

Univerzita Karlova v Praze  
Právnická fakulta

Rigorózní práce

**Ochrana spotřebitele a duševní vlastnictví**

Konzultant: prof. JUDr. Jiří Švestka, DrSc.  
Zpracovatel: Mgr. Filip Hruška

březen, 2006

"Prohlašuji, že jsem tuto rigorózní práci zpracoval samostatně a že jsem vyznačil prameny, z nichž jsem pro svou práci čerpal, způsobem ve vědecké práci obvyklým"



Mgr. Filip Hruška

## Obsah:

<b>1. ÚVOD</b> .....	<b>5</b>
1.1. ZÁMĚR.....	5
1.2. POJMOSLOVÍ.....	5
1.2.1. <i>Spotřebitel</i> .....	5
1.2.2. <i>Duševní vlastnictví</i> .....	6
1.2.3. <i>Klamání spotřebitele</i> .....	13
1.3. HLAVNÍ ZPŮSOBY A TYPY KLAMÁNÍ SPOTŘEBITELŮ .....	13
1.4. SYSTÉM PRÁVNÍ OCHRANY PŘED KLAMÁNÍM SPOTŘEBITELŮ V SOUVISLOSTI S DUŠEVNÍM VLASTNICTVÍM .....	16
1.5. KOMUNITÁRNÍ PRÁVO.....	18
1.6. MEZINÁRODNÍ PRÁVO VEŘEJNÉ.....	22
<b>2. VEŘEJNOPRÁVNÍ OCHRANA PŘED KLAMÁNÍM SPOTŘEBITELŮ</b> .23	
2.1. ZÁKON O OCHRANĚ SPOTŘEBITELE A DUŠEVNÍ VLASTNICTVÍ.....	23
2.2. ZÁKON O POTRAVINÁCH A TABÁKOVÝCH VÝROBCÍCH.....	31
2.3. VEŘEJNOPRÁVNÍ REGULACE REKLAMY .....	32
2.4. ZÁKON O NĚKTERÝCH PODMÍNKÁCH VÝROBY, ŠÍŘENÍ A ARCHIVOVÁNÍ AUDIOVIZUÁLNÍCH DĚL.....	36
2.5. ZÁKON O OPATŘENÍCH TÝKAJÍCÍCH SE DOVOZU, VÝVOZU A ZPĚTNÉHO VÝVOZU ZBOŽÍ PORUŠUJÍCÍHO NĚKTERÁ PRÁVA DUŠEVNÍHO VLASTNICTVÍ	37
2.6. TRESTNĚ PRÁVNÍ OCHRANA V OBLASTI PORUŠOVÁNÍ PRAVIDEL HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE (NEKALÁ SOUTĚŽ), OBLASTI OCHRANY PRÁV NA OZNAČENÍ, OBLASTI OCHRANY PRŮMYSLOVÝCH PRÁV A OBLASTI OCHRANY AUTORSKÉHO PRÁVA, PRÁV S NÍM SOUVISEJÍCÍCH A PRÁV K DATABÁZI .....	37
2.6.1. <i>Trestněprávní ochrana před nekalou soutěží</i> .....	38
2.6.2. <i>Trestněprávní ochrana v oblasti ochrany práv na označení</i> .....	41
2.6.3. <i>Trestněprávní ochrana průmyslových práv</i> .....	45
2.6.4. <i>Trestněprávní ochrana autorského práva, práv souvisejících s právem autorským a práv k databázi</i> .....	47
2.7. OCHRANA DLE ZÁKONA O PŘESTUPCÍCH V OBLASTI PORUŠOVÁNÍ PRAVIDEL HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE (NEKALÁ SOUTĚŽ), OBLASTI OCHRANY PRÁV NA OZNAČENÍ, OBLASTI OCHRANY PRŮMYSLOVÝCH PRÁV A OBLASTI OCHRANY AUTORSKÉHO PRÁVA, PRÁV S NÍM SOUVISEJÍCÍCH A PRÁV K DATABÁZI .....	49
2.7.1. <i>Přestupky na úseku kultury</i> .....	50
2.7.2. <i>Přestupky na úseku porušování průmyslových práv a porušování práv k obchodní firmě</i> .....	52
<b>3. SOUKROMOPRÁVNÍ NÁSTROJE OCHRANY PŘED KLAMÁNÍM SPOTŘEBITELŮ</b> .....	<b>55</b>
3.1. PRÁVO PROTI NEKALÉ SOUTĚŽI.....	55
3.1.1. <i>Obecné funkce a generální klauzule</i> .....	55
3.1.2. <i>Zvláštní skutkové podstaty „pojmenované“</i> .....	59
3.1.3. <i>Skutkové podstaty „nepojmenované“</i> .....	67

3.2. OCHRANNÉ ZNÁMKY A OCHRANA PŘED KLAMÁNÍM.....	68
3.3. OBCHODNÍ FIRMA A KLAMÁNÍ .....	75
3.4. OZNAČENÍ PŮVODU A ZEMĚPISNÁ OZNAČENÍ A OCHRANA PŘED KLAMÁNÍM .....	76
3.5. OLYMPIJSKÁ SYMBOLIKA A OCHRANA PŘED KLAMÁNÍM.....	78
3.6. ODRŮDY ROSTLIN A OCHRANA PŘED KLAMÁNÍM .....	78
3.7. PRŮMYSLOVÉ VZORY A OCHRANA PŘED KLAMÁNÍM.....	79
3.8. VYNÁLEZY, UŽITNÉ VZORY, ZLEPŠOVACÍ NÁVRHY A OCHRANA PŘED KLAMÁNÍM .....	80
3.9. AUTORSKÝ ZÁKON .....	81
3.10. SPOTŘEBITELSKÉ SMLOUVY A OCHRANA PŘED KLAMÁNÍM.....	85
3.11. OMYL V PRÁVNÍCH ÚKONECH A DUŠEVNÍ VLASTNICTVÍ .....	87
3.12. OCHRANA OSOBNOSTI ČLOVĚKA Z HLEDISKA KLAMÁNÍ .....	88
3.13. OCHRANA NÁZVU A DOBRÉ POVĚSTI PRÁVNICKÉ OSOBY Z HLEDISKA KLAMÁNÍ .....	88
3.14. OCHRANA OSOBNÍCH ÚDAJŮ A OCHRANA PŘED KLAMÁNÍM.....	89
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY : .....</b>	<b>90</b>

## 1. Úvod

### 1.1. Záměr

Právní ochrana duševního vlastnictví a právní ochrana spotřebitele jsou v celé řadě aspektů spojenými nádobami.

Ochrana před klamáním spotřebitelů v souvislosti s duševním vlastnictvím není jen částí systému ochrany spotřebitelů, ale je i významným nástrojem ochrany duševního vlastnictví. Tím, že právní řád poskytuje ochranu duševnímu vlastnictví, chrání v mnoha ohledech i spotřebitele před klamáním.

Záměrem této práce je pojmenovat a popsat průniky právní ochrany spotřebitele a duševního vlastnictví.

### 1.2. Pojmosloví

#### 1.2.1. Spotřebitel

Pojem spotřebitele je v právním řádu České republiky vymezen ve dvou právních předpisech. V právu veřejném je to zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, který v § 2 odst. 1 písm. a) stanoví, že spotřebitelem je „fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než pro podnikání s těmito výrobky nebo službami“. V právu soukromém je to zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, jenž v § 52 odst. 3 ve vazbě na právní úpravu spotřebitelských smluv vymezuje spotřebitele jako „osobu, která při uzavírání a plnění smlouvy nejedná v rámci své obchodní nebo jiné podnikatelské činnosti“. Pojem

„osoba“ je obecný, zahrnuje osobu fyzickou i právnickou. V obou případech se jedná o vymezení funkční, tedy rozhodující není, zda je daná osoba obecně podnikatelem nebo ne, ale jak jedná při uzavírání dané smlouvy (tedy např. podnikatel, který je na výletě a jako turista nakupuje určité výrobky, je v tomto vztahu spotřebitelem, pokud by si ale dané výrobky nakoupil ve velkém, aby je dále prodával nebo zpracovával pro své podnikání, spotřebitelem by nebyl).

### 1.2.2. Duševní vlastnictví

Definici duševního vlastnictví (odpovídající době svého vzniku) obsahuje Úmluva o zřízení Světové organizace duševního vlastnictví (Úmluva) z roku 1967.<sup>1</sup>

Podle této Úmluvy, duševní vlastnictví zahrnuje práva k literárním, uměleckým a vědeckým dílům, výkonům výkonných umělců, zvukovým záznamům, vysílání, vynálezům, vědeckým objevům, průmyslovým vzorům a ochranným známkám, obchodním jménům a názvům. Dále zahrnuje ochranu proti nekalé soutěži a jakákoliv jiná práva, která jsou výsledkem duševní činnosti na poli průmyslovém, vědeckém, literárním a uměleckém.

---

<sup>1</sup> Světová organizace duševního vlastnictví – World Intellectual Property Organization (dále jen „WIPO“) je mezinárodní mezivládní organizace patřící do systému OSN, která vznikla s cílem podpořit co nejširší ochranu výsledků duševní činnosti, včetně i těch nehmotných statků, které obvykle nejsou řazeny mezi předměty průmyslového vlastnictví ani mezi předměty autorských práv. WIPO již na počátku své činnosti vymezila v širších souvislostech pojem „duševního vlastnictví“ a lze jí přičíst významný podíl na rozvoji teorie duševního vlastnictví, včetně ovlivnění autorských zákonů a právních norem z oblasti průmyslového vlastnictví v mnoha zemích světa. Úmluva o zřízení WIPO je mezinárodní úmluvou všeobecné povahy týkající se celého rozsahu duševního vlastnictví, respektující samostatnost Bernské unie a Pařížské unie, které jako takové obsahují vlastní zásady ochrany duševního vlastnictví.

S ohledem na výsledky vědy a techniky a obecného poznání dosažené v období do konce dvacátého století došlo k novému vymezení, tohoto pojmu. Pojem „duševní vlastnictví“ WIPO nově vymezuje jako práva k autorským dílům a nehmotným statkům souvisejícím, k vynálezům, průmyslovým vzorům, ochranným známkám, obchodním jménům a obchodním firmám, k objevům vědecké povahy, k právům na ochranu proti nekalé soutěži, ke všem právům majícím vztah k duševní činnosti v oblasti průmyslové, vědecké, literární a umělecké, tj. i práva k užitným vzorům, know-how, obchodnímu tajemství, topografiím polovodičových výrobků, zlepšovacím návrhům, odrůdám rostlin, označením původu a zeměpisným označením, obsahu databází, typografickým znakům aj.

Porovnáním výčtu z roku 1967 s výčtem z roku 2002 lze konstatovat, že pojem duševní vlastnictví se skutečně rozšířil, a to především s rozvojem informatiky, zejména o pojmy jako jsou topografie polovodičových výrobků, obsahu databází a o typografické znaky, ale i o odrůdy rostlin. Ve výčtu jsou zahrnuty nehmotné statky označované jako „nechráněné“. Pojem „nechráněné“ nehmotné statky doznává významového posunu s novější definicí WIPO pro duševní vlastnictví, kterým se rozumí „jakékoliv vlastnictví o němž panuje všeobecná shoda, že je svou povahou duševní a že je hodno ochrany“. Tento širě pojatý význam pojmu duševního vlastnictví se používá i v textu právních předpisů České republiky (viz § 558 a 559 obchodního zákoníku).

Duševní vlastnictví lze pojímat jako právní a ekonomickou abstrakci, která je tvořena souhrnem různých objektivně (tj. smysly vnímatelně) vyjádřených ideálních (tj. nehmotných)

předmětů, které nejsou ani věcmi v právním smyslu, ani právy, nýbrž jako nehmotné majetkové hodnoty jsou způsobilé být samostatnými předměty právních a ekonomických vztahů.

Předměty duševního vlastnictví mohou být výsledkem tvůrčí (duševní činnosti) nebo výsledkem činnosti netvůrčí. Nositeli tvůrčí duševní činnosti mohou být fyzické osoby nositeli netvůrčí činnosti mohou být jak osoby fyzické, tak i právnické. V obou případech lze mluvit o „duševním“ vlastnictví, které je třeba chápat jako opak majetku hmotného.

Z této definice vyplývá, že subjektivní práva k těmto ideálním předmětům náležejí originálně těm osobám, díky jejichž činnosti tyto předměty vznikly (autorům, původcům, výrobcům etc.), kteří také s nimi mohou v souladu se zákonem nakládat.

Z hlediska ekonomického lze konstatovat, že tyto ideální objekty duševního vlastnictví, respektive práva k nim, jsou penězi ocenitelným zbožím, majícím svou směnnou a užitnou hodnotu na trhu. Předměty duševního vlastnictví však mohou být způsobilými předměty právních (i ekonomických) vztahů jedine tehdy, jsou-li vyjádřeny v hmotné podobě (zhmotněny).

Ke splnění této podmínky, dle českého práva, postačuje pouhá efemérní materializace, tj. aby ideální předmět byl vnímatelný smysly. Všechny jevy mimosmyslového vnímání nelze řadit mezi ideální předměty duševního vlastnictví. Pro názornost je vhodné uvést, že vnímání zvuku i obrazu lidskými smysly se děje prostřednictvím hmotných vln, které při živém nezaznamenávaném projevu (např. přednesu básně) existují pouze v pomíjivé podobě.



Duševní vlastnictví představuje zvláštní nehmotnou hodnotu, spočívající v technické vyspělosti, jedinečnosti či originalitě, proslulosti, kvalitě, zvláštním původu a v dalších aspektech produktu či postupu jeho majitele či jiného držitele práv k nehmotným statkům (např. nabyvatele licence), popř. vyjadřuje jeho identitu, zaměření jeho aktivity aj.

Zároveň o těchto aspektech nehmotné statky vypovídají, napomáhají vytvářet pozitivní (i negativní) obraz spotřebitele o nehmotném statku, produktu či postupu nebo podniku držitele práv, podle něhož se často spotřebitelé orientují při výběru produktů. Tuto informační („vypovídající“) funkci mají především ochranné známky a dalších ochranná označení, ale též nehmotné výsledky duševní činnosti (vynálezy, autorská díla, know-how aj.) a zvláště nehmotný statek, který komplexně vystihuje pozitivní či naopak negativní obraz o podniku v očích spotřebitelů, jeho pověst – dobrou nebo naopak špatnou (goodwill či badwill). Značnou roli při realizaci této informační funkce nehmotných statků hraje i reklama a další formy propagace podnikatelů (direct marketing, přímý prodej, sponzorování aj.).

Někteří držitelé (platí ale, že nejen držitelé) práv k duševnímu vlastnictví se proto snaží vylepšit obraz o svých produktech, postupech, nehmotných statcích nebo podniku různými nekalými postupy, kterými spotřebitele klamou a získávají tím výhody, které by jinak neměli, a to často na úkor jiných soutěžitelů či držitelů práv k nehmotným statkům a / nebo spotřebitelů.

Klamáním spotřebitelů v souvislosti s vlastním či cizím duševním vlastnictvím tedy nedochází jen k poškozování

oklamaných spotřebitelů (ohledně kvality či ceny produktu, jeho původu, způsobu zpracování, výrobce aj.), ale též k poškozování nehmotných statků jiných osob, resp. držitelů práv k nim, a to buď přímo (napodobováním nebo zlehčováním konkrétních nehmotných statků nebo produktů a postupů soutěžitele) nebo nepřímo (laudatorním klamáním o svých nehmotných statcích, produktech či postupech, agresivní reklamou aj. získává daný soutěžitel neodůvodněné výhody v hospodářské soutěži na úkor jiných soutěžitelů – držitelů práv k nehmotným statkům, kteří postupují řádně a k takovým praktikám se neuchylují, čímž jsou tito držitelé a tedy i jejich duševní vlastnictví poškozováni, např. v podobě ušlého zisku, ztracených příležitostí a trhů, poklesem dobré pověsti – goodwillu či reputace aj.). Právo tím, že postihuje klamání spotřebitelů, chrání přímo i nepřímo i duševní vlastnictví a intenzita a úroveň vynucování této právní ochrany před klamáním se odráží i ve vyšší či nižší úrovni ochrany duševního vlastnictví v daném právním řádu.

Právní nástroje ochrany spotřebitelů před klamáním jsou doplňovány i nástroji etickými – etickými pravidly, jejichž dodržování vynucují mimoprávními cestami orgány samoregulace (např. Rada pro reklamu). Velmi důležitá je i pozornost, kterou problematice ochrany spotřebitelů před klamáním věnují vládní orgány (např. v programovém prohlášení, v praktické politice vlády a jednotlivých státních orgánů) či média, výuka na školách, vzdělávací akce a školení pracovníků, ale i instituce ochrany spotřebitelů a jejich aktivní obrana, resp. vytváření celkového povědomí nezbytnosti aktivní obrany spotřebitelů před klamáním mezi spotřebiteli samotnými. Je všeobecně známo, že spotřebitelé v západních zemích, zejména v USA, jsou při uplatňování svých práv velmi aktivní,

při náznaku nesprávného postupu podnikatele vůči nim si okamžitě stěžují, často žalují podnikatele před soudem aj. Vytvářejí tak sami tlak na vyšší respekt k ochraně spotřebitelů před klamáním a v rámci něho i k ochraně duševního vlastnictví. Vyšší aktivita spotřebitelů je třeba tam, kde jsou z politicko-ideových důvodů minimalizovány funkce státních orgánů při ochraně před klamáním spotřebitelů s tím, že samoregulace a soukromoprávní aktivita spotřebitelů ve sporech před soudy je postačující cesta k ochraně. Platí však, že určitá role státních orgánů je v tomto směru nutná a nezastupitelná. Např. i v USA existuje i silná veřejnoprávní cesta k ochraně spotřebitelů před klamáním – např. stížností u Federální obchodní komise (obdoba českého Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže), která je obávaným administrativním orgánem takového veřejnoprávního postihu a vynucení ochrany spotřebitelů. K dosažení potřebné míry aktivity spotřebitelů je třeba i určitá tradice a účinně a rychle fungující soudní soustava. V této souvislosti lze uvést, že i v České republice je z poslední doby známa celá řada (i medializovaných) případů aktivní obrany spotřebitelských organizací.

Z hlediska postavení spotřebitele je třeba řešit základní problém – je spotřebitel pouze bezbranný objekt ochrany (tak zejména z hlediska ochrany jeho zdraví a bezpečnosti) nebo aktivní subjekt ochrany, který je schopen se sám bránit ba dokonce se podílet na přípravě právních předpisů prostřednictvím spotřebitelských institucí. Velmi důležité je i vytváření a posilování právního vědomí spotřebitelů o tom, že duševní vlastnictví je právně chráněno a že jeho právní ochrana je spravedlivá a správná.

