

## Nekalá soutěž

Upravena v občanském zákoníku ust. § 2976 a násl.

Generální klauzule v ust. § 2976 je obecné ustanovení proti nekalé soutěži. Je to jakési vytknutí před závorkou, které obsahuje znaky nekalosoutěžního jednání, které musí být splněno, aby určité jednání mohlo být podřazeno pod některou ze skutkových podstat nekalé soutěže. Lze ji použít i samostatně. Některá jednání nelze zařadit pod žádnou ze skutkových podstat nekalé soutěže.

Právo proti nekalé soutěži je především právem soudcovským, které se nalézá v soudních rozhodnutích. Objevuje se zde tzv. perverzní tvořivost. Kdyby zákonodárce zapověděl sto nežádoucích soutěžních postupů, objeví se sto prvý.

### Znaky:

- jednání v hospodářském styku
- jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže
- jednání způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům

ad1) Nespadá sem soupeření politických stran, které operují hospodářskými argumenty. Nespadá sem ani soupeření mezi zaměstnanci soupeřícími například o pozici. Mezi výrobci musí existovat soutěžní vztah stejného či zaměnitelného sortimentu. Příklad: Výrobce bačkor se může dostat do konkurenčního vztahu s výrobcem koňaku sloganem: „Místo obvyklých bačkor kupte letos babičce k vánocům koňak.“

ad2) Soutěžní morálka bude v některých ohledech volnější než občanská morálka. V soutěžním boji se nevyžaduje mimořádná ohleduplnost (ne zdvořilost, kultivovanost, ohleduplnost).

ad3) Sám vznik újmy není nutný. Spotřebitel se nechá ošálit klamavou reklamou a koupí špatný výrobek. Utrpí újmu nejen finanční, ale i nemajetkovou, neboť v očích svého okolí se vyjeví jako blbec, který se nechal napálit.

Zákazník v generální klauzuli je člověk, který nemusí být zvláště bystrý a pozorný, ale má projevat určitou spotřebitelskou soudnost a neměl by se pohybovat v pásmu hlubokého podprůměru.

Umberto Eco napsal v jednom ze svých fejetonů: „Nenamítám nic proti tomu, když mne reklama přesvědčuje, že mražený krém Jupí chutná báječně. Jestliže však někdo vnikne do mé ložnice, aby mi přinesl toto poselství právě v okamžiku, kdy se blížím k milostným hrám, mám plné právo vyhodit takového člověka z okna. Ostatně myslím si, že stále více lidí přichází do našich ložnic, aby nám doporučovali výrobky a služby.“

Skutkové podstaty:

### **KLAMAVÁ REKLAMA § 2977 OZ**

Nutno v reklamě připustit příkrasy a nadsázky, protože jinak by reklama přestala být působivá, nebyla by reklamou. Příklad. S každým pojištěním je nehoda potěšením.“ Od reklamy rovněž nelze očekávat, že bude nabízet objektivní vyčerpávající střízlivé informace o nabízených výrobcích a službách. Je to nejpoctivější způsob ovlivňování, protože neskrývá, že hodlá ovlivňovat. Příklad. „Šálek jobs vám přinese chvíle báječné pohody.“ „Náš čaj vede k zázračnému, zdravotně nezávadnému a trvalému zhubnutí.“

Diplomatické mlčení => I pravdivá informace je schopna oklamat spotřebitele a poškodit soutěžitele. Příklad. Hotel pouze 70 metrů od pláže. Reklama pomlčí, že mezi hotelem a mořem je frekventovaná silnice, která se musí obcházet. Příklad. Loni zájezd na Kanárské ostrovy za 15 tis. Kč a letos jen za 13 tis. Kč. Reklama pomlčí o tom, že letos je zájezd o 2 dny kratší.

Klamat je možné slovem, obrazem, tvarem a zvukem.

