

Univerzita Karlova

Právnická fakulta

katedra obchodního práva

Téma diplomové práce

Španělské právo nekalé soutěže – srovnání s českou úpravou

Vedoucí diplomové práce: Doc. JUDr. Stanislava Černá, Csc.

Diplomant: Martin Kartner, Stallichova 933/7, Praha 4, Krč, 140 00

Prohlášení o původnosti:

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

V Praze dne 15. září 2006

  
\_\_\_\_\_

# Obsah

1. Úvod.....	5
1.1. Prolog.....	5
1.2. Koncepce práva proti nekalé soutěži a jeho vývoj.....	6
a) Historický exkurz.....	6
b) Vývoj ve Španělsku a České republice.....	7
• Vývoj ve Španělsku.....	8
• Vývoj v České republice.....	9
c) Platná právní úprava.....	9
• Španělsko.....	9
• Česká republika.....	11
1.3. Nekalosoutěžní jednání a ochrana spotřebitelů.....	11
1.4. Nekalosoutěžní jednání a průmyslové vlastnictví.....	12
1.5. Nekalosoutěžní jednání a ochrana hospodářské soutěže.....	13
2. Nekalá soutěž a reklama.....	15
2.1. Španělská úprava.....	15
2.2. Česká úprava.....	16
2.3. Srovnání.....	17
a) Klamavá reklama.....	17
b) Nekalá reklama.....	19
c) Srovnávací reklama.....	20
2.4. Stav po 12.7.2007.....	22
2.5. Autokontrola či samoregulace.....	23
2.6. Vztah LGP a LCD.....	24
3. Generální klauzule.....	25
3.1. Soutěžitelé, spotřebitelé.....	27
3.2. Jednání v hospodářské soutěži, soutěžní vztah.....	29
3.3. Dobré mravy, dobrá víra.....	30
3.4. Vybraná judikatura.....	33
4. Zvláštní skutkové podstaty.....	36
4.1. Parazitování na cizím úsilí.....	38
a) Záměna (čl.6 LCD, § 47 ObchZ).....	38
b) Parazitování na pověsti (čl.12 LCD, § 48 ObchZ).....	40
c) Porušení obchodního tajemství (§ 51 ObchZ, čl. 13 LCD).....	42
4.2. Přímé útoky proti ostatním soutěžitelům účastnících se hospodářské soutěže.....	46
a) Zlehčování či očerňování jiného soutěžitele (§ 50 ObchZ a čl.9 LCD).....	47
b) Navádění k porušení smlouvy (čl.14 LCD) a podplácení (§ 49 ObchZ).....	49
c) Prodej se ztrátou (čl.17 LCD).....	51
4.3. Jednání, které ovlivňuje možnosti jednání ostatních účastníků trhu, zabraňujíc tím správnému fungování trhu.....	53
a) Klamání (čl.7. LCD) a klamavé označení zboží a služeb (§46 ObchZ).....	53
b) Dárky, prémie a podobné skutečnosti (čl.8 LCD).....	56
c) Diskriminace (čl.16 LCD).....	57
d) Zneužití situace ekonomické závislosti (čl.16 odst. 2 LCD).....	57
e) Porušení právních norem (čl.15 LCD).....	58
f) Ohrožování zdraví a životního prostředí (§ 52 ObchZ).....	59
5. Procesní ustanovení.....	61

5.1.	Žaloby .....	61
5.2.	Aktivní a pasivní legitimace .....	62
5.3.	Lhůty k uplatnění práva a předběžná opatření .....	64
6.	Závěr.....	65
7.	Bibliografie.....	67
8.	Seznam použitých zkratek.....	69

# 1. Úvod

## 1.1. Prolog

Cílem této práce je porovnat právní úpravu práva proti nekalé soutěži České republiky a Španělského království. Je to oblast, která v obou zemích prošla v devadesátých letech 20. století značným vývojem. Do budoucna lze předpokládat, že její podoba nezůstane neměnná, zejména vlivem nové evropské legislativy.