Přiměřeně silná ochrana duševního vlastnictví je obecně ku prospěchu spotřebitelů, protože podporuje tvorbu a implementaci nových poznatků v praxi (výsledky duševní činnosti) i hospodářskou soutěž (ochranná označení, goodwill), ekonomický rozvoj, vznik nových typů produktů a trhů, životního stylu, zvyšování životní úrovně, umožňuje řešit nahromaděné technické, ekonomické, sociální i etnické problémy současného světa (výsledky výzkumu a vývoje). Na druhé straně jsou však spotřebitelé zároveň i běžnými uživateli nehmotných statků a snahy o nadměrné prosazování role nehmotných statků (např. reklamy, ochranných označení) nebo jejich komerčního zhodnocení držiteli práv jsou veřejností problematizovány a kritizovány, což může vést i k vytváření odporu proti ochraně duševního vlastnictví vůbec. Příliš rozsáhlá nebo jednostranně výhodně uplatňovaná práva k duševnímu vlastnictví totiž mohou omezit přístup uživatelů k nehmotným statkům, k informacím. Je proto v zájmu vytváření příznivého etického klimatu a povědomí spotřebitelů o potřebě prosazovat ochranu duševního vlastnictví nutno zachovat rovnováhu mezi právy autorů, průvodců či podnikatelských subjektů (producentů, distributorů aj.) na jedné straně a nejširšího zájmu uživatelské veřejnosti ohledně možnosti využít nehmotné statky ke vzdělání, výzkumu a přístupu k informacím na straně druhé. Dosažení rovnováhy mezi oběma skupinami a jejich právy je výslovně uvedeno mezi základními cíli významných mezinárodních dokumentů v oblasti duševního vlastnictví, např. v preambulích obou tzv. internetových smluv WIPO z oblasti autorských práv a práv souvisejících z r. 1996 (WCT a WPPT), na něž se odvolává i Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/29/ES o harmonizaci některých aspektů autorského práva a práv souvisejících v informační společnosti. Požadavek rovnováhy je

vyjádřen i v čl. 7 Dohody o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (TRIPS) z r. 1994 jako její cíl.

### 1.2.3. Klamání spotřebitele

Ačkoli právní řád České republiky pojem klamání spotřebitele nedefinuje, platí podle ustanovení § 8 zákona o ochraně spotřebitele zákaz spotřebitele klamat. Podle citovaného ustanovení nesmí nikdo spotřebitele klamat, zejména uvádět nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepřesné, nejasné, dvojsmyslné nebo přehnané údaje anebo zamlčet údaje o skutečných vlastnostech výrobků nebo služeb či úrovni nákupních podmínek, přičemž za klamání spotřebitele se považuje také nabídka nebo prodej výrobků nebo zboží porušující některá práva duševního vlastnictví, jakož i skladování těchto výrobků nebo zboží za účelem nabídky nebo prodeje.

### 1.3. Hlavní způsoby a typy klamání spotřebitelů

Vzhledem k absenci zákonné definice pojmu klamání spotřebitele, lze tento pojem v souvislosti s duševním vlastnictvím přiblížit v obecné rovině i prostřednictvím jeho kategorizace do určitých způsobů či typů.

Podle způsobu jednání či klamání lze rozlišit následující typy:

- obecné klamání o povaze a vlastnostech produktu či prostupu, jeho druhu, složení, kvalitě, popř. i kvantitě (např. tzv. podfukové balení obsahující v mimořádně velkém obalu malé množství produktu), ceně, vybavení (komplexnost, doplňky),

způsobu a účelu použití, funkci, spolehlivosti, době a místu výroby (údaj o provenienci), rozsahu záruky a možného vyzkoušení a vrácení, době životnosti nebo upotřebitelnosti, době dodání, dopravě, způsobu placení, výhodách a podmínkách pro jejich získání (např. vyzvednutí „výhry“, nevyžádané dárky, prémie – zájezdy, věcné ceny), neexistujících úspěších produktu v soutěžích aj., zvláštní případ spadající do tohoto typu je klamání o původu výrobku použitím chráněného označení původu či zeměpisného označení na výrobek pocházející z jiného místa,

- tzv. plagiátorství (jiná osoba se vydává za autora či původce nemotného statku, za jeho výrobce aj.)

- neoprávněné obsazení práva k nemotnému statku a jeho neoprávněné používání, ač se pro jinou osobu, která jej používala dříve, stal příznačný, např. registrace loga či jiného označení, které je příznačné pro jiného soutěžitele, jako ochranné známky (známkové pirátství) nebo doménového jména (cybersquatting, často si skvoter registruje doménové jméno shodné se známou ochrannou známkou, obchodní firmou, názvem města aj.), cílem pirátů či cybersquaterů je sice vydělat na odprodeji příslušné registrace majiteli daného loga nebo známky, ale pokud k němu nedojde a pirát či cybersquater jím registrované označení obchodně používá, dochází ke klamání spotřebitelů o tom, s kým jednají, popř. je alespoň přitáhnut jejich pozornost na internetové stránky cybersquatera, což zvýší počet jejich navštívení a tím i body zvyšující cenu reklamy třetí osoby na této cybersquaterově internetové stránce, popř. si spotřebitel vybere daný produkt u cybersquatera, obchoduje-li se stejnou komoditou, jako majitel daného loga či známky.

- vyvolání nebezpečí záměny okopírováním nebo napodobením označení produktu jiného držitele práv, spotřebitelé jsou klamáni zejména o tom, kdo je producentem (autorem, původcem, distributorem aj.) daného výrobku či nehmotné statku (autorského díla, vynálezu aj.), zda se jedná o originální výrobek nebo ne, popř. o kvalitě daného produktu,
- parazitování na pověsti označení či jiného nehmotného statku, produktu nebo podniku zejména tzv. opěrnou reklamou,
- klamavé zlehčování soutěžitele, jeho nehmotných statků, produktů či podniku,
- klamavá srovnávací reklama včetně použití zbožových testů v klamavé srovnávací reklamě,
- klamání o podpoře soutěžitele či jeho produktů nebo nehmotných statků osobou veřejné autority zejména politika, vědce, duchovního aj.

Podle vztahu k duševnímu vlastnictví lze rozlišit klamání, jehož jsou jednotlivé nehmotné statky:

- prostředkem, jímž se spotřebitelé klamou o jiné záležitosti, než je nehmotný statek, např. použití označení místa v zahraničí jako součást ochranné známky či loga, aniž by k tomuto místu měl soutěžitel nějaký vztah, mýlivý název např. zvukového záznamu, který ukazuje na nové nahrávky, zatímco obsahuje jen staré.

- objektem, když jsou spotřebitelé klamáni přímo o daném nehmotném statku, např. že se jedná o originální ochranou známku a ne o její napodobeninu.

Podle rozsahu adresátů na veřejné a neveřejné (popř. i jen mezi čtyřma očima), podle bezprostřednosti klamání na přímé a nepřímé, podle následků lze uvést klamání způsobující omyl při právním jednání aj.

#### 1.4. Systém právní ochrany před klamáním spotřebitelů v souvislosti s duševním vlastnictvím

Kodex, který by komplexně upravoval ochranu spotřebitele v celé své šíři, včetně vztahu k duševnímu vlastnictví, v právním řádu České republiky neexistuje. Právní úprava ochrany spotřebitele je u nás, a to zejména v souvislosti s ochranou duševního vlastnictví, značně roztříštěná. Není to však z důvodu legislativní zmetkovosti, tato situace je odrazem společenské a ekonomické reality, kdy právní úprava ochrany spotřebitele a duševního vlastnictví je promítnuta do jednotlivých právních předpisů.

Jedná se o zvláštní zákony upravující duševní vlastnictví (např. zákon o ochranných známkách, autorský zákon) a zákony upravující jinou problematiku, kde je buď určitá malá část věnována i ochraně duševního vlastnictví (např. zákon o ochraně spotřebitele, úprava nekalé soutěže v obchodním zákoníku) nebo kde se o duševním vlastnictví nehovoří, ale lze je na tuto ochranu použít (např. zákon o potravinách a tabákových výrobcích).

V některých předpisech je zakotvena ochrana jen před klamáním spotřebitelů (např. zákon o ochraně spotřebitele, úprava



spotřebitelských smluv v občanském zákoníku), ve většině předpisů však jsou chráněni nejen spotřebitelé, ale stejnou měrou i podnikatelé, obchodní partneři či soutěžitelé (např. ve zvláštních předpisech o ochraně duševního vlastnictví – v zákoně o ochranných známkách ochrana proti nekalé soutěži v obchodním zákoníku aj.), v některých z nich jsou však spotřebitelé při uplatňování své ochrany zvýhodněni (např. při ochraně proti nekalé soutěži).

Veřejnoprávní ochrana proti klamání spotřebitelů v obecných právních předpisech zahrnuje zejména úpravu:

- zákona o ochraně spotřebitele
- zákona o regulaci reklamy
- zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání
- zákona o potravinách a tabákových výrobcích

a ve zvláštní právní úpravě týkající se duševního vlastnictví zejména úpravu:

- výroby a šíření a archivování audiovizuálních děl
- dovozu, vývozu a zpětného vývozu zboží porušujícího některá práva duševního vlastnictví
- nekalé soutěže v trestním zákoně
- v oblasti kultury a obchodních firem v zákoně o přestupcích

Soukromoprávní ochrana proti klamání spotřebitelů v obecných právních předpisech zahrnuje zejména úpravu:

- ochrany proti nekalé soutěžit (klamavou reklamou, klamavé označení zboží a služeb, vyvolání nebezpečí záměny, parazitování na pověsti a klamavou srovnávací reklamou v obchodním zákoníku)
- spotřebitelských smluv v občanském zákoníku, zejména

- jednání v neprospěch spotřebitele (nekalé smluvní podmínky)
- právního jednání v omylu, popř. následkem podvodu v občanském zákoníku
  - ochrany osobnosti v občanském zákoníku a osobních údajů fyzické osoby ve zvláštním zákoně

a ve zvláštní právní úpravě týkající se duševního vlastnictví zejména úpravu:

- obchodních firem v obchodním zákoníku,
- ochranných označení ve zvláštních zákonech, a to ochranných známek, označení původu a zeměpisných označení, olympijských symbolik, názvů odrůd rostlin
- průmyslových vzorů v zákoně o průmyslových vzorech
- autorských děl, nehmotných statků s nimi souvisejících a databází v autorském zákoně

### 1.5. Komunitární právo

Soustavnou politiku ochrany spotřebitele vyvíjí Evropská společenství od r. 1972, tzv. nový přístup deklarovala v roce 1986 (ústup od detailní úpravy ve prospěch jen základních principů). V roce 1973 byla zřízena Poradní spotřebitelská rada Komise. V roce 1995 byl Komisí zřízen Spotřebitelský výbor a v roce 1996 bylo vytvořeno nové generální ředitelství (DG XXIV) pro ochranu spotřebitele a zdraví. Při tvorbě práva ES v oblasti ochrany spotřebitele je významný i Hospodářský a sociální výbor, který v r. 1976 zřídil Výbor pro životní prostředí, veřejné zdraví a ochranu spotřebitele.

Pojem „spotřebitel“ je v právu ES chápán jen jako fyzická osoba, která nakupuje výrobek za jiným účelem, než ke své

podnikatelské činnosti a uspokojuje své vlastní nebo rodinné potřeby. Toto pojetí je také funkční, ale užší, než pojetí spotřebitele v právu České republiky. Spotřebitel se tak liší od podniku (v terminologii práva ES je podnik chápán nejen jako objekt právních vztahů, jak je tomu v českém právu, ale i jako subjekt – podle české terminologie však ne jen podnikatel, ale i soutěžitel – který nepodniká, ale účastní se hospodářské soutěže), osoby samostatně výdělečně činné nebo od pracovníka. Řada členských zemí ES nezastává takto úzké pojetí spotřebitele a vychází z pojmu „nepodnikatel – non-merchant“, který vykonává danou činnost pro soukromou potřebu, jiné mají širokou definici (např. Řecko – je to osoba, pro niž jsou zboží a služby na trhu určeny nebo je jejich konečným příjemcem), někde zákonná definice chybí (např. Francie, Holandsko, SRN, Španělsko). Duševní schopnost spotřebitele rozpoznat riziko klamání nebo jiného poškození je také chápáno rozdílně. Evropský soudní dvůr chápe její standard poměrně vysoko, vychází z koncepce „zdravě uvažujícího spotřebitele“.

Obecná úprava ochrany spotřebitele ve Smlouvě o založení Evropského společenství (SES) plyne z jejich čl. 3 písm. t) (posílení ochrany spotřebitele jako jeden z cílů ES), čl. 153 – Společenství přispívá k ochraně zdraví, bezpečnosti a hospodářských zájmů spotřebitelů i k podpoře jejich práv na informace, osvětu a sdružování se k ochraně svých zájmů, ochranu spotřebitele je třeba respektovat i při provádění jiných politik ES, Rada pro konzultaci s Hospodářským a sociálním výborem přijímá opatření ke sblížení právních předpisů členských států i k podpoře a doplnění jejich politiky, členský stát může přijmout přísnější opatření, než je standard ES, ale musí být slučitelné se SES a musí být sdělována Komisi.

Předpisy sekundárního práva ES jsou v oblasti ochrany spotřebitele před klamáním poměrně časté – je to zejména Směrnice o klamavé reklamě ve znění Směrnice o srovnávací reklamě (novela předchozí směrnice), Směrnice o provozování televizního vysílání (televizní reklama, teleshopping a sponzorování), Směrnice o reklamě pro víno, Směrnice o reklamě a sponzorování tabákových výrobků, Směrnice o reklamě potravin, Směrnice o nepoctivých podmínkách ve spotřebitelských smlouvách, Směrnice o ochraně spotřebitele při udávání cen potravin i jiných výrobků než potravin aj.

Obecně lze konstatovat, že právo České republiky upravující ochranu spotřebitele je s právem ES v převážné většině harmonizováno.

Významnou roli při formování problematiky klamání spotřebitelů hrají i rozhodnutí Evropského soudního dvora.

Pro stanovení hranic ochrany spotřebitelů proti klamání bylo významné rozhodnutí Evropského soudního dvora ve věci Dassonville z 11.7.1974. Dassonville řádně nakoupil ve Francii skotskou whisky dovezenou ze Skotska a dovezl ji do Belgie, byl tedy nepřímým dovozcem, přičemž belgické předpisy mu přikazovaly předložit potvrzení o původu zboží, které výrobce vydává obvykle jen přímému dovozci a Dassonville je neměl a zfalšoval je, nebyl však trestně odpovědný, protože podle rozhodnutí Evropského soudního dvora nepřímí dovozci nemají povinnost prokazovat původ zboží, čímž by byly znevýhodněni, a proto Dassonville nic neporušil, zmíněný předpis požadující takové potvrzení je „překážkou obchodu“, resp. „opatřením

s účinkem rovnocenným množstevním omezením podle čl. 30 SES“ – tento pojem byl v rozhodnutí definován.

Později byla doktrína „Dassonville“ rozšířena rozhodnutím Evropského soudního dvora ve věci Cassis de Dijon z 20.2.1979. Společnost Rewe požádala v SRN o povolení k dovozu likéru s tímto názvem a obsahem 15-20 % alkoholu z Francie, kde byl legálně prodejný, v SRN však byla minimální hranice alkoholu pro nápoj, označovaný jako likér, 32 % a proto byl dovoz odmítnut s tím, že je to v zájmu ochrany spotřebitelů, Evropský soudní dvůr vyvinul v této věci zásadní doktrínu o tom, že takové požadavky národních předpisů jsou „opatřením s účinkem rovnocenným množstevním omezením podle čl. 30 SES“ a že výrobek, který je legálně uveden na trh v jednom členském státu, může být bez překážek dovezen do jiného členského státu ES, k ochraně spotřebitelů v dané věci stačila řádná informace na etiketě likéru – tzv. labelling doctrine – a nebylo třeba dovoz zcela zakázat, má-li být zákaz v souladu se Společným trhem, je třeba, aby se dané opatření uplatňovalo i na výrobky tuzemské – nebylo diskriminační a aby bylo součástí systematické politiky státu ve veřejném zájmu, např. ochrany spotřebitelů – tyto podmínky však v daném případě splněny nebyly.

Doktrína Dassonville a Cassis de Dijon umožňovala obejít právní bariéry v zemi s přísnějšími podmínkami, pokud byl výrobek uveden na trh v zemi ES, která měla podmínky mírnější a proto, aby nebyla zneužívána, ji Evropský soudní dvůr omezil ve věci Keck z 24.2.1993 (z možnosti ji využít byla vyloučena opatření nediskriminační, která se týkají způsobů obchodování, jako byl francouzský zákaz dalšího prodeje zboží se ztrátou,

kteřá je uplatňována stejně pro všechny účastníky trhu, takže tento zázak Evropský soudní dvůr potvrdil).

Ke klamání spotřebitelů měl vztah i případ Buy Irish z 24.11.1982 (Evropský soudní dvůr prohlásil za nepřipustnou akci irské vlády propagující prodej irských výrobků – např. zavedení symbolu „zaručeně irský“, podpora reklam na irské zboží aj.), duševního vlastnictví se týkal případ Planet Punk z 28.4.1998 (výlučné právo na pronájem a půjčování zvukových záznamů se prvním prodejem v zemi ES nevyčerpá a omezení volného pohybu zboží je v tomto případě odůvodněno ochranou průmyslového a obchodního, přesněji duševního, vlastnictví).

#### 1.6. Mezinárodní právo veřejné

Ochrana spotřebitele byla poprvé veřejně deklarována v projevu J.F.Kennedyho k americkému Senátu dne 15.3.1963, odtud se 15. březen stal Světovým dnem práv spotřebitele. Principy jím vyslovené pak byly zakotveny do rezoluce Valného shromáždění OSN č. 39/248/1985 (Guidelines on Consumer Protection). V mezinárodním právu je spotřebitel chápán buď jako nositel základních lidských či občanských práv nebo jako významný činitel ekonomických a integračních procesů, který má mít garantována určitý standard základních práv, ale jehož příliš silná ochrana nemá být překážkou volného obchodu mezi státy. Z mezinárodních smluv v oblasti duševního vlastnictví se klamání spotřebitele, resp. klamání obecně dotýká zejména Pařížská unijní úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví z r. 1883 a Dohoda o obchodních aspektech práv k duševnímu vlastnictví (TRIPS) z r. 1994. Z právně nezávazných mezinárodních dokumentů lze uvést Vzorová ustanovení WIPO o nekalé soutěži z r. 1996.

## 2. Veřejnoprávní ochrana před klamáním spotřebitelů

### 2.1. Zákon o ochraně spotřebitele a duševní vlastnictví

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění, přináší rozsáhlejší úpravu týkající se duševního vlastnictví, a to právě zejména z hlediska ochrany spotřebitele před klamáním.

Především mezi definicemi v § 2 vymezuje výrobek nebo zboží porušující práva duševního vlastnictví, kterým se rozumí:

- padělek, jímž je výrobek nebo zboží, včetně jeho obalu, na němž je bez souhlasu majitele ochranné známky umístěno označení stejné nebo zaměnitelné s ochrannou známkou, porušující práva majitele ochranné známky, dále veškeré věci nesoucí takové označení (značky, loga, etikety, nálepky, prospekty, návody k použití, doklady o záruce apod.), a to i tehdy, jsou-li uváděny samostatně, a samostatné obaly, na nichž je umístěno takové označení,
  
- nedovolená napodobenina, jíž je výrobek nebo zboží, které je rozmnoženinou nebo zahrnuje rozmnoženinu vyrobenou bez souhlasu majitele autorských nebo příbuzných práv nebo bez souhlasu majitele práv k průmyslovému vzoru, jestliže pořízení rozmnoženiny porušuje tato práva,
  
- výrobek nebo zboží, porušující práva majitele patentu nebo užitného vzoru nebo práva majitele dodatkového ochranného osvědčení pro léčiva a pro přípravky na ochranu rostlin, a

- výrobek nebo zboží, porušující práva toho, jemuž svědčí ochrana zapsaného označení původu nebo zeměpisného označení.

