není-li závažným způsobem přerušeno nebo zprostředkovaně přerušeno vyšší mocí [článek. 16,3 k LCD], a dokonce i pouhá hrozba přerušování vztahů, k dosažení lepších obchodních podmínek [článek. 16.3 b)]. Je nutno zmínit že tyto praktiky představují činnost, zneužívání dominantního postavení a může být sankcionováno podle TDC.

nepravidelné operace: do této kategorie můžeme zahrnout dumping nebo ztráta prodeje, diskriminace spotřebitele a rozdávat dárků či jiné odměny.

LCD začíná zavedením zásady, že obchodník může nastavit libovolně ceny, za které chcete prodávat své zboží a produkty [umění. LCD 17,1 a 13 LOCM, které stanoví výjimky z tohoto obecného principu]. Proto, aby během prodeje došlo k porušení norem nekalé soutěže je vyžadováno naplnění jednoho z níže uvedených požadavků: (1), kterým je uvést spotřebitele v omyl o stávající cenové hladině nebo vlastnictví (2) snaha zdiskreditovat cizí podnik (3), nebo je součástí strategie pro odstranění konkurenci.

Obecným principem LDC je realizace obchodního styku za účelem zisku, proto přijetí ztrátového prodeje vyvolává otázky. Pokud se nejedná o konkurence schopnost. Pokud obchodník prodává se ztrátou je zde regulace LCD, ale regulace LCD se překrývá s mnohem přísnějším LOCM [článek. 14]. Prodej je v takovém případě nezákonný a ztráty oprávněné, pokud:

- Jedná se o prodej nebo likvidace bilancí;
- Nebo pokus dosáhnout maloobchodní ceny svých konkurentů (např. obchod s potravinami, který prodává ztrátově ve snaze konkurovat se supermarketem). (jedná se o jeden z výkladů článku 14 LOCM, jehož odkaz na LCD nesmírně zmaten).

Diskriminace spotřebitelů v cenových podmínkách představuje také nekalosoutěžní akt, i když obchodník nemá dominantní postavení na trhu [článek. 16.1 LCD, nezapomínejme, že v souladu s LDC diskriminační zacházení je zakázáno ve vztahu ke spotřebitelům i na jiné soutěžitele, pokud máte dominantní postavení na trhu]

Zveřejnění nebo použití obchodního tajemství [článek. 13]. Podnikatel vymyslí produkt, na který může získat kompletní právní ochranu a žádá o patent. Vynálezy nepatentované jsou ve veřejné doméně. Nicméně, LCD trestá, když tento druh "know how" je získán neoprávněně (vynálezce uděluje licence, výměnou za poplatek, a to je zveřejněno), nebo získán prostřednictvím průmyslové špionáže.

Porušení právních předpisů, vždy dává soutěžitelům významnou výhodu, představuje nekalou soutěž [článek. LCD 15]. (Takže si může nárokovat náhradu proti konkurentovi, který nesplňuje jejich pracovních závazky nebo sociálním zabezpečení). Zejména LCD umožňuje nárokovat náhradu před zbývajícími konkurenty, zabývá se kartely nebo zneužití dominantního postavení. (Připomeňme, že na základě LDC, může poškozený hlásit nekalosoutěžní kroky před SDC a TDC, Článek 15 LCD otevírá možnost žádat přímo u civilních soudů proti soutěžiteli, který poškozuje).

Indukce je také unfair vůči pracovníkům, dodavatelům, zákazníkům a dalších nucených k porušování smluvních povinností, které byly prováděné s konkurencí [článek. 14].

obchodní praktiky se spotřebiteli nebo uživateli: jako jeden z nejvýznamnějších vývoje ve znění LCD přiznává zákon 29/09 je subjektivní rozdíl trestných činů, tedy v reakci na které "poškozený" nekalou obchodní praktikou, směr v různých kategoriích pro rozlišení podnikatelů a odborníků a spotřebitelů.

