



# Regulace reklamy v rámci nekalé soutěže



**Josef Kotásek**

**[www.law.muni.cz](http://www.law.muni.cz)**



## Nekalá soutěž – pojem a generální klauzule nekalé soutěže

Obchodní zákoník	Občanský zákoník
§ 44 odst. 1	§ 2976 odst. 1
<p>Nekalou soutěží je jednání v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům. Nekalá soutěž se zakazuje.</p>	<p>Kdo se dostane v <b>hospodářském styku</b> do rozporu s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým přivodit újmu jiným <b>soutěžitelům nebo zákazníkům</b>, dopustí se nekalé soutěže. Nekalá soutěž se zakazuje.</p>



Obchodní zákoník	OZ ČR, zák.č. 89/2012 Sb., od 1.1. 2014
Výčet v § 44 odst. 2	Výčet § 2976 odst. 2
<p><b>SP s všeobecným ochranným účelem</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ 45 Klamavá reklamí</li> <li>§ 46 Klamavé označování zboží a služeb</li> <li>§ 47 Vyvolávání nebezpečí záměny</li> <li>§ 52 Ohrožování zdraví spotřebitelů a životního prostředí</li> </ul>	<p><b>SP s všeobecným ochranným účelem</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ 2977 Klamavá reklama</li> <li>§ 2978 Klamavé označení zboží nebo služby</li> <li>§ 2980 (Nepovolená) srovnávací reklama</li> <li>§ 2981 Vyvolání nebezpečí záměny</li> <li>§ 2986 Dotěrné obtěžování</li> <li>§ 2987 Ohrožení zdraví nebo životního prostředí</li> </ul>
<p><b>Skutkové podstaty chránící soutěžitele</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ 48 Parazitování na pověsti podniku, výrobků či služeb</li> <li>§ 49 Podplácení</li> <li>§ 50 Zlehčování</li> <li>§ 51 Porušování obchodního tajemství</li> </ul>	<p><b>Skutkové podstaty chránící soutěžitele</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>§ 2982 OZ Parazitování na pověsti</li> <li>§ 2983 Podplácení</li> <li>§ 2984 Zlehčování</li> <li>§ 2985 Porušení obch.tajemství</li> </ul>



## Subjekty chráněné právní úpravou nekalé soutěže

- „Schutzzwecktrias“
  - Soutěžitelé – ne nutně podnikatelé
  - Zákazníci (v SR spotřebitelé) – v ČR ne nutně spotřebitelé!
  - Společnost jako celek
- Soutěžní vztah nelze **zúžit pouze na soupeření přímo si konkurujících výrobků** nebo poskytovatelů služeb nabízejících pravidelně (nikoli tedy ojediněle) stejné či obdobné výrobky nebo služby

VS v Praze 3 Cmo 328/1994

- *Blíže k pojmu soutěžitel podcast na Youtube*

Právníková fakulta MU <https://www.youtube.com/watch?v=qciAelpLc0I&t=473s>



- v hospodářském styku se mohou ocitnout i subjekty, které při samotném škodlivém **jednání doposud neexistovaly**



- Registrace domény po ohlášení záměru automobilek Toyota Motor Corporation a Peugeot Citroen Automobiles, S.A. vybudovat v ČR závod na výrobu automobilů – TPCA
- Pokud ten, kdo teprve na trh v budoucnu vstoupí, připravuje úspěch tohoto vstupu propagací budoucích služeb, je třeba toto jeho jednání hodnotit jako jednání učiněné v rámci hospodářské soutěže. Vrchní soud v Praze R 3 Cmo 91/97



## Širší pojetí soutěžitele, „Imagewerbung“ DAV





## Tzv. katalogové podvody a „zákazníci“



- § 46 odst. 5, čObchZ před 1.1. 2014:
- Inzerce v rámci podnikatelské činnosti a pro účely hospodářského styku, která nabízí registraci v katalogích, jako jsou zejména telefonní a jiné seznamy, prostřednictvím platebního formuláře, složanky, faktury, nabídky opravy nebo jiným podobným způsobem, musí obsahovat jednoznačně a zřetelně vyjádřenou informaci, že tato inzerce je **výlučně nabídkou na uzavření smlouvy**. To platí přiměřeně i pro přímou nabídku takové registrace.
- *Blíže k tomu podcast:*  
<https://www.youtube.com/watch?v=kL-icm9kwml&t=8s>