Jak uvedeno shora v rámci definování pojmosloví, zákon o ochraně spotřebitele klamání spotřebitelů výslovně zakazuje, konkrétně v § 8 odst. 1, a to zejména uváděním nepravdivých, nedoložených, neúplných, nepřesných, nejasných, dvojsmyslných nebo přehnaných údajů anebo zamlčováním údajů o skutečných vlastnostech výrobků nebo služeb či úrovni nákupních podmínek. Neznamená to však, že takovéto údaje jsou zakázány samy o sobě, ale jen když jsou způsobilé spotřebitele klamat, jinak by totiž byla zakázána většina reklamních spotů a údajů, které jsou přehnané nebo nepravdivé, ale průměrnému spotřebiteli je to jasné a není jimi klamán.

Odpovědnosti za klamání se nelze zprostit poukazem na skutečnost, že výrobce, dovozce nebo dodavatel neposkytl správné údaje.

Za klamání zákon považuje i nabídku, prodej či skladování za účelem nabídky a prodeje (ve skladech, dopravních prostředcích, kancelářích či jiných nebytových prostorách, v prodejnách včetně stánků) výrobků nebo zboží porušujících práva duševního vlastnictví.

Aby klamání spotřebitele mohl posoudit, je dozorový orgán oprávněn podle § 8a zákona o ochraně spotřebitele vyzvat majitele práva duševního vlastnictví (tj. majitele nebo spolumajitele patentu, majitele autorského osvědčení, majitele ochranné známky, majitele autorského práva nebo jiného práva



chráněného autorským zákonem nebo majitele práva k zapsanému průmyslovému vzoru nebo užitému vzoru nebo jeho zástupce), aby mu předložil dokumentaci potřebnou k provedení posouzení výrobků nebo zboží, a to do 15 pracovních dnů ode dne vyrozumění. Majitel práva duševního vlastnictví je povinen výzvě vyhovět a odpovídá za to, že předaná dokumentace je pravdivá, přesná, úplná a platná. Rovněž je povinen dozorovému orgánu neprodleně oznámit veškeré změny, které mohou mít vliv na správnost posuzování výrobků nebo zboží. Pokud dozorový orgán má pochybnosti o oprávněnosti nebo věcné správnosti předložené dokumentace, písemně vyrozumí majitele práva duševního vlastnictví o této skutečnosti. Majitel práva duševního vlastnictví podá ve lhůtě 15 dnů od doručení takového vyrozumění písemné stanovisko ke zjištěným vadám dokumentace a je povinen dozorovému orgánu neprodleně oznámit veškeré změny.

V souvislosti s tímto ustanovením, respektive oprávněním dozorového orgánu, je třeba poukázat na skutečnost, že uvedené kontrolní oprávnění lze aplikovat pouze ve vztahu k majiteli práva duševního vlastnictví, nikoli vůči jiným osobám – oprávněným či naopak neoprávněným uživatelům, jejichž práva k duševnímu vlastnictví jsou odvozena od práv majitelů. V praxi, a zejména v té maloobchodní a tudíž ve vztahu ke spotřebiteli, jsou však nejčastějšími narušiteli práv duševního vlastnictví a prodávajícími, kteří spotřebitele na poli duševního vlastnictví nejčastěji klamou, právě osoby, které nejsou majiteli práva duševního vlastnictví, nezdědka ani držiteli práva odvozeného.

Pokud vykonává dozorový orgán kontrolu na podnět majitele práv duševního vlastnictví nebo jiné osoby, která prokázala

právní zájem (tj. např. osoby, která má odvozené právo od majitele práva duševního vlastnictví nebo poškozený spotřebitel), je majitel práv nebo tato osoba povinen složit do 15 dnů od podání podnětu na účet orgánu přiměřenou jistotu za účelem náhrady nákladů dozorového orgánu, kdyby se kontrolou oprávněnost podnětu neprokázala. Nebude-li v této lhůtě složena, nemá dozorový orgán povinnost podnět prošetřit. Výši jistoty stanoví vedoucí dozorového orgánu, přičemž výše jistoty je určena podle průměrných nákladů na jednoho kontrolního pracovníka a den podle údajů předcházejícího roku. Naopak, pokud se kontrolou prokáže oprávněnost podnětu, je dozorový orgán povinen jistotu do 10 dnů po ukončení kontroly poukázat zpět. Pokud se neprokáže oprávněnost podnětu, dozorový orgán zúčtuje skutečně vynaložené náklady a pokud budou nižší než složená jistota, vrátí do 10 dnů zjištěný rozdíl, budou-li vyšší, je majitel práv nebo zmíněná osoba povinna zvýšené náklady do 10 dnů od doručení vyrozumění doplatit.

Kdyby majitel práv předal dozorovému orgánu nepravdivou, nepřesnou, neúplnou nebo neplatnou dokumentaci a vznikne-li na základě těchto podkladů rozhodnutím dozorového orgánu kontrolované osobě (což může být i spotřebitel) škoda, odpovídá za ni majitel práv.

Ačkoli ve shora uvedeném případě se jedná o právní úpravu v zákoně o ochraně spotřebitele, jde spíše o stanovení oprávnění dozorových orgánů směřující k ochraně pravidel poctivé hospodářské soutěže v souvislosti s duševním vlastnictvím. Zde jde o typický příklad spojitosti ochrany spotřebitele s ochranou duševního vlastnictví, které je výchozím bodem této práce.

Zabránit klamání spotřebitelů napomáhají i další nástroje zákona o ochraně spotřebitele – informační povinnosti prodávajícího ve vztahu ke spotřebiteli podle § 9 a násl. a další povinnosti při prodeji výrobků a služeb podle § 15 a násl. zákona o ochraně spotřebitele.

Z informačních povinností stojí v souvislosti s pojednávaným tématem za zmínku povinnost prodávajícího zajistit, aby jím prodávané výrobky byly přímo a viditelně označeny názvem, označením výrobce nebo dovozce, popřípadě dodavatele, údaji kvantitativními a dalšími údaji potřebnými dle povahy výrobku k jeho identifikaci, popřípadě užití. Součástí těchto údajů mají jistě být i údaje o obchodní firmě, ochranné známky, loga či jiné instrumenty duševního vlastnictví identifikující jak výrobek tak i uvedené osoby. Navíc platí, že prodávající nesmí označení výrobků ani jiné údaje uvedené výrobcem, dovozcem nebo dodavatelem odstraňovat ani měnit.

V souvislosti s informačními povinnostmi vůči spotřebiteli je třeba zmínit i povinnost vyplývající ze zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Na jeho základě je podnikatel povinen zvenčit, trvale a viditelně označit provozovnu obchodní firmou nebo názvem nebo jménem a příjmením a identifikačním číslem, to vše pod sankcí pokuty od živnostenského úřadu.

Z dalších povinností při prodeji výrobků a poskytování služeb zmiňme povinnost výrobek na žádost spotřebitele předvést a v případech stanovených občanským zákoníkem vyplnit záruční list, vydat spotřebiteli doklad o zakoupení výrobku nebo poskytnutí služby. Spotřebitel musí být též zřetelně upozorněn na výrobky použité či upravované, s vadou nebo jejichž užitné vlastnosti jsou omezeny.

Preventivně působí proti klamání spotřebitelů i ochrana před výrobky zaměnitelnými s potravinami a striktní právní úprava používání názvů jednotlivých druhů křišťálového skla a označení „křišťál“ a jeho odvozenin.

Nad ochranou spotřebitele podle zákona o ochraně spotřebitele provádí dozor několik typů orgánů veřejné správy, rozdělení jejich působnosti stanoví zákon ochrany spotřebitele poměrně komplikovaně. Obecně je tímto orgánem Česká obchodní inspekce, avšak dozor nad dodržováním zákazu klamání a informační povinnosti provádí na úseku zemědělských, potravinářských, kosmetických, mydlářských, saponátových a tabákových výrobků též Státní zemědělská a potravinářská inspekce, na úseku ochrany zdraví z hlediska zdravotní nezávadnosti výrobků a poskytování služeb též orgány ochrany veřejného zdraví, na úseku veterinární péče a z hledisek stanovených zákonem o ochraně spotřebitele orgány veterinární správy, v oblasti obchodu a služeb obecní živnostenské úřady příslušné podle umístění provozovny.

Pokud celní orgány provedly dozor na trhu a zjistily zboží porušující práva duševního vlastnictví, které není pod celním dohledem, jsou oprávněny zboží zajistit a postoupit příslušnému dozorovému orgánu (viz předchozí rozdělení kompetence) k dalšímu řízení. Podobně i inspektor České obchodní inspekce nebo Státní zemědělské a potravinářské inspekce, který provedl dozor na trhu a zjistil zboží porušující práva duševního vlastnictví, je oprávněn zboží zajistit a předat jej příslušnému celnímu orgánu k provedení celního řízení, jsou-li pod celním dohledem.

Dozorové orgány jsou oprávněny vydávat závazné pokyny k odstranění zjištěných nedostatků. V případě bezprostředního ohrožení života, zdraví nebo majetku jsou oprávněny pozastavit prodej výrobků nebo poskytování služeb anebo uzavřít provozovnu; vyžaduje-li to naléhavost situace, lze toto rozhodnutí oznámit ústně a neprodleně doručit písemné vyhotovení rozhodnutí. Proti takovému rozhodnutí lze podat odvolání do tří dnů od doučení písemného vyhotovení, odvolání nemá odkladný účinek a musí o něm být rozhodnuto bezodkladně.

Za porušení zákazu klamání spotřebitele ukládají dozorové orgány pokuty až do výše 1.000.000,- Kč, přičemž při stanovení výše pokuty se přihlíží k povaze protiprávního jednání a k rozsahu jeho následků. Za opakované porušení zákazu klamání spotřebitele v průběhu jednoho roku lze ukládat (tj. opakovaně) pokutu až do výše 2.000.000,- Kč. Výnos pokut je příjmem státního rozpočtu České republiky.

Z výše nastíněného rozdělení kompetencí dozorových orgánů plyne, že dozor nad dodržováním zákazu klamání spotřebitele provádějí obecní živnostenské úřady, a to včetně oprávnění vydávat závazné pokyny k odstranění zjištěných nedostatků, pozastavení prodeje, uzavření provozovny a ukládání pokut. K výkonu dozoru však živnostenské úřady nejsou vybaveny oprávněním zboží porušující práva duševního vlastnictví zabavit či alespoň zajistit, k čemuž navíc ani nemají potřebné zázemí. Z informací poskytnutých dozorovými pracovníky lze též dovodit, že tito nejsou často schopni proti nejrozmanitější argumentaci kontrolovaných podnikatelů jednoznačně (tj. tak, aby případné odůvodnění výroku rozhodnutí splňovalo

požadavky stanovené správním řádem) prokázat skutečnost, že je jimi nabízeno zboží porušující práva duševního vlastnictví, když navíc povinnost předložit živnostenskému úřadu dokumentaci potřebnou k provedení posouzení zboží mají pouze majitelé práv duševního vlastnictví, nikoli osoby mající práva od nich odvozená. Dále v praxi platí, že i když se dozorovému orgánu podaří kontrolovaného ve správním řízení potrestat (vydáním perfektního správního rozhodnutí), tato informace a zejména použité důkazní prostředky a odůvodnění rozhodnutí se mezi určitými skupinami obchodníků rozšíří velmi rychle tak, že na další kontroly již jsou vybaveni novými argumenty jejich závadné jednání zamlžujícími.

Bohužel, realitou výkonu dozoru nad zákazem klamání spotřebitele ze strany živnostenských úřadů, a zejména ukládání pokut, je i jejich ne vždy plné nasazení, a to z toho důvodu, že výnos pokut je příjmem státního rozpočtu, nikoli obce, která prostřednictvím obecního živnostenského úřadu dozor v rámci přenesené působnosti provádí.

Uvedenou změt' kompetencí řeší dozorové orgány v některých případech prováděním společných kontrol. Úskalím těchto společných kontrol, často doprovázených účastí Policie České republiky, je to, že každý orgán si takřkajíc drží svou „linii“, každý je totiž povinen (podle zákona o státní kontrole) vyhotovit svůj kontrolní protokol a doručit jej kontrolovanému subjektu k případným námitkám, přičemž tato praxe vede neznáma k právními zmatku mezi kontrolovanými osobami.

V souvislosti s klamáním spotřebitelů zbožím porušujícím práva duševního vlastnictví a jejich ochranou prostřednictvím státního

dozoru si závěrem nelze odpustit jednu kacírskou myšlenku. Totiž, že tato ochrana je často ochranou spotřebiteli „navzdory“, neboť je to právě poptávka spotřebitele po značkovém – neznačkovém zboží (tj. zboží porušujícím práva duševního vlastnictví), která obchodu s ním umožňuje vzkvétat.

## 2.2. Zákon o potravinách a tabákových výrobcích

Zákon o potravinách a tabákových výrobcích č. 110/1997 Sb. v platném znění stanoví mimo jiné určité povinné údaje a označení, resp. podmínky, za nichž lze určitá označení, výrazy či údaje při uvádění potravin a tabákových výrobků do oběhu používat, a které tak mají předejít klamání spotřebitelů. Tím zároveň i omezuje podnikatele či soutěžitele v hospodářské soutěži v použití určitých označení svých produktů, včetně ochranných označení, která jsou předmětem duševního vlastnictví.

Především se jedná o bezvýjimečný zákaz uvádět do oběhu potraviny a tabákové výrobky klamavě označené nebo nabízené ke spotřebě klamavým způsobem, a to ve smyslu právní úpravy zákazu klamání spotřebitele podle zákona o ochraně spotřebitele (viz výše) a skutkové podstaty nekalé soutěže „klamavé označení zboží a služeb“ podle obchodního zákoníku. S uvedeným zákazem je spojena povinnost potraviny a tabákové výrobky nabízené klamavým způsobem nebo klamavě označené neprodleně vyřadit z dalšího oběhu. Za nedodržení uvedeného zákazu a za nesplnění uvedené povinnosti uloží orgán dozoru pokutu až do výše 3.000.000,- Kč, v případě opětovného porušení až do výše 5.000.000,- Kč.

V případech, kdy se jedná o klamání spotřebitele spočívající v porušování některých práv duševního vlastnictví, nemůže orgán dozoru od uložení pokuty upustit, a to ani tehdy, kdy došlo k nápravě protiprávního stavu v souladu s uloženým opatřením nebo bezprostředně poté, kdy bylo zjištěno porušení povinnosti.

Zákon dále stanoví povinnost označovat potraviny a tabákové výrobky obchodní firmou výrobce nebo dovozce, popřípadě prodávajícího i osoby, která potravinu nebo tabákový výrobek zabalila, a to pod pokutou až 1.000.000.- Kč.

Státní dozor nad dodržováním zákona o potravinách a tabákových výrobcích provádějí orgány ochrany veřejného zdraví, veterinární správy a Státní zemědělská a potravinářská inspekce.

### 2.3. Veřejnoprávní regulace reklamy

Proti klamání spotřebitelů také působí obecná veřejnoprávní regulace reklamy podle zákona č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy ve znění pozdějších předpisů, zejména zákazy určitých druhů reklamy a jejím omezením. Tím je omezen i způsob používání nehmotných statků v reklamě, což se týká zejména ochranných známek a jiných ochranných označení, průmyslových vzorů a autorských děl – vzhledem k tomu, že reklama má často povahu autorského díla.

Podle uvedeného zákona se reklamou rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené 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 nebo propagaci ochranné známky. V souvislosti s ochranou spotřebitele je zákon významný především zákazem reklamy podprahové, skryté, nevyžádané a klamavé.

Podprahovou je reklama založená na podprahovém vnímání, tj. reklama, která má vliv na podvědomí fyzické osoby, aniž by ji tato osoba vědomě vnímala. Skrytou je reklama, u níž je obtížné rozlišit, že se jedná o reklamu, zejména proto, že není jako reklama označena. Zákon rovněž zakazuje šíření nevyžádané reklamy, pokud vede k výdajům adresáta nebo adresáta obtěžuje. S tím souvisí i zákaz šíření obchodních sdělení elektronickou poštou – tzv. spamů podle zákona č. 480/2004 Sb. o některých službách informační společnosti.

K definici reklamy klamavé zákon odkazuje na soukromoprávní úpravu v ustanovení § 45 obchodního zákoníku, obsahuje však v souladu s právem ES (Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě) kritéria, na základě kterých orgán dozoru posuzuje, zda reklama je klamavá. Při takovém posuzování se berou v úvahu všechny rysy reklamy a především informace, které obsahuje, a posuzují se zejména:

- charakteristiky zboží nebo služeb, dostupnost, provedení, původ, způsob využití, vhodnost k použití, výsledky které lze od využití očekávat a výsledky zkoušek nebo prověrek prováděných na zboží nebo službách,
- cena nebo způsob, jakým je cena vypočtena, a podmínky, za nichž je zboží dodáváno nebo služby poskytovány a
- charakteristika a hodnocení zadavatele reklamy, jeho

kvalifikace, držení průmyslových a jiných práv a jeho ocenění na výstavách a soutěžích.

V návaznosti na předchozí kapitolu stojí za povšimnutí zákaz reklamy na tabákové výrobky, za kterou se však nepovažuje užití ochranné známky tabákového výrobku registrované nebo užívané pro tabákové nebo jiné výrobky nebo služby před účinností zákona o regulaci reklamy na reklamu jiných než tabákových výrobků nebo služeb. Přitom způsob, jakým je informace o výrobku nebo službě šířena, musí být zřetelně odlišen od způsobu šíření informace o tabákovém výrobku.

Orgán dozoru může požadovat na zadavateli reklamy důkazy o správnosti skutkových tvrzení v reklamě a tato tvrzení považovat za nesprávná, když důkazy nebyly poskytnuty ve stanovené lhůtě nebo nezbytném rozsahu. K tomu se váže i povinnost orgánu dozoru vyžádat si v pochybnostech stanovisko příslušných orgánů státní správy (ČOI, SZPI, státní zkušebny aj.) a profesních sdružení, která působí v oblasti reklamy (tj. Rada pro reklamu).

Zákon regulaci reklamy zakotvuje přípustnost srovnávací reklamy, avšak pouze za podmínek stanovených zákonem o regulaci reklamy a ustanovením § 50a obchodního zákoníku.

Za obsah reklamy odpovídá v plném rozsahu zpracovatel, byla-li zpracována pro jeho vlastní potřebu. Pokud byla reklama zpracována pro potřeby jiné právnické nebo fyzické osoby (tj. na objednávku zadavatele), odpovídají za její soulad se zákonem zpracovatel a zadavatel společně a nerozdílně. Za způsob šíření (tj. zařazení do programu, popř. pořadu, oddělení

od ostatních sdělení, označení aj.) nese odpovědnost šířitel.

Dozor nad dodržováním zákona o regulaci reklamy přísluší Radě pro rozhlasové a televizní vysílání (pro televizní nebo rozhlasovou reklamu a sponzorování, a to i v těch případech, které by jinak byly v kompetenci jiných orgánů níže uvedených), Státnímu ústavu pro kontrolu léčiv (pro reklamu a sponzorování na humánní léčivé přípravky), Ministerstvu zdravotnictví (pro reklamu a sponzorování na zdravotnické prostředky), Státní rostlinolékařské správě (pro reklamu pro přípravky na ochranu rostlin) a krajským živnostenským úřadům příslušným podle sídla nebo bydliště osoby zodpovědné za dodržování zákona o regulaci reklamy v ostatních případech.

