

Klamavá reklama - § 45 obch. zák.

nazývána též tzv. malou generální klauzulí

Pojem „reklama” – podle jiných zákonů

Definice klamavé reklamy:

- a) šíření údajů o vlastním nebo cizím podniku, jeho výrobcích či výkonech, které je
- b) způsobilé vyvolat klamnou představu a
- c) zjednat tím vlastnímu nebo cizímu podniku v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku prospěch na úkor jiných soutěžitelů , spotřebitelů nebo dalších zákazníků

Ad a) **šíření údajů** - způsoby šíření údajů
- objekt šířených údajů
- druh šířených údajů

Ad b) způsobilost údajů k **vyvolání klamně představy**

Ad c) způsobilost zjednat v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku **prospěch**
na úkor jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů nebo dalších zákazníků

Klamavé označení zboží a služeb - § 46 obch. zák.

odst. 1

Za **klamavé označení zboží nebo služeb** se považuje každé označení, které je způsobilé vyvolat v hospodářském styku mylnou domněnku ohledně skutečností uvedených v zákoně, tj. ohledně

- geografického údaje o původu zboží nebo služeb (určitý stát, oblast či místo),
- údaje o výrobcí zboží nebo služeb,
- údaje o tom, že zboží nebo služby vykazují zvláštní charakteristické znaky,
- údaje o tom, že zboží nebo služby vykazují zvláštní jakost.

Přitom nerozhoduje,

- kde bylo klamavé označení uvedeno, zda bezprostředně na zboží, obalech, obchodních písemnostech apod.,
- jakým způsobem ke klamavému označení došlo, zda přímo nebo nepřímo,
- jakým prostředkem došlo ke klamavému označení (např. písmem, vyobrazením, fotografií nebo jiným prostředkem, jímž lze působit na některé lidské smysly),
- o jaké označení jde, zda nepravdivé nebo i pravdivé, pokud vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž bylo učiněno, mohlo uvést v omyl (oklamat).

Také tato skutková podstata je **ohrožovacím deliktem**.

Vyvolání nebezpečí záměny - § 47 obch. zák.

Za **vyvolání nebezpečí záměny**

se považuje (za předpokladu splnění podmínky způsobilosti těchto jednání vyvolat nebezpečí záměny nebo klamnou představu o spojení s podnikem, firmou, zvláštním označením nebo výrobky či výkony jiného soutěžitele):

- a) užití firmy nebo názvu osoby nebo zvláštního označení podniku užívaného již po právu jiným soutěžitelem,
- b) užití zvláštních označení podniku nebo zvláštních označení či úpravy výrobků, výkonů anebo obchodních materiálů podniku, které v zákaznických kruzích platí pro určitý podnik nebo závod za příznačné (např. i označení obalů, tiskopisů, katalogů, reklamních prostředků),
- c) napodobení cizích výrobků, jejich obalů nebo výkonů

Tato dílčí skutková podstata spočívá v **tzv. otrockém napodobení** výrobků, jejich obalů nebo výkonů.

Parazitování na pověsti - § 48 obch. zák.

Parazitováním na pověsti

je využívání pověsti podniku, výrobků nebo služeb jiného soutěžitele s cílem získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, jehož by soutěžitel jinak nedosáhl.

Podplácení - § 49 obch. zák.

Aktivní podplácení

Za aktivní podplácení (ve smyslu obch. zák.) lze považovat jednání, jímž soutěžitel přímo nebo nepřímo nabídne, slíbí či poskytne jakýkoliv prospěch

- osobě, která je členem statutárního nebo jiného orgánu jiného soutěžitele,
 - osobě, která je v pracovním či jiném obdobném poměru k jinému soutěžiteli
- za účelem, aby jejím nekalým postupem docílil pro sebe nebo jiného soutěžitele přednost nebo jinou neoprávněnou výhodu v soutěži na úkor jiných soutěžitelů.

Pasivní podplácení

Za pasivní podplácení (ve smyslu obch. zák.) lze považovat jednání, jímž

- osoba, která je členem statutárního nebo jiného orgánu soutěžitele,
 - osoba, která je v pracovním či jiném obdobném poměru k soutěžiteli
- přímo či nepřímo žádá, dá si slíbit nebo přijme jakýkoliv prospěch za účelem, aby jejím nekalým postupem soutěžitel docílil pro sebe nebo jiného soutěžitele přednost nebo jinou neoprávněnou výhodu v soutěži na úkor jiných soutěžitelů.