# III. 7. Ukázky

**EBN European Business Number**  
Value added tax identification number VAT-ID  
Department Czech Republic

EUROPEAN BUSINESS NUMBER NUMÉRO D'ENTREPRISE EUROPÉEN  
NUMERO DE EMPRESA EUROPEA NUMERO AZIENDALE EUROPEO  
EVROPSKÉ IDENTIFIKAČNÍ ČÍSLO SPOLEČNOSTI EUROPEAN DE AFACER  
ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ EUROPSKI POSLOVNI BROJ  
EUROPEJSKI NUMER PRZEDSIĘBIORSTWA

EBN European Business Number  
Department: Czech Republic  
Web: www.e-b-n.eu  
Mail: info@e-b-n.eu  
Tel.: +49 40 75 11 99 - 0  
Fax: +49 40 75 11 99 - 11

Monday - Thursday:  
09:00 a.m. - 05:00 p.m.  
Friday:  
09:00 a.m. - 03:00 p.m.

Your reference: 1806301220  
Our reference: 1-EBN/VAT/1116  
Date: 21 November 2016

**-- FINAL CALL --**  
**Missing European Business Number EBN**  
**Daňové identifikační číslo (DIČ)**

Dear Sir/Madam,

Since the Tax Reform Act in 2003 and the Tax Simplification Act in 2011, the laws regarding the turnover sales tax invoicing and the information required for invoices (§§ 14,16a, 15 (USG)) have been adapted to European law. Please check your data for accuracy and completeness and amend it if necessary. The basic entry and its update is free of charge. If you wish to make amendments or supplements, please do so exclusively on the website www.e-b-n.eu under the menu item registration. We will then publish your revised details as soon as possible. Enter your Daňové identifikační číslo (DIČ) on this form and amend, if necessary, your company data for the placement of a chargeable order. You will then be given a highlighted entry that is well placed in the EBN. We expect that you will verify the accuracy of your data and ensure it is approved. EBN is not related to any organisation or institution of the European Union or Commission.

**-- Correct and amend your data if necessary --**

Reply by Email: info@e-b-n.eu or  
Enclosed Business reply envelope  
Deadline: 23 December 2016

EBN European Business Number - Department: Czech Republic

**Daňové identifikační číslo (DIČ)**  
C Z

**Tržde**  
AUTOMOBILY - PŘÍSLUŠENSTVÍ A DOPLŇKY

**Company information**

Company name  
Managing Director  
Street / Number / PO-Box  
Telephone / Fax  
Postal code / City  
E-Mail

Order: We hereby confirm the accuracy of our company's data as per the information given above and we hereby place an order with DAD GmbH (Publisher) to publish them in a graphically highlighted form on www.e-b-n.eu according to the general terms and conditions printed overleaf. We accept the advertisement's annual costs of 677 Euro, which are payable in advance upon receipt of the invoice. We acknowledge that the contract is valid for the next three years and subsequently will be automatically extended annually unless we provide a written notice requesting termination of the contract, this being no later than three months before the expiration of the contract's term. We are only able to revoke the contract by registered letter within fourteen days of the order date; whereby the date of postage is decisive. We authorize the Publisher to use contents found on our website for the layout of our application. We acknowledge Hamburg-Mitte as place of performance and jurisdiction and that German law is solely applicable. We confirm that prior to this order placement we had no business relationship with the Publisher. We agree that our company's data will be stored electronically.

For completion by EBN only  
Please tick where applicable   
 A VAT identification number has been provided  
 No VAT identification number has been provided

To be filed in the tax-authority.