Zákon o regulaci reklamy dává dozоровému orgánu pravomoc za reklamu, která je s ním v rozporu, uložit zadavateli, zpracovateli nebo šířiteli pokutu, a to i opakovaně až do výše 2.000.000,- Kč, u podprahové reklamy až do 5.000.000,- Kč a u reklamy klamavé až do 10.000.000,- Kč. Orgán dozoru má dále možnost nařídit odstranění nebo ukončení reklamy v přiměřené lhůtě a svá rozhodnutí vhodným způsobem zveřejňovat.

Na řízení před dozоровým orgánem ve věcech zákona o regulaci reklamy se sice obecně použije správní řád, na druhé straně ale zákon stanoví, že proti rozhodnutí orgánu dozoru lze podat opravný prostředek k soudu do 30 dnů ode dne doručení rozhodnutí. Vzhledem k tomu, že přezkoumání rozhodnutí orgánů veřejné správy řeší od 1.1.2003 obecně soudní řád správní, aniž by byl zákon o regulaci reklamy k tomu novelizován, není jasné, zda je přípustné odvolání, resp. rozklad proti rozhodnutí prvoinstančního dozоровého orgánu ve

správním řízení (živnostenské úřady, Ministerstvo zdravotnictví, Státní ústav pro kontrolu léčiv, atd.) a kdy nabývá rozhodnutí dozorového orgánu právní moci. Zákon nezavádí předběžný dozor, ač je to umožněno Směrnicí o klamavé reklamě, dozorový orgán může však využít institut předběžného opatření ve správním řízení.

Speciální veřejnoprávní regulace reklamy ve vztahu ke klamání spotřebitele je obsažena především v zákoně o provozování rozhlasového a televizního vysílání č. 231/2001 Sb. ve znění pozdějších předpisů, a to jednak přísnějšími podmínkami reklamy a teleshoppingu určených dětem a mladistvým, reklamy na alkohol, zákazem podprahové a skryté reklamy. Při vkládání reklamy a teleshoppingu do jednotlivých pořadů nesmí být porušena práva majitelů práv (obvykle duševního vlastnictví) k pořadům přiznaná podle zvláštního zákona (obvykle autorského zákona), musí tedy být jejich souhlas se spojením jejich díla s jiným dílem, resp. s jeho přerušením. Za pravdivost reklamy a teleshoppingu odpovídá zadavatel reklamy.

#### 2.4. Zákon o některých podmínkách výroby, šíření a archivování audiovizuálních děl

Tento předpis stanoví některé povinné údaje na originálním nosiči audiovizuálního díla (název díla, autor, výkonní umělci, výrobce audiovizuálního záznamu aj.), které mají zabránit klamání spotřebitelů. Pořadatel audiovizuální produkce (kina aj.) musí zajistit, aby reklama při této produkci byla označena jako reklama a oddělena od ostatního obsahu produkce.

## 2.5. Zákon o opatřeních týkajících se dovozu, vývozu a zpětného vývozu zboží porušujícího některá práva duševního vlastnictví

Tato úprava (zákon č. 191/1999 Sb.) napomáhá předcházet klamání spotřebitele porušením duševního vlastnictví při vývozu, dovozu a zpětném vývozu a řeší spolupráci celních orgánů s majiteli práv duševního vlastnictví. Příslušné pro provádění zákona jsou celní orgány.

## 2.6. Trestně právní ochrana v oblasti porušování pravidel hospodářské soutěže (nekalá soutěž), oblasti ochrany práv na označení, oblasti ochrany průmyslových práv a oblasti ochrany autorského práva, práv s ním souvisejících a práv k databázi

Trestní postih nekalé soutěže a porušení práv duševního vlastnictví je nejvýraznějším nástrojem prosazování těchto práv. S výjimkou osobních údajů, u nichž postačí zavinění z nedbalosti, se uplatňuje jen při úmyslném zavinění pachatele, což je obtížněji prokazatelné a snad proto je odsouzených trestných činů z této oblasti relativně málo.

Trestní právo hmotné je upraveno zákonem č.140/1961 Sb., trestní zákon, který vymezuje mimo jiné jednotlivé skutkové podstaty trestných činů a druhy a výše trestů, které lze za jejich spáchání uložit. Postup orgánů činných v trestním řízení při vyšetřování trestných činů a ukládání trestů za spáchané trestné činy upravuje zákon č.141/1961 Sb., o trestním řízení soudním (trestní řád).

### 2.6.1. Trestněprávní ochrana před nekalou soutěží

Trestněprávní ochrana před nekalou soutěží je zakotvena v § 149 trestního zákona.<sup>2</sup> Požadavek na zakotvení trestního ustanovení proti nekalé soutěži vyplývá z Pařížské mezinárodní úmluvy na ochranu průmyslového vlastnictví z r. 1883.

Pachatelem tohoto trestného činu může být kdokoli, kdo je trestně odpovědný, zákon se zde neomezuje pouze na soutěžitele. Pachatelem tohoto trestného činu může být například jednatel společnosti s ručením omezeným, který svým jednáním poškodí jinou společnost, přičemž soutěžiteli jsou tyto obchodní společnosti, nikoli jednatel a poškozená společnost. Postihuje se jednání, které je v rozporu s předpisy upravujícími soutěž v hospodářském styku (např. nekalá soutěž dle obchodního zákoníku nebo omezování hospodářské soutěže dle zákona č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže) nebo jednání které je v rozporu se zvyklostmi soutěže. Pachatelem tohoto trestného činu bude ten, kdo takovým jednáním poškodí dobrou pověst nebo ohrozí chod nebo rozvoj podniku soutěžitele.

Trestný čin bude dokonán, i když chod nebo rozvoj podniku nebude zastaven, ale bude jen ohrožen. Ke spáchání tohoto trestného činu se vyžaduje úmyslné zavinění. Úmysl pachatele se musí vztahovat jak k porušení předpisů upravujících soutěž v hospodářském styku nebo zvyklosti soutěže, tak i k poškození

---

<sup>2</sup> § 149 *Nekalá soutěž - kdo jednáním, které je v rozporu s předpisy upravujícími soutěž v hospodářském styku nebo se zvyklostmi soutěže, poškodí dobrou pověst nebo ohrozí chod nebo rozvoj podniku soutěžitele bude potrestán odnětím svobody až na jeden rok nebo peněžitým trestem nebo propadnutím věci.*

dobré pověsti nebo ohrožení chodu podniku. Prokázání úmyslu je z praktického hlediska velmi problematické a proto i prokázání spáchání tohoto trestného činu je v praxi velmi obtížné. Z tohoto důvodu nejsou v současné době k dispozici rozhodnutí soudů týkající se § 149 trestního zákona.

K prokázání tohoto trestného činu by bylo nezbytné provést rozsáhlé dokazování, zejména svědeckými výpověďmi všech osob, kteří by mohli být seznámeni se záměrem pachatele a dále znaleckými posudky, které určí, zda jednání pachatele mohlo ohrozit nebo poškodit chod podniku poškozeného podnikatele.

Jako příklad jednání, které je postižitelné dle § 149 trestního zákona lze uvést situaci, kdy podnikatel propaguje své výrobky srovnávací reklamou tak, že uvádí, že výrobky jiného podnikatele, na rozdíl od jiných výrobků pachatele, poškozují zdraví spotřebitelů a takovou propagaci činí s úmyslem poškodit jeho dobrou pověst nebo ohrozit chod či rozvoj jeho podniku.

Za spáchání trestného činu nekalé soutěže může být kromě trestu odnětí svobody uložen peněžitý trest, trest propadnutí věci, zákaz činnosti, vyhoštění, zákaz pobytu a obecně prospěšné práce. Každý z těchto trestů může být uložen samostatně nebo v kombinaci s jiným.

V souvislosti s výkladem k ustanovení § 149 trestního zákona je nezbytné doplnit, že nekalosoutěžní jednání může být postiženo jako trestný čin porušování závazných pravidel hospodářského

styku podle ustanovení § 127 trestního zákona.<sup>3</sup>

Je tomu tak v případě, kdy se pachatel dopustí jednání, které má znaky trestného činu nekalé soutěže dle § 149 trestního zákona, ovšem zároveň jedná s úmyslem opatřit sobě nebo jinému ve značném rozsahu neoprávněné výhody a poruší pravidla hospodářského styku závažným způsobem. Pokud jedná s tímto úmyslem není trestně odpovědný dle § 149 trestního zákona, nýbrž podle § 127 trestního zákona.

Skutková podstata § 127 trestního zákona byla zařazena do trestního zákona novelou z roku 1990. Jedná se o skutkovou podstatu s tzv. blanketní dispozicí. Pravidly hospodářského styku jsou taková pravidla, jejichž nedodržení nebo porušení vede k větším hospodářským škodám. Jde o pravidla stanovená obecně závaznými předpisy, za nichž se může rozvíjet hospodářská činnost, např. ustanovení § 44 a následujících obchodního zákoníku upravujících nekalou soutěž.

Neoprávněnými výhodami mohou být majetkové i nemajetkové výhody, musí se ovšem jednat o značný rozsah neoprávněných výhod. Pojem značný rozsah je nutné vyložit v souvislosti s ustanovením § 89 odst. 11 trestního zákona o značné škodě, kterou se rozumí škoda minimálně 500.000,- Kč. Jako příklad

---

<sup>3</sup> § 127 Porušování závazných pravidel hospodářského styku – 1)Kdo v úmyslu opatřit sobě nebo jinému ve značném rozsahu neoprávněné výhody, poruší závažným způsobem pravidla hospodářského styku stanovená obecně závazným právním předpisem bude potrestán odnětím svobody až na dvě léta nebo zákazem činnosti nebo peněžitým trestem. 2)Odnětím svobody na šest měsíců až pět let bude pachatel potrestán, způsobí-li činem uvedeným v odstavci 1 vážnou poruchu v hospodářské činnosti nebo vážnou poruchu v zásobování anebo zkrácení příjmů státu ve značném rozsahu.



jednání postižitelného dle § 127 trestního zákona lze uvést jednání podnikatele, který propaguje své výrobky tak, že u spotřebitelů vyvolá klamnou představu, že jeho výrobek je nezbytný k udržení zdraví a tuto propagaci činí s úmyslem získat majetkový prospěch vyšší než 500.000,- Kč.

Za spáchání trestného činu dle porušování závazných pravidel hospodářského styku může být kromě trestu odnětí svobody uložen i peněžitý trest, zákaz činnosti, vyhoštění, zákaz pobytu, obecně prospěšné práce a propadnutí věci. Všechny tyto druhy trestů lze uložit jak samostatně, tak i souběžně několik najednou.

#### 2.6.2. Trestněprávní ochrana v oblasti ochrany práv na označení

Trestněprávní ochrana v oblasti ochrany práv na označení je zakotvena v ustanovení § 150 trestního zákona.<sup>4</sup>

Jedná se o trestný čin úmyslný. Jednání pachatele tohoto trestného činu může záležet v jednom ze tří základních jednání, jimiž jsou :

- neoprávněné použití ochranné známky nebo známky s ní snadno zaměnitelné (§150 odst.1 trestního zákona)
- neoprávněné použití obchodního jména nebo označení s ním zaměnitelného (§150 odst. 2 písm. a/ trestního zákona)

---

<sup>4</sup> § 150 Porušování práv k ochranné známce, obchodnímu jménu a chráněnému označení původu – 1/Kdo doveze, vyveze nebo uvede do oběhu výrobky nebo služby, neoprávněně označované ochranou známkou, k níž přísluší výhradní právo jinému, nebo známkou snadno s ní zaměnitelnou bude potrestán odnětím svobody až na dvě léta nebo peněžitým trestem nebo propadnutím věci. 2/Stejně bude potrestán, kdo pro dosažení hospodářského prospěchu a) neoprávněně užívá obchodní jméno nebo jakékoliv označení s ním zaměnitelné, nebo b) uvede do oběhu výrobky neoprávněně opatřené označením původu, k němuž přísluší výhradní právo jinému, nebo značením původu snadno s ním zaměnitelným.

- neoprávněné použití označení původu nebo označení s ním zaměnitelného (§150 odst.2 písm. b/ trestního zákona)

K ustanovení § 150 odst. 1 trestního zákona: U jednání pachatele spočívajícím v neoprávněném použití ochranné známky je nezbytné, aby pachatel zboží či služby označil takovou známkou, která je zcela shodná nebo snadno zaměnitelná s ochranou známkou, která náleží jiné osobě.

K naplnění skutkové podstaty tedy nepostačuje označení zboží či služeb známkou, která je pouze zaměnitelná. Pokud by osoba označila výrobky či služby známkou, která je pouze zaměnitelná, nejedná se o trestný čin a osoba, jejíž právo bylo porušeno, a poškozená osoba by se musela domáhat svých práv občanskoprávní žalobou podle ustanovení zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách.

Pojem "snadno zaměnitelné známky" není žádným právním předpisem definován. Při definování tohoto pojmu bude třeba vycházet z definice zaměnitelnosti ochranných známek obsažené v § 3 odst. 1 v minulosti platného zákona o ochranných známkách (č. 137/1995 Sb.) a zejména ust. § 7 odst. 2 písm. a) zákona č. 441/2003 Sb. Toto ustanovení definuje zaměnitelnou ochrannou známkou, jako známkou, která obsahuje prvky zapsané ochranné známky, které by mohly vést k záměně (např. tvar, vyobrazení). Za snadno zaměnitelnou ochranou známkou je tedy nutné považovat označení, které obsahuje prvky zapsané ochranné známky v takové míře, že by mohly vést ke snadné záměně.

Pojmovým znakem skutkové podstaty dle ustanovení

§ 150 odst. 1 je dovoz, vývoz nebo uvedení neoprávněně označených výrobků do oběhu. Neoprávněnost je dána tam, kde ochranou známku použije ten, kdo není jejím majitelem, resp. není oprávněn ji užívat. Ochranou známku je oprávněn užívat, tedy označovat s ní výrobky nebo služby, buď majitel zapsaný do rejstříku ochranných známek nebo osoba, již majitel poskytl licenci. Pro vznik trestní odpovědnosti není třeba, aby pachatel tohoto trestného činu označil výrobek nebo službu ochrannou známkou, kterou není oprávněn použít (není majitelem a nemá potřebnou licenci), postačí takto označenou službu nebo výrobek uvesti do oběhu.

V souvislosti s tímto trestným činem stojí za zmínku případ trestního postihu porušení ochranné známky ADIDAS, resp. známého znaku tří a čtyř pruhů Okresním soudem v Ostravě. Jeho rozsudek však odvolací soud v plném rozsahu zrušil a obžalovanou zprostil, protože ze zabavených párů obuvi měly uvedené markanty firmy ADIDAS jen dva páry. V odůvodnění však vynesl podivné posouzení funkce všeobecně známé známky – „pokud je u ÚPV registrovaná ochranná známka firmy Adidas AG v podobě více než dvou pruhů, taková registrace nepochybně ohrožuje závažným způsobem hospodářskou soutěž a jedná se o zneužití ochranné známky v konkurenčním boji s dalšími výrobci sportovní obuvi“.

K ustanovení § 150 odst. 2 písm. a) trestního zákona: Pojmovým znakem skutkové podstaty je úmysl pachatele dosáhnout hospodářského prospěchu.

Pokud jde o zaměnitelnost označení s obchodním jménem, nemusí se na rozdíl od ochranné známky jednat o zaměnitelnost

snadnou. Úmysl pachatele se musí vztahovat i k dosažení hospodářského prospěchu.

K ustanovení § 150 odst. 2 písm b) trestního zákona: U jednání spočívajícím v neoprávněném označení původu postačí označení původu, které je zaměnitelné s označením původu, k němuž přísluší výhradní právo jinému. Stejně jako u předchozího odstavce se nevyžaduje snadná zaměnitelnost.

Pojmovými znaky skutkové podstaty dle § 150 odst. 2 písm. b) trestního zákona je dosažení hospodářského prospěchu a uvedení neoprávněně označených výrobků do oběhu.

Jako příklad jednání vyšetřovaného orgány činnými v trestním řízení uvádíme případ, kdy obviněný z trestného činu dle § 150 trestního zákona na tržnici nabízel k prodeji nejméně 25 ks různobarevných bund neoprávněně označených ochrannou známkou firmy A., a to čtyřmi pruhy na rukávech, ač mu bylo známo, že se nejedná o originální výrobky této firmy, čímž poškodil firmu A. v právu na ochranu ochranné známky na území České republiky registrované Úřadem průmyslového vlastnictví. Za toto jednání byl obviněný pravomocně odsouzen trestním příkazem. Ministr spravedlnosti podal ve věci stížnost pro porušení zákona. Na základě této stížnosti vydal Nejvyšší soud rozsudek, kterým zrušil trestní příkaz a nařídil nové projednání věci. Své rozhodnutí odůvodnil tím, že opatřenými důkazy nebylo spolehlivě prokázáno zjištění, že označení čtyřmi pruhy je ochrannou známkou obchodní společnosti A. ČR, s.r.o. Podle vyjádření této obchodní společnosti je společnost na území České republiky majitelem tří ochranných známek, z nichž jednu tvoří tři pruhy. K tomu byla jako příloha

připojena kopie listiny vydané Úřadem průmyslového vlastnictví, na níž je vyobrazení této ochranné známky. Dále Nejvyšší soud určil, že ani subjektivní stránka trestného činu nebyla opatřenými důkazy spolehlivě prokázána. Obviněný ve své výpovědi poukázal na to, že podle jeho znalostí má obchodní společnost A. ČR, s.r.o., ochrannou známku tří pruhů, zatímco jím prodávané bundy nesly čtyři pruhy. Namítal také to, že pokud bundy prodával za částku 350 Kč, nemohl je nikdo považovat za výrobky obchodní společnosti A. ČR, s. r. o.

Za spáchání trestného činu dle ustanovení § 150 může být pachatel vedle trestu odnětí svobody uložen i peněžitý trest, zákaz činnosti, vyhoštění, zákaz pobytu, obecně prospěšné práce a propadnutí věci. Všechny tyto druhy trestů lze uložit jak samostatně, tak i souběžně několik najednou.

### 2.6.3. Trestněprávní ochrana průmyslových práv

Trestněprávní ochrana průmyslových práv je upravena v ustanovení § 151 trestního zákona.<sup>5</sup>

Jedná se o trestný čin úmyslný.

Za neoprávněný zásah je možné považovat jakékoli neoprávněné využití uvedených průmyslových práv. Neoprávněnost bude dána vždy tam, kde do průmyslových práv zasáhne ten, kdo není jejich majitelem nebo nositelem těchto práv nebo ten, kdo nemá

---

<sup>5</sup> § 151 Porušování průmyslových práv - Kdo neoprávněně zasáhne do práv k chráněnému vynálezu, průmyslovému vzoru, užitému vzoru nebo topografii polovodičového výrobku bude potrestán odnětím svobody až na dvě léta nebo peněžitým trestem.

od majitele potřebnou licenci, tedy souhlas průmyslové právo využít.

K naplnění skutkové podstaty trestného činu je třeba, aby pachatel zasáhl do shora uvedených průmyslových práv úmyslně. Je třeba, aby pachatel věděl, že není oprávněn průmyslová práva využít.