To vedlo k začlenění nové kategorie nelegální nekalé soutěže v dané sbírce v nové kapitole III, který obsahuje katalog nových typů:

- Nekalé obchodní praktiky se spotřebiteli (§ 19),
- Podvodné praktiky zmatku se spotřebiteli (§ 20),
- Klamavé praktiky kodex chování nebo jiných rozlišovacích znaků kvalita (§ 21),
- Volaví postupy a klamavé obchodní praktiky (§ 22),
- Podvodné praktiky na povahu a vlastnosti zboží nebo služeb, dostupnost a prodejně služby (§ 23),
- Pyramid prodejní praktiky (článek 24),
- Zmatenost klamavé praktiky (článek 25),

- Skryté obchodní praktiky (§ 26),
- Další podvodné praktiky (článek 27),
- Agresivní praktiky nátlaku (§ 28),
- Obtěžování agresivní praktiky (článek 29),
- Agresivní praktiky týkající se dětí (§ 30), a
- Další agresivní praktiky (článek 31).

C) kroky proti nekalosoutěžnímu jednání ve Španělském právu.

Zákonodárce LCD si byl plně vědom, že nic by nemělo vynikající standard, proto poškozeným byla dána silná procesní práva, pro usnadnění získávání příkazu a usnadnění zjišťování pravdy. To bylo upraveno v oblasti článku 18 - 26 ve starém znění LCD. Nicméně, s nedávnou reformou LEC, a vůlí zákonodárce zrušit právo procedurální extravagantní, zrušení speciálních preventivních opatření a zjišťování pravdy (který se nyní řídí obecnými pravidly LEC). S daným zněním podle zákona 29/09 zůstávají v platnosti procesní postupy k ochraně poškozených (článek 32):

- Akce deklarativního aktu zrady: to žádá soudce, aby určil, nepřiměřenost zákona. Obvykle se používá ve spojení s jinými akcemi, nebo při výkonu dalších činností. Nicméně opatření negatorias, jejichž cílem je popírat, že neexistuje nekalé jednání.

- Návrh na ukončení aktu nebo odmítnutí této smlouvy. To je zásadní akce a nejpoužívanější pro ochranu, pro její účinnost a její preventivní povahu.

- Akce na odstraňování následků činu.
- Akce k nápravě zavádějící, nepřesné nebo nepravdivé informace.
- Akce žalobou na náhradu škody.
- Akce z bezdůvodného obohacení, pokud zákon porušuje výlučné právo.

Článek 33 stanovuje trvalé subjekty v LCD (Ústav Národní spotřebitele, státní zastupitelství, spotřebitelé a uživatelé, atd.), že reforma z roku 2009 byl rozšířen a lépe

definuje problém, který byl konfliktní. Pasivní legitimita, podle pořadí, je upravena v článku 34 LCD.

D) kodexy chování.

Není pochyb o tom, že jedním z nejvýraznějších zdrojů je zákon 29/09 který zavádí konkurenční regulaci neloyalitity ke Španělsku, je otázka Kodexů chování.

Ve skutečnosti, vznikla nová kapitola v LCD, V, obsahující Články 37 až 39, a je skutečným odrazem pohybu v různých oblastech moderního obchodního práva. Velkým plusem je že podniky, sdružení a odborové organizace, profesní a spotřebitelé mohou navrhnout, která mají být přijata dobrovolně obchodní nebo profesní kodexy chování týkající se obchodních praktik soutěžitely, aby se zvýšila úroveň ochrany spotřebitelů a zajištění účasti v jeho vývoji spotřebitelskými organizacemi.

Nicméně pokud se tyto kodexy doporučují, podporují nebo propagují chování nespravedlivé nebo nezákonné, může předtím být vydán příkaz korekce uvedené v článku 32 LCD.