Date, stamp/legally binding signature

European Business Number EBN, DAD GmbH, Alter Wall 63, DE-20457 Hamburg, Local Court Hamburg HRB 88 11 3  
VAT-DE 813739677, Managing Director Daniela Kusat  
1/2

## Telefónní seznam

### Poskytovatel služby

Telefónní seznam České republiky a Slovenska s.r.o.  
P. O. Box 239, 602 00 Brno  
DIČ: CZ04136268  
IČ: 04136268  
Bankovní ústav: Waldviertler Sparkasse von 1842 AG  
Číslo účtu: 7500017396/7940

Společnost zapsaná v Obchodním rejstříku  
vedeném u KS Brno, oddíl C, vložka 58920

### Zákazník

### Platební údaje

Datum vystavení dokladu: 27. 9. 2017  
Datum splatnosti: 9. 10. 2017  
Celkem k úhradě včetně DPH (Kč): 2979,00

### Kontaktní místo

Centrum péče o zákazníka  
Tel: 545 217 111  
Mail: info@telefonnis seznam2016.cz

Při platbě použijte následující údaje!

Klientské číslo:  
Variabilní symbol:

Popis	Množství	Sazba DPH	Cena služby bez DPH	Celkem bez DPH
Uveřejnění inzerenta v oborovém a abecedním telefonním seznamu, Telefonní seznam České republiky a Slovenska 2017, za období 12 měsíců.	1	21%	2462,00	2462,00
<b>Datum splatnosti:</b> 9. 10. 2017		<b>Daňová rekapitulace:</b>	Cena celkem bez DPH v Kč (21%)	2462,00
<b>Forma úhrady:</b> Převodem			DPH (Kč) 21%	517,00
			<b>Cena celkem bez DPH</b>	<b>2462,00</b>
			Cena celkem včetně DPH	2979,00
<b>Celkem k úhradě včetně DPH (Kč)</b>				<b>2979,00</b>



7 1 1 4 5 1 8 8  
Tato listina je obchodní nabídkou adresovanou výkonné podnikatelům (§ 1732 CZ  
č. 89/2012 Sb.) Platba je důstojná a je přijetím akceptací nabídky k uzavření smlouvy  
a obchodních podmínek na ruku této listiny. Tato listina není daňovým dokladem.

3180919





## Statika generální klauzule

- 1. Jednání (v širším slova smyslu, potenciálně i pasivita)
- 2. v hospodářském styku (jednání v soutěžním vztahu nebo se soutěžním záměrem)
- 3. v rozporu s dobrými mravy soutěže („porušení pravidel a zvyklostí, které se dodržují v hospodářské soutěži a které i samotní soutěžitelé považují za výraz korektnosti)
- 4. způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, zákazníkům (typicky spotřebitelům),
- 5. alespoň ve stádiu ohrožení



## Vztah GK a skutkových podstat

- Při posuzování konkrétních jednání jako jednání nekalé soutěže je vždy nutné dodržovat stanovený postup - **v první řadě se soud musí detailně zabývat otázkou naplnění základních podmínek nekalé soutěže** (podle generální klauzule - § 44 odst. 1 obch. zák.), **až následně**, lze-li určité jednání považovat podle generální klauzule za nekalosoutěžní, zkoumáním podmínek zvláštní skutkové podstaty nekalé soutěže (pojmenované skutkové podstaty upravené v § 45 až 52 obch. zák.).

*NS sp. zn. 23 Cdo 1757/2012, ze dne 26. 3. 2013*



## Dobré mravy v rozhodnutí NS 4554/2017 – 1.

- [...] právní **norma s relativně neurčitou hypotézou**
- [...] souhrn společenských, kulturních a mravních norem, jež v historickém vývoji **osvědčují jistou neměnnost**, vystihují podstatné historické tendence, jsou sdíleny rozhodující částí společnosti a mají povahu norem základních
- Nutná modifikace [...] právě proto, že se uplatňují v hospodářské soutěži, tj. v prostředí, kde cílem je na trhu se prosadit, [...] , což předpokládá jistou míru agresivity a „podnikatelské vychytralosti“
- [...] třeba vždy dodržet korektní a soutěžně přijatelné metody
- Platí, že „určité jednání, jež jest o sobě bezvadné, může se státi z hlediska dobrých mravů soutěže závadným, bylo-li předsevzato za jistých okolností nebo v určité konstelaci“