Ke spáchání tohoto trestného činu dojde i v případě, že pachatel svým jednáním nezpůsobí žádný následek. Způsobení následku není znakem skutkové podstaty, což je rozdíl oproti trestnému činu nekalé soutěže a trestnému činu dle § 150 odst. 2 trestního zákona - porušování práv k ochranné známce, obchodnímu jménu a chráněnému označení původu. Následek spočívá u trestného činu nekalé soutěže v ohrožení chodu nebo rozvoje podniku jiného soutěžitele a u trestného činu dle § 150 odst. 2 trestního zákona (porušování práv k ochranné známce, obchodnímu jménu a chráněnému označení původu) v dosažení hospodářského prospěchu.

Ke spáchání trestného činu podle § 151 trestního zákona postačí i jediný, ojedinělý zásah do průmyslového práva. Takový zásah ovšem musí být takového rozsahu, že jeho společenská nebezpečnost je větší než nepatrná.

Za spáchání trestného činu porušování průmyslových práv dle § 151 trestního zákona může být pachateli uložen vedle trestu odnětí svobody i peněžitý trest, zákaz činnosti, vyhoštění, zákaz pobytu, obecně prospěšné práce a propadnutí věci. Všechny tyto

druhy trestů lze uložit jak samostatně, tak i souběžně několik najednou.

#### 2.6.4. Trestněprávní ochrana autorského práva, práv souvisejících s právem autorským a práv k databázi

Trestněprávní ochrana autorských práv a práv souvisejících je upravena v ustanovení § 152 trestního zákona.<sup>6</sup>

Trestně právní ochrana autorského práva vychází z mezinárodních smluv, které jsou pro Českou republiku závazné, jsou to zejména Bernská z r. 1886 (č. 133/1980 Sb.), Všeobecná z r. 1952 (č. 134/1980 Sb.), Římská z r. 1961 (č. 192/1964 Sb.), Stockholmská z r. 1967 (č. 69/1975 Sb.), v jejich revidovaném znění.

Trestněprávní ochrana prošla v českém právní řádu postupným vývojem, neboť jednání podle původní formulace záleželo v tom, že pachatel s dílem, které je předmětem autorského práva, neoprávněně nakládá způsobem, který přísluší autoru. Novela z roku 1990 doplnila ochranu „práv příbuzných právu autorském“. Novela z roku 1993 jednak upravila formulace § 152 trestního zákona tak, aby odpovídala terminologii autorského zákona (čímž pojem „práva příbuzná autorskému právu“ upřesnila), jednak rozšířila ochranu i na jiná porušování těchto práv. Jiné porušování může záležet v porušení jiných práv než s dílem nakládat, jakož i práva jiné osoby než autora, např.

---

<sup>6</sup> § 152 *Porušování autorského práva, práv souvisejících s právem autorským a práv k databázi – 1/Kdo neoprávněně zasáhne do zákonem chráněných práv k autorskému dílu, uměleckému výkonu, zvukovému či zvukově obrazovému záznamu, rozhlasovému nebo televiznímu vysílání nebo databázi, bude potrestán odnětím svobody až na dvě léta nebo peněžitým trestem nebo propadnutím věci 2/ Odnětím svobody na šest měsíců až pět let nebo peněžitým trestem nebo propadnutím věci bude pachatel potrestán získá-li činem uvedeným v odstavci 1 značný prospěch, nebo dopustí-li se takového činu ve značném rozsahu.*

práva jeho dědice. Je třeba říci, že ustanovení § 152 trestního zákona je tzv. normou blanketní, která odkazuje na předpisy o právu autorském. Z hlediska posuzování subjektivní stránky jednání pachatele tohoto trestného činu ( viz výše ) proto platí, že neznalost autorského zákona se posuzuje stejně jako neznalost normy trestní, a pachatele proto nevyvíňuje.

Jedná se o trestný čin úmyslný. Pachatel musí jednat s úmyslem zasáhnout do autorského práva nebo práva příbuzného.

Jako příklad jednání, jež je postižitelné dle § 152 trestního zákona, je možné uvést dovoz a prodej audiokazet, na nichž je přehrán záznam z kompaktních disků bez souhlasu nositelů autorských a příbuzných práv, pokud ten, kdo tyto audiokazety dováží a prodává jedná úmyslně. Trestný čin porušování autorského práva podle § 152 trestního zákona spáchaný prodejem tzv. pirátských kazet může být spáchán jak s úmyslem přímým tak s úmyslem nepřímým. V případě, že pachatel bezpečně ví, že se jedná o kazety pirátské, a že takovým jednáním porušuje autorský zákon, jedná se o úmysl přímý. V případě, že věděl, že kazety mohou být pirátské, a že svým jednáním může porušit autorský zákon, jedná pachatel s nepřímým úmyslem.

K neoprávněnému zásahu do autorského práva a do dalších souvisejících práv chráněných ustanovením § 152 trestního zákona může dojít též provozováním veřejných hudebních produkcí formou diskoték, v jejichž rámci byla účastníkům z nosičů zvukových záznamů reprodukována taneční hudba. To platí za předpokladu, že nosiče obsahovaly záznam chráněných hudebních děl a výkonů výkonných umělců, přičemž k



reprodukcí došlo bez souhlasu nositelů uvedených práv, resp. institucí vykonávajících správu těchto práv. Přísněji trestné je jednání pachatele, které porušuje autorské právo nebo jemu příbuzné právo a zároveň pachatel takovým jednáním získá značný prospěch (přesahující 500.000,- Kč)

Za spáchání trestného činu dle ustanovení § 152 trestního zákona může být pachateli uložen vedle trestu odnětí svobody i peněžitý trest, zákaz činnosti, vyhoštění, zákaz pobytu, obecně prospěšné práce a propadnutí věci. Všechny tyto druhy trestů lze uložit jak samostatně, tak i souběžně několik najednou.

Trestný čin dle ustanovení § 152 trestního zákona může být spáchán v souběhu s trestným činem podvodu dle ustanovení § 250 trestního zákona a to v případě, že pachatel neoprávněně nakládá s autorským dílem a zároveň jedná podvodně vůči uživateli díla, který mu v důsledku tohoto vyplatí autorskou odměnu. Pachatel bude odsouzen za oba trestné činy, ale bude mu uložen tzv. trest úhrnný, dle ustanovení přísnějšího.

#### 2.7. Ochrana dle zákona o přestupcích v oblasti porušování pravidel hospodářské soutěže (nekalá soutěž), oblasti ochrany práv na označení, oblasti ochrany průmyslových práv a oblasti ochrany autorského práva, práv s ním souvisejících a práv k databázi

Zákon č. 200/1990 Sb., o přestupcích je předpisem veřejného práva správního. Postihuje protiprávní jednání, jejichž stupeň nebezpečnosti pro společnost není tak závažný jako u trestných činů (materiální znak). Proto také sankce za spáchání přestupku

nejsou tak početné a přísné jako sankce za spáchání trestného činu. Rovněž následky uložení sankce nejsou pro pachatele přestupku tak závažné následky jako u trestných činů a neevidují se v rejstříku trestů ani v jiném obdobném rejstříku. Rozdíl mezi trestným činem a přestupkem lze spatřovat i v tom, že o uložení trestu za spáchání trestného činu rozhodují vždy soudy, o uložení sankce za spáchání přestupku rozhodují správní orgány.

Zákon č. 200/1990 Sb. definuje přestupek v ustanovení § 2 jako zaviněné jednání, které porušuje nebo ohrožuje zájem společnosti a je za přestupek výslovně označeno v přestupkovém nebo jiném zákoně, nejde-li o jiný správní delikt postižitelný podle zvláštních právních předpisů a nebo o trestný čin.

Podstatný rozdíl mezi trestným činem a přestupkem je míra zavinění nutná ke spáchání přestupku či trestného činu. K odpovědnosti za přestupek postačí zavinění z nedbalosti, není-li výslovně uvedeno, že se vyžaduje zavinění úmyslné a k odpovědnosti za trestný čin se vyžaduje zavinění úmyslné, není-li výslovně uvedeno, že postačí zavinění z nedbalosti.

#### 2.7.1. Přestupky na úseku kultury

Přestupky na úseku kultury jsou upraveny v § 32 zákona o přestupcích.<sup>7</sup> Tento přestupek koresponduje s trestným činem dle § 152 trestního zákona (porušování autorského práva, práv souvisejících s právem autorským a práv k databázi). Ke

---

<sup>7</sup> § 32 přestupky na úseku kultury – 1/Přestupku se dopustí ten, kdo a) neoprávněně užije autorské dílo, umělecký výkon, zvukový či zvukově obrazový záznam, rozhlasové nebo televizní vysílání nebo databázi, b) poruší zvláštní předpis o ochraně předmětů nebo souborů předmětů kultovní, muzejní nebo galerijní hodnoty, c) poruší zvláštní právní předpis ve věcech ochrany církví a náboženských společností.2/ Za přestupek podle odstavce 1 lze uložit pokutu až do 15 000,- Kč

spáchání trestného činu je ovšem nezbytné úmyslné zavinění a míra společenské nebezpečnosti větší než nepatrná.

Jako přestupek dle ustanovení § 32 odst. 1 písm. a) zákona o přestupcích budou kvalifikována nedbalostní jednání. Dále pak úmyslná jednání, pokud nedosahují stupně společenské nebezpečnosti trestného činu.

Příkladem jednání postižitelného dle ustanovení § 32 odst. 1 písm. a) zákona o přestupcích je jednání hudebníka, který bez souhlasu autora použije při hudební produkci skladbu, která je chráněná autorským právem, aniž by věděl, že tomu tak je, ač to vzhledem k tomu, že je hudebníkem vědět měl. Jedná se o situaci, kdy pachatel přestupku nejedná s úmyslem zasáhnout do autorského práva, ale svým jednáním toto právo porušuje, jedná z nedbalosti.

Vztah trestného činu dle § 152 trestního zákona a přestupku dle § 32 zákona o přestupcích dobře vystihuje případ, kdy pachatel dováží a prodává audiokazety, na nichž jsou nahrány skladby z kompaktních disků bez souhlasu nositelů autorských a příbuzných práv k těmto skladbám. Jednal-li pachatel úmyslně je jeho jednání trestným činem dle ustanovení § 152 trestního zákona (porušování autorského práva, práv souvisejících s právem autorským a práv k databázi). Při nedostatku úmyslu může jít o přestupek podle § 32 odst. 1 písm. a) zákona o přestupcích. Pokud by takové jednání bylo vyšetřováno orgány činnými v trestním řízení (orgány policie) jako podezření ze spáchání trestného činu dle § 152 trestního zákona, musel by policejní orgán po zjištění, že pachatel se dopustil jednání pouze z nedbalosti, postoupit věc příslušné přestupkové komisi

obecního či městského úřadu k projednání přestupku. Ke spáchání tohoto přestupku postačí i jeden ojedinělý zásah do autorského práva, např. použití jedné skladby chráněné autorským právem.

Jako sankci za spáchání tohoto přestupku může přestupková komise obecního či městského úřadu uložit napomenutí, zákaz činnosti, propadnutí věci a pokutu do 15.000,- Kč. Sankce mohou být uloženy samostatně nebo s jinou sankcí, ovšem sankci napomenutí nelze uložit spolu s pokutou.

#### 2.7.2. Přestupky na úseku porušování průmyslových práv a porušování práv k obchodní firmě

Přestupky na úseku porušování průmyslových práv a porušování práv k obchodní firmě jsou upraveny v § 33 zákona o přestupcích.<sup>8</sup>

Ustanovení bylo vloženo do zákona jeho novelou provedenou zákonem č. 62/2002 Sb. s účinností od 1. dubna 2002. Smyslem zavedení nových skutkových podstat přestupků je především vytvořit další nástroj k dodržování práv k duševnímu vlastnictví a přispět k potírání vyskytujících se nekalých jevů v oblasti výrobního pirátství a obchodu s padělaným zbožím. Toto opatření je v souladu se závazkem České republiky vyplývajícím z Dohody o obchodních aspektech k duševnímu vlastnictví

---

<sup>8</sup> § 33 – 1/ Přestupku se dopustí ten, kdo a) neoprávněně vykonával práva, která jsou zákony na ochranu průmyslového vlastnictví vyhrazena majitelům těchto práv, b) neoprávněně užíval obchodní firmu nebo jakékoliv značení zaměnitelné s obchodní firmou nebo označením příznačným pro jiného podnikatele. 2/ Za přestupky podle odstavce 1 lze uložit pokutu do 15.000,- Kč.

(TRIPs), která je součástí dohody o zřízení Světové obchodní organizace.

Ochrana průmyslovým právům je obsažena v ustanovení § 33 odst. 1 písm. a) zákona o přestupcích. Tento přestupek koresponduje s trestným činem dle § 151 trestního zákona (porušování průmyslových práv).

O neoprávněné vykonávání práv k průmyslovému vlastnictví se bude jednat za předpokladu, že průmyslové právo bude využívat fyzická osoba bez souhlasu vlastníka tohoto práva.

Příkladem jednání postižitelného jako přestupek je využívání vynálezu, který je chráněn patentem, při výrobě určitých výrobků, aniž by pachatel věděl o tom, že vynález je chráněn patentem, tedy nejednal v úmyslu zasáhnout do práva k vynálezu.

K odpovědnosti za přestupek je nezbytné, aby pachatel průmyslové právo vykonával, tedy nepostačí pouhý ojedinělý zásah do průmyslového práva tak, jak tomu je u trestného činu dle § 151 trestního zákona (porušování průmyslových práv).

Ochrana firmy podnikatele je obsažena v § 33 odst. 1 písm b) zákona o přestupcích. Tento přestupek koresponduje s trestnými činy dle § 149 (nekalá soutěž) a § 150 trestního zákona (porušování práv k ochranné známce, obchodnímu jménu a chráněnému označení původu).

Podstatou tohoto přestupku je postih jednání, jímž je zasahováno

do práv oprávněného uživatele obchodní firmy. Zásah spočívá v tom, že pachatel užíval obchodní firmu jiného, značení zaměnitelné s obchodní firmou jiného nebo označením příznačným pro jiného podnikatele.

Zákon nedefinuje pojem „označení příznačné pro jiného podnikatele.“ Jako příklad takového označení uvádíme název restaurace nebo jiné provozovny, který je znám a spojován v zákaznických a podnikatelských kruzích s konkrétním podnikatelem. Tedy např. takový název, který by vyvolal v případě jeho použití jiným podnikatelem u zákazníků představu, že se jedná o provozovnu daného podnikatele.

Pokud policejní orgán zjistí při prošetřování podezření ze spáchání trestného činu dle ustanovení § 149, 150 a 151 trestního zákona, že chybí znak společenské nebezpečnosti postoupí věc přestupkové komisi obecního nebo městského úřadu k projednání přestupku. Stejně postupuje policejní orgán v případě, že zjistí, že jednání bylo spácháno pouze nedbalostně, a to i v případě, že společenská nebezpečnost je větší než nepatrná.

Jako sankci za spáchání přestupku dle § 33 zákona o přestupcích může přestupková komise obecního či městského úřadu uložit napomenutí, zákaz činnosti, propadnutí věci a pokutu do 15.000,- Kč. Sankce mohou být uloženy samostatně nebo s jinou sankcí, ovšem sankci napomenutí nelze uložit spolu s pokutou.

Proti klamání v oblasti duševního vlastnictví působí i postih přestupků na úseku podnikání – porušení povinnosti používat

obchodní firmu, jméno fyzické osoby nezapsané nebo název právnické osoby nezapsané do obchodního rejstříku a uvádět na všech obchodních dopisech, fakturách a objednávkách údaje o obchodní firmě, sídle nebo místu podnikání a zápisu do obchodního rejstříku nebo jiné evidence podle § 13a obchodního zákoníku.

### **3. Soukromoprávní nástroje ochrany před klamáním spotřebitelů**

#### 3.1. Právo proti nekalé soutěži

##### 3.1.1. Obecné funkce a generální klauzule

Ochrana proti nekalé soutěži lze použít na ochranu spotřebitelů proti klamání v souvislosti s duševním vlastnictvím buď jako jediný nástroj soukromoprávní ochrany (u nehmotných statků „necháněných“, jako je know-how, obchodní firma, logo, goodwill, jednotlivá data) nebo jako nástroj doplňující ochranu absolutní obsaženou ve zvláštních zákonech (vynálezy, ochranné známky, autorská díla aj.) Ochrana proti nekalé soutěži má na rozdíl od „zvláštní ochrany“ povahu relativní, protože vzniká u konkrétního nehmotného statku až při jeho narušení. Musí přitom být naplněny pojmové znaky tzv. generální klauzule podle § 44 obchodního zákoníku, ale velmi často jsou naplněny i znaky některé zvláštní skutkové podstaty nekalé soutěže podle § 45 – 52 obchodního zákoníku, které mají vztah ke klamání, a to pak usnadňuje postih nekalé soutěže, resp. obranu proti ní. Znaky generální klauzule jsou obecně tři:

- jednání v hospodářské soutěži. Hospodářská soutěž je chápána velmi široce, nemusí se tedy jednat jen o konkurenty nebo účastníky relevantního trhu, „jednání“ může spočívat i v opomenutí, soutěžitelem je účastník soutěže, i když nepodniká; hospodářskou soutěž nelze zúžit pouze na soupeření přímo si konkurujících výrobců nebo poskytovatelů služeb pravidelně (nikoli ojediněle) stejné či obdobné výrobky nebo služby nabízejících,

- uvedené jednání je v rozporu s dobrými mravy soutěže. Jsou to pravidla poctivého obchodního styku, vyplývají ze zákona – z jednotlivých zvláštních skutkových podstat, ale i z výkladu soudu, proto jsou velmi důležitá rozhodnutí soudů pro konkrétní případy stanovící, co pokládat za dobré mravy soutěže, resp. za nekalou soutěž,

- a je způsobilé přivodit újmu soutěžiteli nebo spotřebiteli. Újma může být materiální – ve formě vzniklé škody i nemateriální – např. na pověsti či dobrém jménu a stačí, když hrozí, nemusí nastat.

Aby se jednalo o nekalou soutěž, nemusí být jednání rušitele zaviněné, tedy jedná se o určitý typ objektivní odpovědnosti za mimosmluvní civilní delikt. K problematice generální klauzule byla vydána řada soudních judikátů, a to jak v ČSR v období tzv. první republiky, publikovaných ve sbírce Vážný. Tehdejší zákon č. 111/1927 Sb. z. a n. je velmi podobný současné úpravě v obchodním zákoníku a hodnotné tehdejší judikáty proto mohou být vodítkem pro rozhodování současných soudů i ostatních orgánů veřejné moci při posuzování klamání spotřebitele.



V obecných otázkách tak judikatura doplňuje obecný text zákona, např. že posouzení, zda dané jednání je v rozporu s dobrými mravy soutěže, je otázkou právní a nikoli faktickou a její posouzení náleží výhradně soudu (nelze její posouzení uložit znalci), avšak soud by měl přihlídnout i k tomu, jak se na danou věc pohlíží mezi soutěžiteli, co o něm soudí veřejnoprávní korporace, které dbají společných zájmů soutěžitelů v daném oboru (podnikatelské komory a sdružení, Rada pro reklamu aj.) a jaké důvody uvádějí pro svůj názor.