Ač by se nemuselo na první pohled zdát, Česká republika i Španělské království mají v oblasti ochrany hospodářské soutěže poměrně dost společného. Základním pojítkem ve vývoji obou právních úprav je existence „totalitárních“ režimů v druhé polovině 20. století, což vedlo k zakrnění tohoto právního odvětví. Vedlejším důsledkem politicko – právního vývoje v obou zemích je navíc to, že nemohla vznikat relevantní judikatura, tolik potřebná v této právní oblasti.

Do úvodu své práce jsem zařadil historický vývoj právního odvětví proti nekalé soutěži v obou zemích. V části věnované současnému právu jsem se věnoval zejména přiblížení a systematickému zařazení práva proti nekalé soutěži do obou právních řádů a zvláštní pozornost je věnována vztahu mezi soutěžním právem a jinými příbuznými oblastmi práva. Jako například práva na ochranu hospodářské soutěže, práva na ochranu spotřebitelů či práva na ochranu nehmotných statků.

Zásadní část této práce lze spatřovat v popisu a srovnání generálních klauzulí práva proti nekalé soutěži, jelikož to je z praktického hlediska jeho nejdůležitější část. Dále se dostaneme k podrobnému porovnání jednotlivých skutkových podstat, které představují nejtypičtější příklady porušení soutěžního práva, a proto jsou výjimečně názorné k pochopení celé problematiky. V závěru je pozornost věnována procesním aspektům nekalosoutěžního práva.

## 1.2. Koncepce práva proti nekalé soutěži a jeho vývoj

### a) Historický exkurz

Právo na ochranu proti nekalé soutěži vzniká ve Francii v 19. stol. v období hospodářského liberalismu. Ten vyznával myšlenku svobodné soutěže, což znamená, že každý má právo účastnit se hospodářské soutěže. Jenže soutěžitelé brzy začali volné soutěže prostřednictvím nekalých praktik zneužívat. Ochrana před těmito nekalými praktikami, neboli nekalosoutěžním jednáním, vznikla ve Francii díky jurisprudenci, která ochranu odvodila z čl. 1382 a čl. 1383 Civilního zákoníku.<sup>1</sup> Naproti tomu v Německu vznikl roku 1909 nový zákon na ochranu svobodné soutěže. Tato první právní ochrana měla především chránit soutěžitele proti poškozujícímu jednání jiných soutěžitelů, kteří se nacházeli v situaci přímé soutěže. Proto tedy, pokud tato podmínka přímé soutěže chyběla, nemohlo být jednání kvalifikováno jako zakázané.<sup>2, 3</sup>

Ve Španělsku stejně jako v České republice vládne systém tržního hospodářství, jenž se zakládá na volné soutěži, což ostře kontrastuje s bývalými režimy (diktatura generála Franca ve Španělsku a předlistopadový režim v České republice), kdy hospodářství bylo řízeno administrativně.<sup>4</sup>

Právo účastnit se trhu jako obchodník či výrobce pochází z idejí Francouzské revoluce.<sup>5</sup> Přinejmenším v Západních ekonomikách se uznává, že hospodářství založené na volné hospodářské soutěži je nejefektivnější z hlediska využívání zdrojů a hospodářského rozvoje, proto je třeba jej rozvíjet a chránit.

Obecně se uznává, že ekonomika založená na volné soutěži musí splňovat zejména tyto podmínky: volný vstup na trh a pluralitu subjektů na straně nabídky. Tyto subjekty musejí jednat samostatně a musejí být podřízeni stejným normám.

1 Hajn P., Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži, Brno: Masarykova univerzita, 2000, str. 35

2 Rodrigo Barcia Lehmann, Algunas consideraciones sobre la publicidad ilícita en España y Europa, Ius et Praxis, 1999, č.2, str. 3 (<http://derecho.usal.es/revistas/iusetpraxis/5-2-99/barci299.pdf>)

3 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str. 345

4 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str. 346

5 Zajímavý odkaz uvádí J. Munková, Právo proti nekalé soutěži, C.H. Beck, 2001, c1996, str. 30: „Právní slovník z r. 1972, který označuje konkurenci za boj mezi kapitalistickými soukromými výrobci... ve snaze dosáhnout co největší zisk atd.“ Z tohoto citátu vyplývá názor, že v podstatě právo proti nekalé soutěži není potřebné mimo kapitalistické zřízení.