# VI. 11. Dobré mravy ve sporných případech – PEPSI a Večerníček



IT JUST TASTES BETTER 



**IT'LL BLOW YOUR MIND AWAY**



**\$6.25 MEAL**

**BK SUPER SEVEN INCHER**

Fill your desire for something long, juicy and flame-grilled with the **NEW BK SUPER SEVEN INCHER**. Yearn for more after you taste the mind-blowing burger that comes with a single beef patty, topped with American cheese, crispy onions and the A.1.<sup>®</sup> Thick & Hearty Steak Sauce.

All our products are prepared in 100% vegetable oil. This is a © 2008, 2009 Burger King Corporation. All rights reserved. Available for limited time only. Offer subject to change without prior notice. While supplies last. Some restrictions may apply. Always check our website for promotional conditions, restrictions and availability. Not available in the United States, Puerto Rico, © 2007 The Coca-Cola Company. "Coca-Cola", "Coca-Cola Classic", "Coke" and the Refreshing Taste of Coca-Cola are trademarks of The Coca-Cola Company.





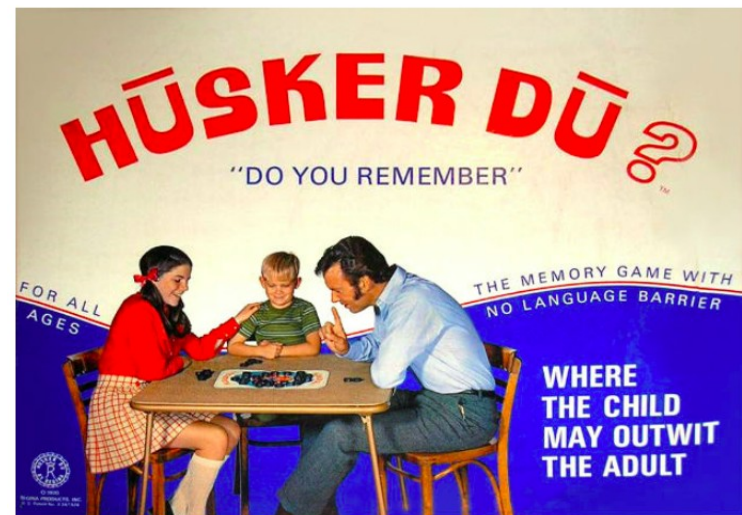
## Tzv. soudcovské skutkové podstaty

- GK (§ 44 odst. 1 sObchZ, § 2976 odst. 1 čOZ)
- Autority v reklamě
- Zneužívání pocitu vděčnosti
- Zneužívání lidské záliby ve hře
- Podprahová reklama :  
<https://www.youtube.com/watch?v=KTqt8mjuXRE>
- Skrytá reklama, neoznačení reklamní části, označení slovem „PR“
- Porušování norem veřejného práva, fušerství
- Porušení smluvních povinností

## Podprahová (pod 50 milisekund)



§ 3 odst. 1 písm. g) zRekl: využívať zmyslové vnímanie, ktoré ovplyvňuje pamäť človeka bez toho, aby si to uvedomil (podprahové vnímanie)





## Neuzavřený výčet v § 2976 odst. 2

- a) klamavá reklama,
- b) klamavé označování zboží a služeb,
- c) vyvolání nebezpečí záměny,
- d) parazitování na pověsti závodu, výrobku či služeb jiného soutěžitele,
- e) podplácení,
- f) zlehčování,
- g) srovnávací reklama, pokud není dovolena jako přípustná,
- h) porušení obchodního tajemství,
- i) dotěrné obtěžování a
- j) ohrožení zdraví a životního prostředí.