Z prvorepublikové judikatury (sbírka Vážný – Páleníček) stojí za pozornost tyto případy:

Za jednání v hospodářské soutěži je třeba pokládat i projev notáře učiněný v řízení před pozůstalostním soudem, že pozůstalost nebude v dohledné době vyřízena, protože je projednávána advokátem (zlehčení funkce advokáta), ale i články odrazující čtenáře od inzerce v konkurenčním časopisu soupeřící politické strany – soutěžitelem je pak i vydavatel časopisu. Naopak nejde o jednání v hospodářské soutěži, oznámí-li korporace povoláná k hájení zájmů soutěžitelů v ní sdružených soudu na jeho výzvu svůj názor o otázkách, o kterých má být ve sporu jednáno, a není to pro jednoho z účastníků sporu příznivé a podobně ani není soutěžním jednáním, když člen obecního zastupitelstva pronese na jeho schůzi, konané k výběru uchazečů o veřejnou zakázku (dodávka parní turbíny pro městskou elektrárnu), nepravdivé výroky, které jsou způsobilé poškodit jednoho z uchazečů. Zajímavé je, že soutěžitelem může být i tiskárna, která vytiskla závadnou brožuru (a nikoliv její zadavatel či autor) – viz dále, judikáty

k obchodní firmě. Jednáním v hospodářské soutěži je i jednání zaměstnance, které ještě předtím než zahájí svou samostatnou podnikatelskou činnost, si připravuje výhodnější podmínky na úkor zaměstnavatele.

Chráněn je na území ČR i cizinec, pokud mu zde hrozí v soutěžním vztahu újma (např. podniká-li zde), ale pouhý zápis ochranné známky tuzemskou osobou, byť je shodná se starší německou známkou PARATECT, zapsanou cizincem v zahraničí a používanou jím i v ČR, ještě není jednání v hospodářské soutěži, to by bylo až používání této pirátsky zapsané známky tuzemským soutěžitelem, výmaz závadné známky tuzemce nemůže cizinec dosáhnout žalobou nekalosoutěžní, ale žádostí u Úřadu průmyslového vlastnictví.

Že lze soudním rozhodnutím ve sporu o nekalou soutěž nařídit „známkovému pirátovi“, který si zapsal cizí označení, které se stalo příznačné pro jiného podnikatele, zakázat, aby tuto známku používal, ač je pro něho formálně zapsána, protože užívání takové známky je nekalou soutěží, potvrdila i současná judikatura ve sporu o známku ČEZ, která tak dala přednost nekalosoutěžní (materiální) ochraně označení, jež se stalo pro soutěžitele příznačné, před novější (formální) ochranou poskytnutou zápisem ochranné známky jiné osobě – „známkovému pirátu“. Porušení předpisů veřejného práva (např. daňových, distribuce neschválených výrobků, které podléhají povinnému schvalování aj.) je jednáním nekalé soutěže jen tehdy, pokud vedlo k získání soutěžní výhody, která by jinak při dodržení předpisů nenastala.

### 3.1.2. Zvláštní skutkové podstaty „pojmenované“

#### *A. Klamavá reklama*

Klamavá reklama je v § 45 obchodního zákoníku vymezena jako „šíření údajů o vlastním nebo cizím podniku, které je způsobilé vyvolat klamnou představu a získat tím vlastnímu nebo cizímu podniku v hospodářské soutěži prospěch na úkor jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů“. Šíření se děje mluveným nebo psaným slovem, vyobrazením, rozhlasem, televizí nebo jiným sdělovacím prostředkem, překračující rámec soukromí. Nemusí se jednat o veřejné šíření (tj. osobám individuálně neurčeným), může to být i vícečetné rozesílání individuálních dopisů, elektronické pošty aj. Klamavý je zásadně údaj nepravdivý, ale může to být i údaj pravdivý, který v souvislostech, v nichž byl učiněn, může vést k omylu. Může se jednat o reklamu placenou i neplacenou, o reklamu podnikatele i charitativních činností, pokud mají hospodářské aspekty a soutěží např. o příspěvky s jinými charitami, soutěžiteli či spotřebiteli musí vzniknout nebo hrozit újma, které odpovídá prospěch propagovaných produktů (prospěch je na jejich „úkor“).

Klamavá reklama je nepřípustná i z veřejnoprávního hlediska; její zákaz platí i podle zákona o regulaci reklamy (viz výše).

K otázce klamavé reklamy bylo ve vazbě k duševnímu vlastnictví vydáno mnoho soudních judikátů již v období první republiky. Za klamavou reklamu bylo např. pokládáno použití pochvalných doporučujících dopisů napsaných zákazníky na veřejnou obchodní společnost, která pro úmrtí svého společníka

byla v likvidaci, jinou společností (kterou vedl syn zesnulého) jako by byly určeny jí, a to i když to schválili likvidátoři. Za klamavou byla v souladu s principem teritoriality shledána i reklama vyzdvihující, že propagované výrobky jsou chráněny patentem („patentované koberce“), když patent byl udělen v zahraničí a ne v ČSR. Naopak za klamavou nebyla pokládána reklama optika, která jen upozorňovala na to, že jeho výrobky (brýle) PIOP chráněné v ČSR jeho ochrannou známkou PIOPBRILLEN, jsou k dostání jen u něho, i když to podle konkurentů mohlo vzbuzovat dojem, že jsou mimořádné kvality, ač byly vyrobeny z cizích komponentů, stejně jako u jiných optiků.

Z nových judikátů lze uvést např. rozhodnutí o tom, že použití symbolu poštovní trubky u venkovního označení podnikatele je způsobilé vzbudit dojem o možném propojení žalovaného (živnost na pronájem bezpečnostních schránek) s poštovním úřadem – jednající tak vstoupil v očích spotřebitelů do soutěžního vztahu s ním, čehož využil k inzerci neoprávněného pronajímání těchto schránek jako poštovních a k dodávání listovních zásilek.

#### *B. Klamavé označení zboží a služeb*

Na rozdíl od klamavé reklamy se tato skutkové podstata týká jen označení zboží a služeb podle § 46 obchodního zákoníku, nikoliv soutěžitele nebo jeho podniku. Klamavé označení zboží a služeb je způsobilé vyvolat mylnou domněnku o jejich místu původu, určitém výrobci, zvláštních znacích nebo jakosti. Nemusí být uvedeno přímo na zboží, obalu, obchodní písemnosti. Klamavé může být za stejných podmínek, jako u

klamavé reklamy, i označení pravdivé. Na rozdíl od ní však není třeba, aby prospěch z klamání měl soutěžitel na úkor jiného soutěžitele nebo spotřebitele. Touto formou nekalé soutěže je častý pokus o zneužití známého označení původu nebo zeměpisného označení na výrobcích, které z daného místa nepocházejí, což vede ke zdruhování označení a tím i zničení jeho rozlišovací hodnoty, takový postup je chráněn i zvláštním zákonem o ochraně označení původu a zeměpisných označení (např. zákaz užívání označení šampaňské, koňak, ementál aj. na výrobky jiného původu). Proto jsou za klamavé pokládány i dodatky „pravý“ nebo „původní“ (např. pravá vídeňská káva). Postihem klamavého označení zboží a služeb je chráněn tzv. údaj o provenienci zboží (tedy místu výroby), jenž patří mezi ochranná označení „nechráněná“ zvláštním zákonem a doplňkově jsou jím chráněna i zmíněná označení původu, ochranné známky, popř. názvy odrůd rostlin – vedle jejich absolutní ochrany dle zvláštních zákonů.

Za klamavé bylo soudem uznáno označení nápoje Fernet Roma s obrazem římského vojína pro hořký likér vyrobený v tuzemsku (nejde o označení druhové, ale o smyšlený název) nebo plnění limonády v lahvi, v níž je ve skle vylito označení jiného soutěžitele bez upozornění, že obsah lahve nepochází od něj, označení „umělá karlovarská sůl“ pro sůl do koupele vyrobenou chemicky, jež nebyla vyrobena v Karlových Varech ani z látek z jejich žrůdel. Naopak za klamavé nebylo uznáno označení „redis pera“ na perech, která nepocházejí od výrobce s ochrannou známkou Redis, protože toto označení druhovělo pro pera s ohnutou špičkou a tedy ani ochranná známka již není způsobilá je chránit. Za klamavé bylo uznáno označení KVAS pro výrobky odlišné od kvasu dodávané pekárnám, ale i starší

označení a ochranná známka KWAS jiného soutěžitele pro tytéž výrobky, než se pro něho staly příznačnými, označení KVAS však nebylo způsobilé vyvolat nebezpečí záměny se starším KWAS, protože výrobky byly určeny jen spotřebitelům dostatečně obeznámeným s charakterem nabídky a ne odborně neznalé veřejnosti.

### *C. Vyvolání nebezpečí záměny*

Ochrana před vyvoláním nebezpečí záměny je pro duševní vlastnictví ze všech skutkových podstat nekalé soutěže nejvýznamnější. Spočívá v napodobení označení či produktu soutěžitele a zároveň ve vyvolání omylu spotřebitele o tom, jaký je to produkt, kdo je jeho výrobcem aj. Je upravena v § 47 obchodního zákoníku a lze ji třídit do tří skupin:

- a) napodobení obchodní firmy, názvu nebo jiného označení soutěžitele, které nositel již po právu užívá (např. provozovny) – není třeba, aby se stalo příznačným,
- b) napodobení označení podniku (např. loga, obchodního jména, doménového jména aj.), označení či úpravy výrobků, výkonů nebo materiálů soutěžitele, které se stalo příznačným (i obalů, tiskopisů, katalogů, reklamy aj.),
- c) napodobení cizího výrobku, výkonu (např. technologie, postupu, služby), ale i know-how, jednotlivých dat, nechráněných výsledků výzkumu aj. (nejsou však chráněny prvky funkčně, technicky nebo esteticky předurčené).

Spadá sem vyvolání záměny či mylné představy o spojení

s podnikem, firmou, označením nebo výrobky či výkony soutěžitele. Je to opět buď jediný nástroj pro ochranu nehmotných statků „nechráněných“ (doménového jména, loga, know – how, dat aj.) nebo doplňkový nástroj působící vedle ochrany absolutní – obsažené ve zvláštních předpisech. Otázka, zda konkrétní označení je pro firmu příznačné, je otázkou skutkovou (a může být předmětem dokazování), o právní otázku by šlo, kdyby byl sporný pojem příznačnosti.

Soud uznal označení Bugatti u drobného českého obchodníka s jízdními koly jako napodobení značky známého italského výrobce aut, neboť se jednalo o obory podobné (i malý obchodník může být v soutěži s velkou továrnou), naopak napodobení obchodní firmy ESKA výrobce jízdních kol, šicích a psacích strojů značkou ESKAF pro výrobce kuličkových ložisek za nekalou soutěž nepokládal, neboť se jednalo o různé obory a chyběl soutěžní vztah, stejně odmítl postihnout použití značky ALPA na margarínu a jedlých tucích, neboť se jedná o obor odlišný od francovky. Za vyvolání nebezpečí záměny uznal soud i použití firmy DELTA OIL jak zaměnitelné s DELTA I, když doplňky „OIL“ a „I“ nepokládal za dostatečný rozlišovací prvek. K nekalé soutěži naopak nedošlo dle názoru soudu použitím pozdější ochranné známky a reklamního sloganu „Asfaltové izolační výrobky P... a je to v suchu“, která je částečným napodobením ochranné známky „S námi je to v suchu“, když se předmět činnosti soutěžitelů překrývají, protože je třeba hodnotit označení vcelku a jeho další části umožňují obě označení odlišit, soud se přitom vypořádal s námitkou žalovaného, že Úřad průmyslového vlastnictví potvrdil, že zápis jeho známky není se známkou žalobce v kolizi a že tedy z hlediska známkového práva nedošlo k zaměnitelnosti, neboť k nekalé soutěži by přesto

mohlo dojít, kdyby známka žalovaného mohla vyvolat nebezpečí záměny, což však naplněno nebylo.

Označením podniku, které může nabýt příznačnosti a je chráněno podle § 47 písm. b) obchodního zákoníku, je i společné jméno sdružení bez právní subjektivity, založené podle § 829 a násl. občanského zákoníku, pokud si někdo z jeho členů vybere později toto jméno jako svou obchodní firmu, jak to bylo v případě označení RADIAL.

#### *D. Parazitování na pověsti*

Je jím podle § 48 obchodního zákoníku využívání pověsti podniku, výrobků nebo služeb jiného soutěžitele s cílem získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, jehož by jinak soutěžitel nedosáhl. Toto ustanovení chrání i goodwill soutěžitele a je používán jako nástroj ochrany známých ochranných známek, firem nebo názvů měst aj. před zneužitím tzv. cybersquatery registrací doménových jmen, popř. k ochraně všeobecně známých známek před jejich zápisem známkovými piráty (rozsudek v takové věci je podklad pro výmaz kolidující známky Úřadem průmyslového vlastnictví).

#### *E. Podplácení*

Podplácením je jednání jímž soutěžitel osobě, která je členem statutárního orgánu nebo jiného orgánu jiného soutěžitele nebo je v pracovním či jiném obdobném poměru k jinému soutěžiteli, přímo nebo nepřímo nabídne, slíbí či poskytne jakýkoli prospěch za tím účelem, aby tímto nekalým postupem docílil na úkor jiných soutěžitelů pro sebe nebo jiného soutěžitele přednost nebo



jinou neoprávněnou výhodu v soutěži, anebo osoba shora uvedená přímo či nepřímo žádá, dá si slíbit nebo přijme za stejným účelem jakýkoli prospěch.

#### *F. Zlehčování*

Je jím podle § 50 obchodního zákoníku uvádění nebo rozšiřování nepravdivých údajů a v určitých případech i údajů pravdivých o poměrech, výrobcích nebo výkonech soutěžitele, způsobilých přivodit jim újmu vzhledem k souvislosti, v níž byly učiněny. Je-li soutěžitel donucen aby uvedl nepravdivé údaje o sobě na pravou míru, může uvést pravdivé znevažující údaje o jiném soutěžiteli (tzv. oprávněná obrana). Zlehčováním se poškozují především hodnota ochranných označení a jeho postihem se chrání goodwill (dobrá pověst soutěžitele), ale dotýká se všech nehmotných statků, je však třeba odlišit jej od výkonu svobody projevu a práva na kritiku.

Za zlehčování soud nepokládal uveřejnění výzvy v novinách, aby se přihlásili další věřitelé obchodní společnosti za účelem jejich spojení k podání návrhu na konkurs, což mohlo poškodit goodwill společnosti, ale byl to jediný prostředek ke zjištění dalších věřitelů, je-li jich podle zákona třeba více, pokud dlužník stále neodůvodněně odkládá úhradu oprávněné pohledávky věřitel však nesmí překročit meze oprávněného zjišťování podmínek pro podání návrhu na prohlášení konkurzu.

#### *G. Srovnávací reklama*

Srovnávací reklama je jakékoliv reklamní srovnání, které přímo či nepřímo identifikuje jiného soutěžitele nebo jeho zboží či

služby. Byla až do r. 2000 v českém (i prvorepublikovém) právu zakázána, povolena je nyní v § 50a obchodního zákoníku, ale jen pokud splňuje velmi přísné podmínky, které její výskyt v praxi omezují – v souladu s právem ES (zmiňovaná Směrnice o srovnávací reklamě). Srovnávací reklamou nejsou tzv. zbožové testy, provedené objektivním, pravdivým a věcným srovnáním nezávislou osobou (odborník, redaktor časopisu, spotřebitel). Srovnávací reklama může být především zlehčující (též kritizující – výrobek konkurenta vyjde hůře) nebo opěrná (vlastní výrobek je bezdůvodně přirovnáván k cizímu známému výrobku). Jsou-li výsledky zbožových testů použity soutěžitelem v reklamě, jedná se o srovnávací reklamu a musí být splněny její náročné podmínky.

Srovnávací reklama je přípustná, pokud je srovnávání objektivní, jen ve znacích které jsou pro ně podstatné, relevantní, ověřitelné a reprezentativní (je nutno srovnávat ve všech znacích, které představují komplexní posouzení z hlediska výhod a nevýhod užití daného výrobku pro spotřebitele, přičemž srovnání pouze v jednom znaku zejména v ceně, je přípustné, splňuje-li všechny uvedené podmínky). Srovnání je ovšem možné jen mezi výrobky nebo službami uspokojujícími stejné potřeby. Mezi podmínky přípustnosti patří dále zákazy řešené již jinými skutkovými podstatami (klamání, vyvolání nebezpečí záměny, nepravdivého zlehčování, parazitování na pověsti spjaté s ochrannou známkou, firmou, označením původu nebo jinými označeními konkurenčního zboží, nabízení zboží nebo služeb, které je napodobením zboží nebo služeb označovaných ochrannou známkou, obchodním jménem nebo firmou), a jsou vlastně nadbytečné. Týká-li se srovnávací reklama chráněného označení původu, může být srovnání použito jen na výrobky a služby se

stejným označením původu, jinak by totiž taková reklama vedla ke zdruhování daného označení původu.

#### *H. Porušení obchodního tajemství*

Jde o jednání nímž jednající jiné osobě neoprávněně sdělí, zpřístupní, pro sebe nebo pro jiného využije obchodní tajemství, které může být využito v soutěži a o němž se dozvěděl tím, že mu tajemství bylo svěřeno nebo se jinak stalo přístupným (např. z technických předloh, návodů, výkresů, modelů, vzorů) na základě jeho pracovního vztahu k soutěžiteli nebo na základě jiného vztahu k němu, popřípadě v rámci výkonu funkce, k níž byl soudem nebo jiným orgánem povolán, vlastním nebo cizím jednáním přičítám se zákonu.

#### *I. Ohrožování zdraví a životního prostředí*

Tím je jednání, jímž soutěžitel zkresluje podmínky hospodářské soutěže tím, že provozuje výrobu, uvádí na trh výrobky nebo provádí výkony ohrožující zájmy ochrany zdraví anebo ochrany životního prostředí chráněného zákonem, aby tak získal pro sebe nebo pro jiného prospěch na úkor jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů.

##### 3.1.3. Skutkové podstaty „nepojmenované“

Protože je výčet zvláštních skutkových podstat v § 44 odst. 2 obchodního zákoníku jen demonstrativní, patří sem i případy porušení dobrých mravů soutěže, které nejsou výslovně uvedeny v zákonném výčtu, ale z judikatury soudů plyne, že je také za nekalou soutěž považují, přičemž se opírají jen obecně o

generální klauzuli. Lze takto uvažovat např. o případech, které postihoval zákon č. 111/1927 Sb. z a n. o ochraně proti nekalé soutěži (zneužití spotřebitele k získání dalšího zákazníka – tzv. lavina, prémie a odměny i účast spotřebitele ve spotřebitelské soutěži bez jeho vědomí – tzv. prémiování, soutěž osob pomocných), ale i o některých praktikách postihovaných etickým kodexem reklamy i právem v zahraničí (otrocké napodobení, „vypálení rybníka“, rozmělnění ochranného označení, zneužití veřejné autority, zneužití soucitu, zneužití strachu, zneužití pocitu vděčnosti, nekalé lanaření aj.). Přes generální klauzuli je chráněn obecně i goodwill (např. postavení soutěžitele na trhu).

### 3.2. Ochranné známky a ochrana před klamáním

Ochranné známky jsou snad nejtypičtějším příkladem principu zmíněného v úvodu této práce, neboť tím, že zákon poskytuje výraznou ochranu označením výrobků a služeb, chrání i ve značné míře spotřebitele před klamáním.