Soutěžní prostředí je velice dynamické, není proto divu, že se obchodníci snaží o zmírnění či vyloučení hospodářské soutěže prostřednictvím restriktivních praktik. Tyto praktiky obohacují jednající obchodní subjekty, ale poškozují společnost ve svém celku a zejména konzumenty. Díky tomu vznikly ochranné normy zvané “antitrustové“ či „soutěžní“ právo.

Antitrustové zákonodárství pochází z USA (Sherman Act 1891) a do Evropy se rozšířilo až s koncem druhé světové války. Představuje změnu v ekonomickém liberalismu, který v jistém směru, změnil právo soutěžitelů účastnit se hospodářské soutěže na povinnost soutěžit a soutěž neomezovat. V roce 1957 přijala Německá Federativní Republika jako jedna z prvních evropských zemí zákon proti omezování hospodářské soutěže, který byl silně ovlivněn USA. Vliv USA je znát i při tvorbě Římské smlouvy, a to zejména v souvislosti s čl. 81 a násl.

Ve španělském právu se antitrustové zákonodárství objevuje poprvé v zákoně proti restriktivním praktikám z roku 1963, který byl derogován zákonem na ochranu hospodářské soutěže v roce 1989, jež je po řadě novelizací platný dodnes. Na území České Republiky je v současnosti v platnosti zákon na ochranu hospodářské soutěže č. 143/2001 Sb., který nahradil zák. č. 63/1991 Sb.

Všeobecně je základní cíl moderního hospodářského práva spatřován ve vytvoření právního rámce, který by zaručil efektivní fungování soutěžního systému tržního hospodářství. Z tohoto důvodu již neobstojí legislativa, jež chrání před nekalosoutěžním jednáním pouze soutěžitele, ale je třeba, aby i spotřebitelé či hospodářská soutěž obecně našla v soutěžním právu potřebnou oporu. Je zjevné, že zajištění soutěžního prostředí, nedosáhneme pouze stanovením povinností soutěžit, ale že je zároveň nutné dosáhnout toho, aby soutěžitelé nezískávali klienty či prospěch obecně jiným způsobem, než kvalitou svých služeb a vlastním úsilím.

## **b) Vývoj ve Španělsku a České republice**

## • Vývoj ve Španělsku

Počátky moderní španělské úpravy sahají do prvních desetiletí 20.stol, kdy úpravu práva svobodné soutěže obsahoval zákon o průmyslovém vlastnictví z roku 1902. Ten byl derogován zákonem o známkách z roku 1998. Zákon o průmyslovém vlastnictví trpěl z pohledu ochrany proti nekalé soutěži vážnými nedostatky. Zejména neobsahoval generální klauzuli a ustanovení věnující se nekalé soutěži byla úzce svázána s ochranou průmyslového vlastnictví (imitace (čl.132a), zneužití parazitování na pověsti (čl. 131, 132 písm. c, g), klamání (čl.132 písm. d, f), zlehčování (čl. 132 písm. e). Přestože existovaly snahy o nahrazení chybějící generální klauzule alespoň analogií či extenzivním výkladem, nebylo je možno uvést do praktického života, a to z důvodu trestně právní povahy sankcí obsažených v trestním kodexu.<sup>6</sup> Další ze zákonů, který upravoval nekalou soutěž, byl zákon z roku 1963 na ochranu proti omezování hospodářské soutěže. Ten zakazoval nekalosoutěžní jednání, které by směřovalo k omezení či vyloučení hospodářské soutěže pomocí zneužití dominantního postavení či kartelové dohody (čl. 3 písm. d). V oblasti reklamy byl roku 1964 zákonem č. 61/1964 vydán Statut o reklamě (dále jako „Statut“), který upravoval nekalou soutěž v oblasti reklamní činnosti a byl založen na principech zákonnosti, pravdivosti, autenticitě a volné soutěži (čl.6 Statutu). Podle čl. 7 Statutu byla nezákonná ta reklama, která by byla v rozporu s dobrými mravy. Dále postihoval reklamu klamavou a skrytou. Z procesního hlediska je významné, že Statut aplikoval Ústřední výbor pro reklamu „Jurado Central de la Publicidad“, jehož rozhodnutí byla přezkoumatelná ve správním řízení.