8. Závěr

Vypadá to tak, že nyní, po šťastné době ekonomického růstu, který v druhé polovině 20. století zažila euroamerická civilizace, přichází jakési období stagnace, momentálně dokonce recese. Na straně nabídky začíná být situace v tržním prostředí složitější, poptávka po produktech klesá a souboj o zisk musí přitvrdit. A tak „regulátory“ klamavého jednání v hospodářské soutěži nabývají díky tomuto trendu na významu.

Ve své práci jsem jako jednotlivé regulátory zmiňoval jednak právní úpravu, a jednak mimoprávní prostředky, a to nejen na úrovni vnitrostátní, ale i evropské. Co se Evropské Unie týče, Komise v rámci strategie spotřebitelské politiky jasně formuluje svůj cíl, který zní: „posílit postavení spotřebitelů, zvýšit jejich blahobyť a účinně je chránit“¹⁴⁹. Mnozí z těchto spotřebitelů jsou však zároveň na straně nabídky. I pro ně jsou ale klamavé praktiky nebezpečné, proto směrnice 2006/114/ES (zpracovaná výše) má za cíl právě jejich ochranu.

Pod pojmem ochrana si ze strany Společenství můžeme představit dvě základní věci. Tou první je vytváření hranice minimální ochrany, kterou členské státy musí ve svém právním řádu obsahovat, a druhou věcí je samotné sblížování úpravy klamavých praktik. Problémem totiž je, že při přijímání jednotlivých opatření plynoucích ze směrnic, se v právním řádu mohou objevit části, které díky ne zcela preciznímu překladu nebo právě díky jinému původu řádně nezapadají do koncepce vnitrostátní úpravy. Výsledek pak jaksi závisí na šikovnosti zákonodárce a na tom, jakým způsobem právní řád obmění právě k obrazu směrnic.

Avšak ne pouze tímto způsobem vznikají v právním řádu nesrovnalosti. Právo je v podstatě (díky své formě) disciplína velmi strohá. Má k tomu ostatně i své důvody, přílišná pestrost totiž právu nesluší. Není proto vhodné dávat stejným institutům jiné názvy a podobným způsobem jaksi „ozvlášťňovat“ právní text. Nastávají totiž poté problémy interpretační, se kterými se musí vypořádat jak soudci při své rozhodovací činnosti, tak i odborná veřejnost. A ty jsou jistě na pomyslných miskách vah níže než čtivost a záživnost těchto textů. Jak píše P. Hajn, stylistická pestrost patří ke ctnostem literárním nikoliv legislativním¹⁵⁰.

¹⁴⁹ http://ec.europa.eu/consumers/index_en.htm

¹⁵⁰ Hajn, P.: Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži, Brno, Masarykova univerzita v Brně, 2000, str. 162-163

9. Resume

Parece que los tiempos felices del crecimiento económico, que en la segunda mitad del siglo 20 siglo fue testigo de la civilización euro-americana, viene un período de estancamiento, incluso una recesión ahora. La situación en el entorno del mercado comienza a estar en el lado de la oferta más difícil. La demanda de productos disminuye y la batalla por la "bolsa grande" debe ponerse firme. Los reguladores en el engaño por parte de la SA con esta tendencia cada vez más importante.

Como un solo controlador en mi trabajo alude tanto a la legislación y también por medios no legales, y no sólo a nivel nacional sino también europeo. Como aquella vez que el estado que preside la UE, la República Checa es el jefe del departamento, que incluye 493 millones mercado de consumo. Comisión de la UE en la Estrategia de Política del Consumidor define claramente el objetivo de la capacitación de los consumidores, mejorar su bienestar y protegerlos de manera eficaz. Muchos de estos consumidores también están en el lado de la oferta. Incluso para estas prácticas fraudulentas son peligrosas, por lo que la Directiva 2006/114/CE sobre los avances en el objetivo de proteger los derechos de los mismos.