### **KLAMAVÉ OZNAČENÍ ZBOŽÍ A SLUŽEB § 2978 a § 2979 OZ**

V hospodářském styku soutěžitel vyvolal mylnou domněnku, že zboží či služba pochází z jiného státu, oblasti, místa. Případně vyvolal mylnou domněnku, že zboží či služba vykazuje charakteristické znaky či jakost, kterou nevykazuje. Nekalosoutěžní je i takové jednání, kdy soutěžitel odliší svůj výrobek od původního slovem „typu“. Uvedené neplatí na údaj, který se vžil jako označení druhu nebo jakosti zboží. Příklad. Španělský ptáček, frankfurtské párky atd.

Příklad. Symbol husy na peřině, která není vycpaná husím peřím. Příklad. Kakao vyrobené ze zahraničních bobů v ČR a na obalu je umístěn větrný mlýn a dívka v holandské čepici.

### **SROVNÁVACÍ REKLAMA § 2980**

Srovnávací reklama je možná za podmínek uvedených v ust. § 2980 OZ.

### **VYVOLÁNÍ NEBEZPEČÍ ZÁMĚNY § 2981**

Užití obchodní firmy či zvláštního označení jiného soutěžitele je nekalosoutěžní. Příklad. Obchodní firma Persil, s.r.o., což je obchodní značka společnosti Henkel, by bylo nekalosoutěžní jednání. Dodatek označující právní formu podnikání PO není sám o sobě dostatečně odlišujícím prvkem.

Při hodnocení zaměnitelnosti se musí soud postavit na stanovisko spotřebitele průměrného, který při obstarávání běžných životních potřeb vynakládá jen zběžnou pozornost.

Nekalosoutěžní je i jednání, kdy soutěžitel napodobuje cizí výrobky, obaly či výkon a toto jednání je způsobilé vyvolat nebezpečí záměny.

„Kdo chceš být ctěn, dobuď si své cti sám.“

## **PARAZITOVÁNÍ NA POVĚSTI § 2982 OZ**

Soutěžitel využívá pověsti výrobků nebo služeb jiného soutěžitele s cílem získat prospěch pro sebe či jiného. Př. „Naše panenka Petra se kamarádí s proslulou panenkou Barbie, půjčují si navzájem šaty a jiné předměty.“ Př. Naše stavebnice je kompatibilní s proslulou stavebnicí lego.

## **PODPLÁCENÍ § 2983 OZ**

Př. Podplácet lze i uklízečku za to, že předá obsah některých odpadkových košů a tak přispívá k odhalení obchodního tajemství. Zde by šlo o souběh dvou skutkových podstat tj. podplácení a porušování obchodního tajemství. Osoba podplácená nemusí mít výhodu osobně. Př. Kožich pro ženu Př. Studium v zahraničí pro syna.

## **ZLEHČOVÁNÍ § 2984 OZ**

Zlehčovat lze slovem, úšklebkem, fotografií. Př. Projděte si všechna papírnictví ve městě a rádi se budete vracet k nám.

## **PORUŠOVÁNÍ OBCHODNÍHO TAJEMSTVÍ § 2985 OZ**

### **DOTĚRNÉ OBTĚŽOVÁNÍ § 2986 OZ**

Reklama přes telefon, fax, e-mail atd.

### **OHROŽENÍ ZDRAVÍ NEBO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ § 2987**

Př. X nabízí sůl z Mrtvého moře. Ukáže se, že je to běžná sůl. To je klamavá reklama. Př. X tvrdí, že výrobek je zcela z recyklovaných surovin. Ve skutečnosti to není pravda. To je klamavá reklama. Př. Nedodržení technických postupů, hygienických předpisů s cílem získat pro sebe prospěch může naplnit tuto skutkovou podstatu. Př. Prodej potravin s prošlou záruční lhůtou.

Musí existovat nějaká zákonná norma (hygienická, ekologická, pracovněprávní atd., která byla porušena. Cílem je získat soutěžní výhodu.

### **Ochrana proti nekalé soutěži § 2988 a násl.**

#### **Podklady:**

Občanský zákoník

Přednáška