Právní úprava daná zákonem č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, zamezuje klamání spotřebitelů v souvislosti s ochrannými známkami ve dvou rovinách – při jejím zápisu a dále při výkonu práv a užívání zapsané ochranné známky.

a) Ochrana před zápisem klamavého označení zákon o ochranných známkách chrání před klamáním spotřebitele především tím, že dle § 4 písm. g) je jednou z veřejnoprávních překážek zápisu, pokud přihlášené označení může klamat veřejnost o povaze, jakosti nebo zeměpisném původu výrobků nebo služeb. Úřad průmyslového vlastnictví k tomu vyvinul bohatou judikaturu. Kromě známého případu zamítnutí přihlášky

všeobecně známého označení Toyota pro šicí stroje, které v té době nebylo jako známka pro japonské výrobce Toyota Motor Corporation zapsáno, a podobně i zamítnutí KOH-I-NOOR pro vína a lihoviny, je to např. označení BESIP, které Úřad zamítl zapsat pro soukromé přihlašovatele, protože je to známé označení aktivit vlády ČR pro bezpečnost silničního provozu. Překážkou zápisu je také popisnost označení, což vedlo k zamítnutí zápisu označení EXTRA SPECIAL, které bylo původně povinným označením jakosti pražené kávy podle ČSN, ale jako popisný znak jakosti, který se nestal příznačný pouze pro přihlašovatele, ale je používán dosud několika výrobci, i když to již povinné není, není způsobilé k ochraně a mohlo by to vést ke klamání, že tuto jakost má jen káva přihlašovatele. Podobných přihlášek bylo zamítnuto mnoho, např. i označení WWW.CENTRUM, které sestává z 2 obecných výrazů, které samostatně ani ve spojení nejsou způsobilé ochrany, podobně i ULTRASPORT aj. Klamavé (pochvalné, laudatorní a tedy popisné) označení PERFUME OF THE WORLD nebo pro kosmetické výrobky bylo také zamítnuto, podobně jako označení NONESUCH, GRANSTAR aj. Popisné označení však může zabránit klamání tím, že nabylo příznačnosti užíváním nebo je-li doprovázeno slovním či obrazovým znakem dostatečně distinktivním, pak taková známka může být zapsána. Za klamavý pokládal Úřad i geografický údaj v přihlašované známce, který se liší od sídla přihlašovatele, např. HOLLYWOOD, NARVA (město v Estonsku) aj., za klamavé pokládal Úřad i označení „Centrální dispečink taxislužby“, které by u veřejnosti mohlo vyvolat klamnou představu, že služby taxislužby lze zajistit pouze u přihlašovatele, což neodpovídalo skutečnosti.

Podobně je veřejnoprávní překážkou zápisu znak vysoké

symbolické hodnoty, zejména náboženské symboly, které by mohly klamat spojováním produktu se světcem aj. a bylo uplatněno např. při zamítnutí přihlášky označení Zdislava z Lemberka nebo výmaz známky Lady Diana (přesto Úřad průmyslového vlastnictví zapsal např. ochrannou známku Svatý Vojtěch nebo Svatý Urban, což vzbuzuje pochybnosti o jednotnosti a jasnosti kritérií pro posuzování klamavosti této zápisné překážky, pokud se nejedná o starší zápis provedený dříve, než právo tuto překážku zakotvilo). Úřad zaujal poněkud sporné výkladové stanovisko ohledně použití jmen známých historických osobností v ochranných známkách – připouští to a chápe je jako označení fantazijní, např. KAT MYDLÁŘ, Franc Kafka nebo Mozart.

Proti klamání zápisem známky chrání v § 6 zákon vyloučením zápisu označení shodného se starší ochrannou známkou, která je zapsána nebo přihlášena pro jiného vlastníka či přihlašovatele pro shodné výrobky či služby.

Stejně tak proti klamavému zápisu působí i překážky soukromoprávní, které lze uplatnit v námitkovém řízení. Úřad nezapiše do rejstříku ochranných známek přihlašované označení též na základě námitek podaných:

- vlastníkem starší ochranné známky nebo vlastníkem starší všeobecně známé známky, pokud z důvodu shodnosti či podobnosti se starší ochrannou známkou (všeobecně známou ochrannou známkou) a shodnosti nebo podobnosti výrobků či služeb, na něž se přihlašované označení a ochranná známka (všeobecně známá ochranná známka) vztahují, existuje pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti, přičemž za

pravděpodobnost záměny se považuje i pravděpodobnost asociace se starší ochrannou známkou, nebo

- vlastníkem starší ochranné známky, která je shodná s přihlašovaným označením nebo mu je podobná, pokud má být takové označení zapsáno pro výrobky nebo služby, které sice nejsou podobné těm, pro které je starší ochranná známka zapsána, avšak jde o starší ochrannou známku, která má v České republice dobré jméno, a užívání přihlašovaného označení by nepoctivě těžilo z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména starší ochranné známky nebo jim bylo na újmu, nebo
- vlastníkem starší všeobecně známé známky, která je shodná s přihlašovaným označením nebo je mu podobná, pokud má být takové označení zapsáno pro výrobky nebo služby, které sice nejsou podobné těm, pro které je starší všeobecně známá známka chráněna, avšak jde o starší všeobecně známou známku, která má v České republice dobré jméno, za předpokladu, že užívání této ochranné známky ve vztahu k těmto výrobkům nebo službám by ukazovalo na vztah mezi těmito výrobky nebo službami a vlastníkem všeobecně známé ochranné známky, nebo
- uživatelem nezapsaného označení nebo jiného označení užívaného v obchodním styku pro shodné nebo podobné výrobky nebo služby, které je shodné s přihlašovaným označením nebo je mu podobné, pokud označení nemá místní dosah a právo k tomuto označení vzniklo před dnem podání přihlášky.

V minulosti byla odňata ochrana např. známce KANDA jako

zaměnitelné se starší PANDA, když obě se týkaly stejného druhu výrobků (cukrovinky), ale naopak Úřad zapsal označení OPTISON, která se lišila od starší známky OPTICROM odlišnou příponou nebo známky DIAVA a DIVA, která se liší druhem zapsaných výrobků (čistící prostředky versus kosmetické výrobky), i když spadají do stejné třídy známkového třídění. Úřad vyslovil v mnoha případech zásadu, že pokud se jedná o jednoslabičné slovo, postačí jedno písmeno k odlišení (např. FAY od starší Fa), jde-li o dvouslabičné, postačí odlišnost jedné slabiky (např. RAKY od TAKY nebo POLA od starší POLY a také MILKO od starší MILKA), a to i když jsou použity pro stejné výrobky. Naopak označení St. Michaelis bylo zamítnuto pro záměnu se ST. MICHAEL a podobně i LEKOSIL se starší LEUKOSILK, a rovněž HELLA pro fonetickou podobnost se starší WELLA. Zásada vyloučení zápisu shodné či podobné známky pro jinou osobu je však oslabena, pokud s jejím zápisem majitel nebo přihlašovatel známky s dřívějším právem přednosti udělí písemný souhlas, avšak nesmí tím dojít ke klamání veřejnosti - spotřebitelů. Tak rozhodl Úřad o zamítnutí zápisu označení PANTON pro jinou osobu, než je známé hudební vydavatelství, a to i když přihlašovatel tvrdil, že je majoritním vlastníkem (přesněji „společníkem“) tohoto vydavatelství a má od něj i písemný souhlas s přihláškou stejné známky, jako je jeho název, neboť tím by došlo ke klamání spotřebitelů.

Právo námitek tak zákon dává pouze specifikovaným oprávněným osobám – nositelům práv, která by zápisem ochranné známky mohla být dotčena. Nově, a dlužno uvést, že průlomově platí, že při rozhodování o zápisu ochranné známky musí Úřad přihlédnout k písemným připomínkám, které je



oprávněn podat kdokoli, včetně např. sdružení na ochranu spotřebitelů.

Dále platí, že Úřad prohlásí na návrh třetí osoby ochrannou známku za neplatnou, pokud byla zapsána, ačkoli byly dány důvody pro odmítnutí ochrany, např. klamání veřejnosti. V řízení zahájeném na návrh třetí osoby Úřad ochrannou známku zruší, jestliže se ochranná známka stala pro výrobky nebo služby, pro které je zapsána, v důsledku činnosti nebo nečinnosti svého vlastníka, označením, které je v obchodě obvyklé, nebo ochranná známka po dni jejího zápisu v důsledku užívání svým vlastníkem nebo s jeho souhlasem pro výrobky nebo služby, pro které byla zapsána, může vést ke klamání veřejnosti, zejména pokud jde o povahu, jakost nebo zeměpisný původ těchto výrobků nebo služeb.

Osoby oprávněné k námitkám jsou oprávněny Úřadu navrhopvat i prohlášení známky za neplatnou (tj. po jejím zápisu, tzn. např. i po marném uplynutí lhůty k námitkám).

b) Ochrana proti klamání při užívání zapsané známky nebo jejího napodobení plyne z rozsahu práv jejího majitele, jak vyplývá zejména z § 8 zákona o ochranných známkách. S výjimkou tzv. zákonných licencí nikdo nesmí v obchodním styku, tj. včetně nabídky spotřebitelů, užívat:

- označení shodné s ochrannou známkou pro výrobky nebo služby, které jsou shodné s těmi, pro které je ochranná známka zapsána,
- označení, u něhož z důvodu jeho shodnosti nebo podobnosti

s ochrannou známkou a shodnosti nebo podobnosti výrobků nebo služeb označených ochrannou známkou a označením existuje pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti, včetně pravděpodobnosti asociace mezi označením a ochrannou známkou, a

- označení shodné s ochrannou známkou nebo jí podobné pro výrobky nebo služby, které sice nejsou podobné těm, pro které je ochranná známka zapsána, avšak jde o ochrannou známku, která má dobré jméno v České republice, a jeho užívání by nepoctivě těžilo z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména ochranné známky nebo jim bylo na újmu.

Právě klamání plynoucí z podobnosti jejich označení či loga se známou známkou někteří nepoctiví podnikatelé zneužívají a tím závažně porušují práva duševního vlastnictví. Majitel známky se může bránit v takovém případě podle § 8 zákona o ochranných známkách žalobou před soudem – soukromoprávně žalovat, i podnětem k veřejnoprávnímu postihu takové praktiky, Úřad takovými praktikám zabránit nemůže.

Avšak i legální užívání známky jinou osobou, např. na základě licence, by mělo zamezit oklamání spotřebitelů o tom, zda se jedná o výrobek originálního výrobce nebo nabyvatele licence (např. tuzemského) a přesto, že nabyvatel licence získal oprávnění známkou užívat, může být oklamán a poškozen spotřebitel.

V souvislosti s ochrannými známkami je závěrem třeba uvést, že odkazovaná rozhodovací praxe Úřadu průmyslového vlastnictví vychází z předchozí právní úpravy a je lze tedy předpokládat, že

ve světle právní úpravy nové dojde k určitým korekcím, a to zejména v námitkovém řízení.

### 3.3. Obchodní firma a klamání

Také ochrana proti klamání v souvislosti s obchodní firmou (což je označení podnikatele, který je zapsán v obchodním rejstříku, pod nímž činí právní úkony) má 2 roviny – podobně jako u ochranných známek. Proti klamání způsobeném již samotným zápisem působí podmínka § 10 odst. 1 obchodního zákoníku o tom, že firma nesmí být zaměnitelná s firmou jiného podnikatele a nesmí působit klamavě. Tuto podmínku musí zkoumat rejstříkový soud ex offio, avšak české firemní právo nezná námitkové řízení, jak je tomu u známkového práva. Dotčená třetí osoba ovšem může vznést „námitku“ proti závadné firmě obvykle až po jejím zápisu do obchodního rejstříku, a to formou soudní žaloby nekalosoutěžní nebo na ochranu svého nehmotného statku (konkurent s podobnou firmou, spotřebitel) s žádostí, aby soud přikázal jejímu majiteli, aby ji do určité doby změnil – tedy dal rejstříkovému soudu návrh na její úpravu. Ochrana proti klamání obsahuje i nová úprava tzv. koncernové firmy – pokud mají všechny dceřinné (řízené) společnosti stejný prvek, vyjadřující příslušnost ke koncernu, musí mít i prvek, který je navzájem odliší.

Druhá rovina ochrany je podobně jako u ochranné známky zaměřena na ochranu majitele firmy podle § 12 obchodního zákoníku proti jejímu neoprávněnému používání třetí osobou, např. ve formě pozdější ochranné známky, nezapsaného označení aj. Ochrana lze uplatnit před soudem, ale i nástroji veřejnoprávními.

České soudy přinesly také řadu judikátů, které zamezily požívání, resp. zápisu závadných firem podnikateli s pozdějším zápisem firmy, pokud oba podnikatelé mají alespoň zčásti stejný předmět podnikání, např. Strategie – Strategia. Je třeba připomenout, že dřívější termín pro označení podnikatelů byl „obchodní jméno“. Neúspěšné byla návrhy na rozsudek, jímž by soud uložil žalovanému povinnost zdržet se užívání firmy (obchodního jména) u těch činností, při nichž jde o právní úkony, a to ani předběžným opatřením (byť by to bylo jen dočasné). V těchto případech zásadně soud uloží jen povinnost firmu změnit, upravit. Dodatek označující právní formu není dostatečně rozlišujícím prvkem a není jím ani sídlo, není-li součástí firmy. Zaměnitelnost posuzuje z pohledu průměrného zákazníka účastníků. Ochrana firmy se poskytuje i podle rozsudku soudu proti užívání zkratky firmy žalovaného podnikatele, když bylo v obchodním rejstříku zapsáno jen celé znění firmy a nikoliv její zkratka, ale ta je shodná se starší firmou žalobce.

#### 3.4. Označení původu a zeměpisná označení a ochrana před klamáním

Pojem chráněného označení původu vymezuje zákon č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení takto: název oblasti, určitého místa nebo země používaný k označení zboží pocházejícího z tohoto území, jestliže kvalita nebo vlastnosti tohoto zboží jsou výlučně nebo převážně dány zvláštním zeměpisným prostředím s jeho charakterickými přírodními a lidskými faktory a jestliže výroba, zpracování a příprava takového zboží probíhá ve vymezeném

území, za označení původu pro zemědělské výrobky nebo potraviny jsou pokládána i tradiční zeměpisná nebo nezeměpisná označení pro zboží pocházející z vymezeného území, splňuje – li takové zboží ostatní shora uvedené podmínky (například Bílinská kyselka).

I pro označení původu a zeměpisné označení jsou podobně jako u ochranných známek 2 roviny ochrany - při zápisu označení a pak ochrana již zapsaného označení. Podle § 4 zákona č. 452/2001 Sb., o ochraně označení původu a zeměpisných označení, nemohou být zapsána označení, která sice pravdivě označují místo původu, ale vedla by k mylné domněnce, že zboží pochází odjinud. Není možný zápis shodný se starším označením původu, všeobecně známou či ochrannou známkou nebo s názvem odrůdy rostliny, pokud by to vedlo ke klamným domněnkám o původu zboží. I tuto ochranu vynucuje Úřad průmyslového vlastnictví.

Druhá rovina plyne z úpravy výlučných práv ze zápisu označení původu a zeměpisného označení na Úřadu průmyslového vlastnictví v § 23 cit. zákona, jimiž je označení chráněno. Platí zde i zákaz zdruhovění zapsaného označení původu či zeměpisného označení. Některým označením původu poskytují ochranu před neoprávněným použitím včetně klamání spotřebitelů i zvláštní zákony, např. označení „žatecký chmel“ zákon č. 97/1996 Sb., o ochraně chmele. Obranu před tímto zneužitím poskytují soudy, popř. orgány veřejnoprávní, podobně jako u ochranných známek.

### 3.5. Olympijská symbolika a ochrana před klamáním

Ochranu zneužití olympijských symbolik ke klamání – zejména ve formě použití osobou či v souvislosti, která nemá s olympijským hnutím nic společného nebo neoprávněným napodobením těchto symbolik či označení je obsahující pro obchodní, reklamní nebo jiné obdobné účely bez písemného svolení Českého olympijského výboru, je dána zákonem č. 60/2000 Sb., o ochraně olympijských symbolik. To platí obdobně i pro ochranu před zneužitím symbolů Českého olympijského výboru. Obranu poskytují civilní žaloby nebo nástroje veřejnoprávní. Olympijská symbolika může být chráněna zároveň i jako ochranná známka.

### 3.6. Odrůdy rostlin a ochrana před klamáním

I ochrana před zneužitím nové odrůdy rostlin před klamáním dle zákona č. 408/2000 Sb., o ochraně práv k odrůdám rostlin, má dvě roviny, stejně jako v předchozích typech soukromoprávní ochrany. Ochrana před zápisem, který by mohl klamat, spočívá již v podmínkách stanovených zákonem pro udělení ochranných práv k odrůdě (zejména odlišnost od každé jiné odrůdy, která je v den podání žádosti o ochranu obecně známa) i pro název odrůdy (pro tutéž odrůdu musí být použit stejný název v ČR jako v jiné členské zemi Unie pro ochranu nových odrůd rostlin, nesmí být shodný nebo zaměnitelný s názvem jiné odrůdy, s ochrannou známkou, označením původu nebo zeměpisným označením pro stejné nebo podobné výrobky a nesmí vyvolávat nesprávné představy o hodnotě, vlastnostech nebo původu odrůdy nebo totožnosti šlechtitele). Obranu před tímto klamáním poskytuje Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (dále

jen „Ústav“) udělením šlechtitelského osvědčení, které představuje udělení ochrany a schválení názvu odrůdy a dále kontrolou udržování stálosti odrůdy, popř. udělením sankce (pokuty).

Druhou rovinu představuje porušení ochranných práv k odrůdě třetí osobou, stanovených zákonem, včetně neoprávněného použití nebo napodobení jejího názvu. I obranu před těmito postupy poskytuje zmíněný Ústav (např. uvalením uvedené pokuty) nebo žaloba před soudem.

### 3.7. Průmyslové vzory a ochrana před klamáním

Průmyslovým vzorem je dle definice obsažené v zákoně č. 527/1990 Sb. vnější úprava výrobku, která je nová a průmyslově využitelná. Naopak průmyslovým vzorem není technické a konstrukční řešení, přenesení známé vnější úpravy výrobku na výrobek jiného druhu nebo vnější úprava vytvořená zvětšením či zmenšením známé vnější úpravy výrobku, záměna materiálu pro vnější úpravu výrobku, architektonické řešení stavby, vnější úprava výrobku zjistitelná jen při zvláštní pozornosti, barva, není – li ji užito ve spojení s tvarem, s obrysem nebo s kresbou. Průmyslové vzory se zapisují do rejstříku průmyslových vzorů vedeného Úřadem průmyslového vlastnictví.

Funkce průmyslového vzoru stojí mezi ochrannými označeními a výsledky tvůrčí činnosti, a proto i ochrana proti klamání spotřebitelů je v jeho případě podobná ochranným označením, ale jen zčásti. I u něho existuje dvojí rovina ochrany před klamáním – při zápisu a při užívání zapsaného vzoru. Klamání při zápisu by měla zamezit základní podmínka poskytnutí ochrany – individuální povaha vzoru.