La protección a largo plazo (para la Comunidad), podemos imaginar dos cosas básicas. La primera es la creación de límite mínimo de protección, que los Estados miembros en su legislación para incluir una segunda aproximación es muy engañosas prácticas de edición. En la adopción de diversas medidas, que se derivan de las directivas en el ordenamiento jurídico puede detectar las partes de traducción por no del todo precisa o de origen, gracias a otro que no encaja en el concepto de trato nacional. El resultado es entonces en manos del legislador y su habilidad depende de cómo la ley va a cambiar su imagen a las directivas.

No sólo de esta manera, sino que surgen en las inconsistencias del sistema legal. La ley es la disciplina en forma muy austera y de tener sus razones. Demasiada variedad no se ajusta a derecho. Por consiguiente, no procede, porque en lugar beletrických, dando a los mismos nombres, y otros institutos de una manera similar "ozvláštňovat" texto legal. Problemas de interpretación que luego deben tratar con la forma en que los jueces en su toma de decisiones públicas y profesionales, es sin duda en los lados imaginarios Tomar abajo y legibilidad záživnost de estos textos. Como ya he mencionado anteriormente comunicado citado por P. Hain, la diversidad estilística entre las virtudes literarias, más que legislativa.

10. Použitá literatura

- Anxo Tato, Pablo Fernández, Cristian Herra. La Reforma de la Ley de Competencia Desleal. La Ley, 2010
- BEDNÁŘ, J. Aplikace soutěžního práva v rozhodovací praxi: z rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, Komise a Evropského soudního dvora. Praha: C. H. Beck, 2005
- Bejček, J., Hajn, P., Kotásek, J. a kolektiv : Nástin obchodního práva. 1. Soutěžní právo. Obchodní společnosti a družstva. Brno: Masarykova universita. 2009. ISBN 978-80-210-5031-0
- BELLAMY, Ch., CHILD, G. European Community Law of Competition. Šesté vydání. London: Sweet & Maxwell, 2008. s. 293
- Bochart, K., Fikentscher, W.: Wettbewerb, Wettbewerbsbeschränkungen, Marktbeherrschung, Stuttgart, 1957.
- Darnaculleta Gardella, Mercé. LA COMPETENCIA DESLEAL. Portal Derecho S.A, 2007
- Eliáš, K., Bejček, J., Hajn, P. a kolektiv : Kurs obchodního práva. Obecná část. Soutěžní právo. 5.vydání. Praha. C.H.Beck. 2007. ISBN 978-80-7178-583-4
- Fiala, J., Kindl, M. a kolektiv. Občanské právo hmotné. Plzeň. Aleš Čeněk. 2007. ISBN 978-807-38022-88
- Fryšták, M.: Hospodářská kriminalita z pohledu teorie a praxe. Ostrava, KEY Publishing, 2007
- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG): mit Preisangabenverordnung: Kommentar.1 Nachdruck. München: Verlag C.H.Beck,2004
- Hajn, P. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2000.