## Praktické obtíže při určování klamavosti

- Referenční skupina
- Časové aspekty
- Nemožnost přesné simulace spotřebitelského rozhodnutí
- Temptation of hindsight
- Projekce soudu



## Posuzování klamavosti ve zvláštních případech– internet



- **prace.cz a sprace.cz**
  
- při posuzování zaměnitelnosti obou doménových jmen třeba vycházet z hlediska „průměrného uživatele internetu“, který je věci znalým spotřebitelem a který si je vědom důležitosti každého znaku použitého v označení doménového jména. Soud má za to, že písmeno „s“ v daném případě postačí jako dostatečný rozlišovací znak
  - *Usnesení VS v Praze ze dne 31. ledna 2002, sp zn. Nc 1098/2001*



## Empirický model – výhoda a nevýhody

- Relativní přesnost
- Finančně a časově náročné
- Eliminuje nebezpečí soudcovských projekcí
- Nemožnost „výchovného působení soudu“
- Nakonec stejně „normativní rozhodnutí“ – nelze chránit všechny (vždy nějaké procento zákazníků bude oklamáno i zjevně barnumskou reklamou)



Srovnávací reklama přímo nebo nepřímo označuje jiného soutěžitele nebo jeho zboží či službu. Srovnávací reklama je přípustná, pokud se srovnání týče,

- a) není-li klamavá,
- b) srovnává-li jen zboží a službu uspokojující stejnou potřebu nebo určené ke stejnému účelu,
- c) srovnává-li objektivně jednu nebo více podstatných, důležitých, ověřitelných a příznačných vlastností zboží nebo služeb včetně ceny,
- d) srovnává-li zboží s označením původu pouze se zbožím stejného označení,
- e) nezlehčuje-li soutěžitele, jeho postavení, jeho činnost nebo její výsledky nebo jejich označení ani z nich nekalým způsobem netěží, a
- f) nenabízí-li zboží nebo službu jako napodobení či reprodukci zboží nebo služby označovaných ochrannou známkou soutěžitele nebo jeho názvem.



## Srovnávací reklama z pohledu marketingu

- často emočně vypjatá, nicméně spotřebitele nechává kladnou
- menší důvěryhodnost (*nemo iudex in causa sua*)
- misidentification of brands





- § 2988 Osoba, jejíž právo bylo nekalou soutěží ohroženo nebo porušeno, může proti rušiteli požadovat, aby se nekalé soutěže zdržel nebo aby odstranil závadný stav. Dále může požadovat přiměřené zadostiučinění, náhradu škody a vydání bezdůvodného obohacení.
- § 2989 (1) Právo, aby se rušitel nekalé soutěže zdržel nebo aby odstranil závadný stav, může mimo případy uvedené v § 2982 až 2985 uplatnit též právnická osoba oprávněná hájit zájmy soutěžitelů nebo zákazníků.
- (2) Uplatní-li spotřebitel právo, aby se rušitel zdržel nekalé soutěže nebo aby odstranil závadný stav a jde-li o některý případ stanovený v § 2976 až 2981 nebo v § 2987, musí rušitel prokázat, že se nekalé soutěže nedopustil. Uplatní-li spotřebitel právo na náhradu škody, musí rušitel prokázat, že škoda nebyla způsobena nekalou soutěží.



## Aktivní legitimace ve sporech z nekalé soutěže

- Soutěžitel
- Spotřebitel
- **Kvalifikovaná právnická osoba**
  
- Právo, aby se rušitel nekalé soutěže zdržel nebo aby odstranil závadný stav, může mimo případy uvedené v § 2982 až 2985 uplatnit též právnická osoba oprávněná hájit zájmy soutěžitelů nebo zákazníků.



## Exkurs: samoregulační mechanismy v reklamě

- Blíže podcast na youtube J. Kotáska
- <https://www.youtube.com/watch?v=L8ke22gTgBg>
- Post k využití politiků v reklamě:
- <https://www.josefkotasek.cz/pravo/medialni-pravo/odborarsky-boss-jako-nedobrovolny-akter-reklamy/>