### 3.8. Vynálezy, užité vzory, zlepšovací návrhy a ochrana před klamáním

Chráněným vynálezem je vynález, na který byl udělen patent Úřadem průmyslového vlastnictví podle zákona č. 527/1990 Sb. o vynálezech a zlepšovacích návrzích. Patenty se udělují na vynálezy, které jsou nové, jsou výsledkem vynálezecké činnosti a jsou průmyslově využitelné. Patenty se naopak neudělují na vynálezy, jejichž využití by se přičilo veřejnému pořádku nebo dobrým mravům a dále na odrůdy rostlin a plemena zvířat nebo v zásadě biologické způsoby pěstování rostlin či chovu zvířat. Za vynálezy se nepovažují objevy, vědecké teorie a matematické metody, estetické výtvořy, plány, pravidla a způsoby vykonávání obchodní činnosti, hraní her jakož i programy počítačů, podávání informací. Udělené patenty na vynálezy se zapisují do patentového rejstříku vedeného Úřadem průmyslového vlastnictví.

Užitným vzorem je označení, kterým se chrání dle definice obsažené v zákoně č. 478/1992 Sb. technická řešení, která jsou nová, přesahují rámec pouhé odborné dovednosti a jsou průmyslově využitelná, technickými řešeními nejsou objevy, vědecké teorie a matematické metody, pouhé vnější úpravy výrobků, plány, pravidla a způsoby vykonávání duševní činnosti, programy počítačů, pouhé uvedení informace. Užitnými vzory nelze chránit technická řešení, jež jsou v rozporu s obecnými zásadami morálky a lidskosti, odrůdy rostlin a plemena zvířat, jakož i biologické reproduktivní materiály, způsoby výroby nebo pracovní činnosti. Užitné vzory se zapisují do rejstříku užitných vzorů vedeným Úřadem průmyslového vlastnictví.



Vynálezy a užité vzory obvykle nejsou předmětem klamání spotřebitelů (leda, zda v daném výrobku je daný nehmotný statek skutečně zhmotněn, když to tvrdí dodavatel, popř., že jeho produkt není chráněn daným patentem, že produkt má právní vady aj., což se může promítnout do odpovědnosti za vady ve smlouvě). Určitou možnost dává sama povaha užitého vzoru, který je zapsán jen na základě formálního průzkumu a pokud by někdo na něj spolehl, je možné, že po úplném průzkumu v rámci návrhu třetí osoby bude vymazán. Klamání napodobením vynálezu či vzoru nebo zlehčováním, v reklamě aj. je postihováno ochranou proti nekalé soutěži.

### 3.9. Autorský zákon

Základní právní úprava autorského práva a práv s ním souvisejících je obsažena v zákoně č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským (autorský zákon). Zákon označuje za *autora* fyzickou osobu, která vytvořila autorské dílo ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. Takovým dílem je dílo literární a jiné dílo umělecké a dílo vědecké, které je jedinečným výsledkem tvůrčí činnosti autora a je vyjádřeno v jakékoli objektivně vnímatelné podobě včetně podoby elektronické, trvale nebo dočasně, bez ohledu na jeho rozsah, účel nebo význam (dále jen „dílo“). *Dílem* je zejména dílo slovesné vyjádřené řečí nebo písmem, dílo hudební, dílo dramatické a dílo hudebně dramatické, dílo choreografické a dílo pantomimické, dílo fotografické a dílo vyjádřené postupem podobným fotografii, dílo audiovizuální, jako je dílo kinematografické, dílo výtvarné, jako je dílo malířské, grafické a sochařské, dílo architektonické včetně díla urbanistického, dílo užitého umění a dílo kartografické. Za dílo se považuje též

počítačový program, je-li původní v tom smyslu, že je autorovým vlastním duševním výtvozem. Za dílo souborné se považuje databáze, která je způsobem výběru nebo uspořádáním obsahu autorovým vlastním duševním výtvozem. Právo autorské se vztahuje na dílo dokončené, jeho jednotlivé vývojové fáze a části, včetně názvu a jmen postav, pokud splňují podmínky výše uvedené. Předmětem práva autorského je také dílo vzniklé tvůrčím zpracováním díla jiného, včetně překladu díla do jiného jazyka. Tím není dotčen právo autora zpracovaného nebo přeloženého díla. Sborník, jako je časopis, encyklopedie, antologie, pásmo, výstava nebo jiná databáze, je-li souborem nezávislých děl nebo jiných prvků, který je způsobem výběru nebo uspořádáním obsahu jedinečným výsledkem tvůrčí činnosti autora, je dílem souborným. Dílem naopak není zejména námět díla sám o sobě, denní zpráva nebo jiný údaj sám o sobě, myšlenka, postup, princip, metoda, objev, vědecká teorie, matematický a obdobný vzorec, statistický graf a podobný předmět sám o sobě.

Práva autora se dělí na dvě skupiny, a to na práva osobnostní a práva majetková.<sup>9</sup>

Za práva s právem autorským související jsou považována :

- práva výkonného umělce k jeho uměleckému výkonu,
- právo výrobce zvukového záznamu k jeho záznamu,

---

<sup>9</sup> *Práva osobnostní jsou právo autora na ochranu jeho autorství, zejména jeho nedotknutelnosti, a je-li dílo užíváno jinou osobou, aby se tak dělo způsobem nesnižujícím hodnotu díla. Právo majetkové povahy je zejména právo s dílem nakládat, rozhodovat o jeho zveřejnění a udílet svolení k jeho užití a dále právo na odměnu za užívání díla.*

- právo výrobce zvukově obrazového záznamu k jeho záznamu,
- právo rozhlasového nebo televizního vysílatele k jeho původnímu vysílání,
- právo zveřejnitel k dosud nezveřejněnému dílu, k němuž uplynula doba trvání majetkových práv,
- právo nakladatele na odměnu v souvislosti se zhotovením rozmnoženiny jím vydaného díla pro osobní potřebu,
- právo pořizovatele k jím pořízené databázi,
- ochranu práv podle tohoto zákona,
- kolektivní správu práv autorských a práv souvisejících s právem autorským.

Ochrana podle práva autorského se nevztahuje na

- úřední dílo, jímž je právní předpis, rozhodnutí, veřejná listina, veřejně přístupný rejstřík a sbírka jeho listin, jakož i úřední návrh úředního díla a jiná přípravná úřední dokumentace, včetně úředního překladu takového díla, sněmovní a senátní publikace, pamětní knihy obecní (obecní kroniky), státní symbol a symbol jednotky územní samosprávy a jiná taková díla, u nichž je veřejný zájem na vyloučení z ochrany,
- výtvary tradiční lidové kultury, není-li pravé jméno autora obecně známo a nejde-li o dílo anonymní nebo o dílo pseudonymní; užít takové dílo lze jen způsobem nesnižujícím jeho hodnotu,
- politický projev a řeč pronesenou při úředním jednání; autorovo právo k užítí takových děl v souboru zůstává nedotčeno.

V autorském zákoně č. 121/2000 Sb. je otázka klamání spotřebitelů řešena především v § 45, kde se uvádí, že do

autorského práva zasahuje i ten, kdo vyvolává nebezpečí záměny s dílem jiného autora tím, že pro své dílo používá název nebo vnější úpravu, které již byly použity jiným autorem pro jiné dílo téhož druhu (např. stejně graficky řešená obálka sady knih k určitému tématu, učebnic aj.). Jedná se vlastně rozšíření práva autora, na rozdíl od vyvolání nebezpečí záměny jako formy nekalé soutěže však tato ochrana či postih jejího porušení nevyžaduje soutěžní vztah mezi oběma autory. Tato ochrana se ovšem nevztahuje tam, kde to plyne z povahy věci, např. použití běžného názvu učebnice „Matematika“ nemůže být vyhrazeno jen jednomu autorovi.

Prevence proti klamání spotřebitelů je kromě uplatnění osobnostního práva autora dalším důvodem pro povinné uvádění jména autora, popř. všech spoluautorů v díle, přejí-li si to (§ 11 odst.2) a zákonné domněnky autorství (§6). Proti klamání také směřuje použití tzv. copyrightové výhrady (značka © a jméno držitele majetkového autorského práva, resp. práva k jeho výkonu), kterou však český autorský zákon blíže neupravuje. Nejsou s ní spojena žádná práva, má jen za funkci oznámit veřejnosti, kdo je držitelem práv a na koho se tedy má případný zájemce o licenci obrátit. Držitel však má práva již ze zákona nebo z licenční smlouvy, i kdyby na díle tato výhrada chyběla nebo byla nesprávná. Podle obecné úpravy nesmí být tato výhrada nepravdivá, resp. klamavá (jednalo by se o nekalou soutěž ze strany autora, resp. vydavatele, popř. o podvod či omyl). Rovněž tak jen z obecné úpravy plyne, že pokud autor podle § 7 používá pseudonym (přičemž smlouva uzavřená pod pseudonymem je platná, bylo-li možno jednajícího identifikovat), nesmí ho zneužít ke klamání jiných osob. Proti klamání veřejnosti zejména z hlediska, zda se jedná o autorské

dílo, resp. zda ho za něj autor považuje a jaké jsou základní údaje o něm včetně autora, směřuje elektronická informace o identifikaci práv k dílu dle § 44, která je vyjádřena v číslech, kódech či jinak a podle rozhodnutí autora má dílo provázet, aby dílo i práva k němu identifikovala.

Proti klamání veřejnosti také směřuje povinnost řádné citace, použije-li autor cizí dílo nebo jeho část ve svém díle ve shodě s ustanovením tzv. zákonných licencí (omezení) autorova práva.

### 3.10. Spotřebitelské smlouvy a ochrana před klamáním

Velmi významným nástrojem ochrany před klamáním je úprava spotřebitelských smluv v § 52-65 občanského zákoníku. Jsou to smlouvy, kde je jednou stranou dodavatel (jedná v rámci své podnikatelské činnosti) a druhou spotřebitel (jeho pojem byl již výše vymezen). Ochrana se vztahuje na všechny takovéto kupní smlouvy, smlouvy o dílo či jiné smlouvy upravené v části osmé občanského zákoníku, upravující závazkové právo, včetně smluv nepojmenovaných podle § 49 občanského zákoníku. Nevztahuje se tedy na smlouvy uzavřené mezi spotřebiteli navzájem (resp. osoby, které přitom nejednají v rámci podnikatelské činnosti) ani na smlouvy mezi podnikateli navzájem. Pokud by si účastníci spotřebitelské smlouvy písemně sjednali v souladu s § 262 obchodního zákoníku, že se jejich vztah bude řídit obchodním zákoníkem, nemohou tím obejít ochranu spotřebitele zakotvenou v citované úpravě spotřebitelských smluv v občanském zákoníku, dodavatel nese odpovědnost z těchto vztahů podle občanského zákoníku.

Proti klamání spotřebitele ve spotřebitelských smlouvách působí

především ochrana před nepoctivými ujednáními v neprospěch spotřebitele, resp. ujednáními, jimiž se spotřebitel vzdá svých práv vyplývajících ze zákona nebo jinak zhorší své postavení podle § 55 odst. 1 občanského zákoníku a ujednáními, která jsou v rozporu s požadavky dobré víry a znamenají k jeho újmě značnou nerovnováhu v právech a povinnostech podle § 56 odst. 1 občanského zákoníku. Vychází se sice z toho, že spotřebitel má znalosti na úrovni průměrného člověka, ale je znevýhodněn oproti dodavateli tím, že ten je obvykle právně dobře připravený, může zneužít složitějších formulací k poškození zájmů spotřebitele aj. Z hlediska klamání ve vztahu k duševnímu vlastnictví se jedná zejména o ujednání o vyloučení nebo omezení práv spotřebitele při uplatnění odpovědnosti za vady (zejména právní vady) a za škodu, ujednání opravňující dodavatele, aby odstoupil od smlouvy bez konkrétního smluvního či zákonného důvodu a spotřebitele nikoliv (např. pokud spotřebitel provede zákonem povolenou dekompilaci nabytého počítačového programu), zavazují spotřebitele k plnění podmínek, s nimiž se neměl možnost seznámit před uzavřením smlouvy (např. u tzv. shrink-wrap licence při nabytí elektronického produktu chráněného autorským právem – uzavřené protržením průsvitného obalu, pokud nejsou všechny smluvní podmínky licence známy spotřebiteli před protržením obalu, podobně i jsou-li smluvní podmínky uvedeny v počítačovém programu, který spotřebitel spustí a seznámí se s nimi až po uzavření smlouvy a nabytí programu aj.) Taková ujednání jsou nepřijatelná a spotřebitel se může dovolat jejich neplatnosti (jsou relativně neplatná).

Občanský zákoník uvádí tři speciální případy spotřebitelských smluv – uzavíraných prostředky komunikace na dálku

(telefonem, teleshoppingem, elektronickou poštou, faxem aj.) dle § 53-54, uzavíraných mimo obvyklou provozovnu dodavatele dle § 57 a uzavíraných ohledně užívání budovy na časový úsek (time-sharing) dle § 58-65. Před klamáním v těchto případech spotřebitele chrání jednak řada povinných informací a upozornění, které spotřebiteli musí být poskytnuty před uzavřením smlouvy, resp. při jejím uzavření, povinných náležitostí smlouvy a možnost odstoupit od smlouvy do určité doby od uzavření smlouvy bez uvedení důvodů (zejména když byl oklamán o kupovaném produktu, najímané budově aj.).

Právní ochranu danou občanským zákoníkem je spotřebitel oprávněn uplatnit před civilním soudem.

### 3.11. Omyl v právních úkonech a duševní vlastnictví

Pokud oklamáný spotřebitel uzavřel v souvislosti s využíváním duševního vlastnictví smlouvu, např. licenční smlouvu, kterou domněle nabude práv k počítačovému programu, aniž by však poskytovatel licence – jeho smluvní partner měl příslušná autorská práva k programu, popř. jiný právní úkon, mohl by se bránit nejen prostředky nekalosoutěžními, ale též namítat neplatnost právního úkonu podle §49a občanského zákoníku. O omylu, pokud osoba, které byl tento právní úkon určen, jej vyvolala, a to i úmyslně, nebo o něm musela vědět. Podle §40a občanského zákoníku se jedná jen o neplatnost relativní, které se může dovolat jen ten, kdo je takovým úkonem dotčen, tedy nejspíše sám spotřebitel. Nemůže se jí dovolat ten, kdo ji způsobil.

### 3.12. Ochrana osobnosti člověka z hlediska klamání

Při neoprávněném zásahu do ochrany osobnosti může dojít i ke klamání spotřebitelů, např. z hlediska určitých postojů nebo morálních vlastností určité osoby, její způsobilosti či kvalifikace k určité činnosti, pravosti jejích projevů osobní povahy aj. Často dochází k nepravdivým či klamavým prohlášením dotýkajícím se dobrého jména fyzické osoby, někdy i k falšování osobních projevů, např. podobizny, fotomontáží aj. Může dojít i ke klamání ohledně její identity, zejména v souvislosti s jejím podnikáním ve vztahu ke spotřebitelům, není-li zapsána do obchodního rejstříku (pak nemá firmu, ale jméno, chráněné podle § 11 – 16 občanského zákoníku, k němuž může, popř. musí používat i dodatky, které jsou chráněny postihem nekalé soutěže). Obranu proti zásahům může uplatňovat jen dotčená osoba (tou však může být i spotřebitel sám) a po její smrti děti a manžel, a není-li jich, rodiče, a to před soudem podle § 11-16 občanského zákoníku, v některých případech i nástroji veřejnoprávními.

### 3.13. Ochrana názvu a dobré pověsti právnické osoby z hlediska klamání

Název právnické osoby může být zneužit ke klamání podobně jako jméno fyzické osoby. Pokud je právnická osoba zapsána do obchodního rejstříku, zajišťuje ochranu proti klamání úprava její firmy (viz výše). Ochrana názvu podle § 19b odst. 1 a 2 občanského zákoníku se tedy použije, není-li právnická osoba zapsaná do obchodního rejstříku, popř. na základě § 1 obchodního zákoníku, pokud speciální ochrana firmy podle obchodního zákoníku nepostačuje. Neoprávněný zásah do dobré



pověsti právnické osoby může také spočívat v klamání veřejnosti a vést k její imateriální újmě. Ochrana proti němu je zároveň ochranou goodwillu právnické osoby a jde-li o soutěžitele v hospodářské soutěži, je obsažena v ochraně proti nekalé soutěži v obchodním zákoníku (§ 50 – zlehčování, § 50a klamavá reklama) a pokud ta nepostačuje nebo se nejedná o hospodářskou soutěž, v § 19b odst. 3 občanského zákoníku. Obranu opět povede dotčená osoba sama, při oklamání však by to mohl být v rámci nekalosoutěžního sporu i spotřebitel, a to před soudem. V některých případech slouží k ochraně i nástroje veřejnoprávními.

#### 3.14. Ochrana osobních údajů a ochrana před klamáním

Tato úprava se vztahuje na ochranu osobních údajů o fyzických osobách, a to jak na ochranu osobních údajů osob, které nabízejí své produkty na trhu, tak i údajů o spotřebitelích. Ke klamání může dojít především shromažďováním údajů pod záminkou jiného účelu, jejich sdružováním, zpracováním neověřených, nepřesných či nepravdivých údajů, což jsou všechno zakázané praktiky. Naopak, zjistí-li správce, že jím zpracovávané údaje jsou nepravdivé či nepřesné, zejména k námitce subjektu údajů, je povinen je blokovat a bez zbytečného odkladu opravit nebo doplnit a nelze-li to učinit, zlikvidovat. Právě pro zabránění omylům je třeba nepravdivé, nepřesné a neověřené údaje, je-li třeba je zpracovávat, protože to stanoví zákon, náležitě označit a vést odděleně. Proti klamání subjektu údajů správcem při shromažďování údajů působí informační a poučovací povinnost správce podle zákona 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.

### Seznam použité literatury :

Tichý, L. a kol.: Dokumenty ke studiu evropského práva, Linde, Praha 1999.

Tichý, L. – Arnold, R. – Svoboda, P. – Zemánek, J. – Král, R.: Evropské právo, C.H.BECK, Praha 1999

Boháček, M.: - Jakl, L.: Právo duševního vlastnictví, VŠE, Praha 2002

Červený Zdeněk, Šlauf Václav, Přestupkové právo, Praha, 2003

Jelínek Jiří, Sovák Zdeněk, Trestní zákon a trestní řád, Praha, 2001

Jakl Jaroslav, Ochranné známky a označení původu, Praha, 2002

Kříž Jan a kolektiv, Autorský zákon a předpisy související – komentář, Praha, 2002

Munková Jindřiška, Ochranné známky, další práva na označení a hospodářská soutěž, Praha, 2000

Novotný Oto a kolektiv, Trestní právo hmotné – obecná část, Praha, 1997

Novotný Oto a kolektiv, Trestní právo hmotné – zvláštní část, Praha, 1997

Macek, J.: Rozhodnutí ve věcech obchodního jména a nekalé soutěže. C.H. BECK, Praha 2000.

Dědič, J. a kol.: Obchodní zákoník – komentář. Prospektrum.  
Praha 1997

Pelikánová, I.: Komentář k obchodnímu zákoníku, 1. díl, 3.  
vydání, Linde, Praha, 2003

Jakl, J.: Sbíрка správních rozhodnutí ve věcech průmyslových  
práv, I. díl, ÚPV, Praha 1996.

Jakl, J.: Sbíрка správních rozhodnutí ve věcech průmyslových  
práv, II. díl, ÚPV, Praha 1996.

Jakl, J.: Sbíрка správních rozhodnutí ve věcech průmyslových  
práv, III. díl, ÚPV, Praha 1998.

Madar Z. a kol.: Slovník českého práva, Linde Praha a.s. 2.  
vydání, 1999

Telec I.: Tvůrčí práva duševního vlastnictví (MU Brno, Doplněk  
Brno, 1994