- Hajn, P.: Právo nekalé soutěže. Masarykova universita. Brno. 1994. ISBN 80-210-0923-3
- Hajn, P.: Jak jednat v boji s konkurencí. Praha. Linde. 1995. ISBN 80-85647-93-1
- Hajn, P.: Parazitování na pověsti. Právní praxe a podnikání. ASPI
- Hajn, P.: Soutěžní ochrana zdraví a životního prostředí. Právní praxe a podnikání. 1994. č. 9. ISSN 120-4817
- Hayek, F.A.: Právo, zákonodárství a svoboda. Praha. Academia. 1991. ISBN
- Knap, K.: Právní ochrana hospodářské soutěže. II. Praha. ABF. 1992. ISBN 978-80-7118-110-1
- Macek, J. Rozhodnutí ve věcech obchodního jména a nekalé soutěže. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2000.
- Maďar Z.: Slovník českého práva. 2. rozšířené a podstatně přepracované vydání podle stavu ke dni 1.1.1999. Praha, Linde Praha a.s., 1999
- Munková, J.: Právo proti nekalé soutěži. Komentář. 3. Vydání. Praha. C.H.Beck. 2008. ISBN 978-80-7179-543-8
- Novotný. Přehled judikatury ve věcech ochrany hospodářské soutěže. Praha: ASPI , 2006.
- ONDREJOVÁ, Dana. Regulace reklamy v právu Evropských společenství. Část I. Právo a podnikání. 2005
- Otevřel, P.: Sociální síť z pohledu firmy. Co můžete a co ne? Právní rádce. 2012. č. 10. ISSN 1210-4817
- Pelikánová, I.: Komentář k obchodnímu zákoníku, 1. díl, Praha, Linde, 2003
- Salač, J.: Rozpor s dobrými mravy a jeho následky v civilním právu. Praha. C.H.Beck. 2000. ISBN 80-7179-914-9
- Štenglová, I., Plíva, S., Tomsa, M. a kolektiv. Obchodní zákoník. Komentář. 12. Vydání. Praha. C.H.Beck. 2009. ISBN 978-8074-4000-553

- Štenglová I., Plíva S., Tomsa M. a kol. – Obchodní zákoník. Komentář. Praha, C.H. Beck 2004, 9. vydání
- Telec, I. Přehled práva duševního vlastnictví 2. 1. vydání. Brno: Doplněk, 2006. ISBN 80-7239-198-4.
- Večerková E.: Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži. Právní fórum, 5/2005
- Večerková, E. Nekalá soutěž a reklama. (vybrané kapitoly). 1. vydání. Brno: M Bejček, J. : Pojem soutěže a soutěž jejich cílů. Právní praxe v podnikání. 1996. Ročník 5. Číslo. 5. ISSN 1210-4043.
- VLČEK, J. Ekonomie a ekonomika, 4. vyd. Praha

A) PRAMENY

- Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
- Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže
- Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně některých doplnění některých zákonů
- Civil Code (approved by Royal Decree of 24 July 1889)
- Ley General de Publicidad
- Code comercial
- LEY 3/1991 de 10 de enero, competencia desleal
- LEY 34/1988, de 11 de noviembre, General de publicidad
- Lisabonská smlouva pozměňující Smlouvu o Evropské unii a Smlouvu o založení Evropského společenství, podepsaná v Lisabonu dne 13. prosince 2007
- Rozhodnutí Vrchního soudu Praha, R 49/2004, ASPI

- Rozhodnutí Vrchního soudu Praha, R 3 Cmo 1511/94, ASPI
- Rozhodnutí Nejvyššího soudu ČR 32 Cdo 139/2008, ASPI
- Ústavní soud ČR, sbírka nálezů a usnesení, svazek 7. Praha. C.H.Beck, rozhodnutí č. 5 (1997)
- Rozhodnutí Nejvyššího soudu, sp. zn. 30 Cda 2247/99, ASPI
- Rozhodnutí Vrchního soudu v Praze R 3 Cmo 1336/94, ASPI
- Rozsudek Nejvyššího soudu, sp. zn. 29 Odo 106/2001, ASPI
- Rozhodnutí Vrchního soudu v Praze VS Praha 3 Cmo 813/1993, ASPI
- Rozsudek Nejvyššího soudu ČR 32 Odo 726/2006, ASPI
- Rozsudek Nejvyššího soudu ČR 3 Cmo 327/97
- Rozsudek Nejvyššího soudu ČR sp.zn. 1850/37, ASPI
- Rozhodnutí Vrchního soudu v Praze, R 3 Cmo 170/67
- Rozsudek Vrchního soudu v Olomouci ze dne 4. 1. 1999, (věc Kabel Plus)
- Rozsudek ESD ze dne 10. dubna 1984 ve věci 14/83, Von Colson and Kamann v.Land Nordrhein – Westfalen