Zlehčování - § 50 obch. zák.

Zlehčování je považováno za nekalou soutěž,

pokud soutěžitel uvede nebo rozšiřuje o poměrech, výrobcích nebo výkonech jiného soutěžitele nepravdivé údaje způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu,

soutěžitel uvede a rozšiřuje pravdivé údaje o poměrech, výrobcích či výkonech jiného soutěžitele, pokud jsou způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu.

Nekalosoutěžním zlehčováním **není**

(§ 50 odst. 2, druhá věta obch. zák.), pokud byl soutěžitel okolnostmi donucen uvést a rozšiřovat pravdivé údaje o poměrech, výrobcích či výkonech jiného soutěžitele, které jsou způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu (oprávněná obrana).

Srovnávací reklama - § 50a obch. zák.

Definice srovnávací reklamy: (odst. 1)
jakákoli reklama, která výslovně nebo i nepřímou identifikuje jiného soutěžitele
anebo zboží nebo služby nabízené jiným soutěžitelem

„Srovnávací reklama **je přípustná**, jen **pokud...**” (odst. 2)

jsou kumulativně splněny stanovené podmínky (taxativní výčet osmi podmínek uvedený
pod písm. a) až h) tohoto odstavce)

Předpokladem přípustnosti srovnávací reklamy je, že nenaplňuje současně znaky
jiné nekalosoutěžní skutkové podstaty

Příkladem přípustné srovnávací reklamy může být:

- reklama se systémovým srovnáváním (např. výhody „klasických” krytin oproti betonovým krytinám),
- reklama s abstraktním srovnáním (srovnání pracího prostředku s tzv. „běžným prostředkem”),
- reklama s vnitřním srovnáním (srovnání jen vlastních nových výrobků se svými staršími),
- superlativní reklama (tzv. obvyklé reklamní přehánění),
- reklama dryáčnická či barnumská apod.

Porušení obchodního tajemství - § 51 obch. zák.

Porušování obchodního tajemství

je jednání, při němž jednající jiné osobě sdělí, zpřístupní, pro sebe nebo pro jiného využije obchodní tajemství, které může být využito v soutěži a o němž se dozvěděl

- tím, že mu bylo svěřeno nebo se jinak stalo přístupným na základě jeho pracovního vztahu k soutěžiteli nebo na základě jeho jiného vztahu k soutěžiteli (např. obchodněprávního vztahu) nebo v rámci výkonu funkce, k níž byl soudem nebo jiným orgánem povolán (např. funkce soudního znalce, daňového poradce, auditora, likvidátora, rozhodce apod.),
- vlastním jednáním nebo cizím jednáním přičícím se zákonu.

Rozhodnutí Vrchního soudu v Praze sp. zn. 3 Cmo 170/97 :

Právní věta: „Pokud navrhovatel tvrdí, že odpůrce ve svém podnikání využívá obchodní tajemství navrhovatele, a proto žádá o vydání předběžného opatření, pak podmínkou pro vydání předběžného opatření je osvědčení takových skutečností, z nichž se jeví jako pravděpodobné, že určité skutečnosti jsou u navrhovatele chráněny jako obchodní tajemství podle § 17 obch. zák. a že předmět tohoto tajemství je bez právního důvodu k újmě oprávněného jednáním podle § 51 obch. zák. soutěžitelem využíván.“

Ohrožování zdraví a životního prostředí - § 52 obch. zák.

Ohrožování zdraví a životního prostředí

je jednání, jímž soutěžitel zkresluje podmínky hospodářské soutěže tím, že

provozuje výrobu ohrožující zájmy ochrany zdraví nebo životního prostředí chráněné zákonem nebo

uvádí na trh výrobky ohrožující zájmy ochrany zdraví nebo životního prostředí chráněné zákonem nebo

provádí výkony ohrožující zájmy ochrany zdraví nebo životního prostředí chráněné zákonem,

aby tak získal pro sebe nebo pro jiného prospěch na úkor jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů.

Tato skutková podstata je **ohrožovacím deliktem**.