Na komplexnější úpravu bylo nutné počkat až do roku 1988, kdy byl přijat zákon č. 32/1988 o známkách, který ve třech článcích zakotvil zákaz nekalé soutěže. Významný byl zejména čl. 87 zákona o známkách, který obsahoval generální klauzuli zakazující nekalou soutěž<sup>7</sup>. Zákon se neměl stát obecnou úpravou nekalé soutěže, neboť ve svém čl. 88 předpokládal vznik obecné úpravy nekalé soutěže.

6 José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid str.47

7 Všechny 3 články byly derogovány zákonem č.3/1991, o nekalé soutěži. V novém zákoně č.17/2001, o známkách, již úprava nekalé soutěže není obsažena.



## • **Vývoj v České republice**

V rakousko-uherské monarchii neexistovala obecná komplexní úprava práva na ochranu hospodářské soutěže ani práva nekalé soutěže. Avšak existovala řada zákonů, které nekalou soutěž upravovaly, např. zák. č. 26/1895 ř.z. o výprodejích či zák. č. 89/1897 ř.z. o obchodu potravinami a některými předměty užitnými.<sup>8</sup>

První obecnou úpravu obsahoval až zákon proti nekalé soutěži č. 111/1927 Sb. z. a n., který se inspiroval německou úpravou z roku 1909. Právo na ochranu hospodářské soutěže v Československu upravoval zejména zák. č. 141/1933 Sb. z. a n. o kartelech a soukromých monopolech. Po komunistickém převratu byl zákon proti nekalé soutěži derogován zák. č. 141/1950 Sb., Občanským zákoníkem, v němž nekalou soutěž upravoval § 352 jako zvláštní případ náhrady škody. Jelikož nedává v podstatě smysl chránit hospodářskou soutěž v hospodářském systému, kde soutěž jako taková neexistuje, tak se úprava chránící hospodářskou soutěž stala de facto zbytečnou.

## c) **Platná právní úprava**

### • **Španělsko**

Na rozdíl od České republiky ježto má pouze jeden zdroj moci zákonodárné, ve Španělsku je situace odlišná. Podle článku 2 Ústavy z roku 1978 (dále jen „Ústava“) je Španělsko sice nedělitelným státem, ale uznávajícím a garantujícím právo na autonomii národností a regionů, což zahrnuje i právo tvořit vlastní legislativu. Pro tuto problematiku je zásadní kapitola osmá části třetí (čl. 143 – 158) španělské Ústavy, která je věnovaná vztahům mezi autonomiemi a Španělskem. Významné jsou zejména články 148 a 149. V článku 148 nacházíme výčet kompetencí, jež náleží autonomiím a v článku 149 jsou obsaženy kompetence, které náležejí výlučně Španělsku. Úpravu nekalé soutěže lze subsumovat pod ustanovení španělské Ústavy čl. 149 odst. 1 bod 13, které Španělsku přiznává výlučnou kompetenci v oblasti „Základy a koordinace obecné úpravy ekonomických aktivit.“ Regionální obdobou španělské Ústavy jsou Statuty jednotlivých autonomií. Tvorba Statutů

---

<sup>8</sup> J. Munková, Právo proti nekalé soutěži, C.H. Beck, 2001, c1996, str. 22-23

je upravena v Ústavě a v podstatě spočívá ve dvou fázích. V první fázi je připraven projekt statutu shromážděním poslanců a senátorů zvolených za dotčenou autonomii a v druhé fázi je prostřednictvím parlamentu „Cortes Generales“ vyhlášen formou zákona (viz. čl.146 Ústavy).

Jelikož oblast nekalé soutěže je jakýmsi průsečíkem mezi ochranou soutěžitelů a spotřebitelů, je třeba si ujasnit, kterému veřejnoprávnímu subjektu náleží kompetence na poli tvorby legislativy pro jejich ochranu. Podle čl. 51 Ústavy kompetence v oblasti ochrany spotřebitelů, uživatelů a vnitřního trhu náleží veřejné moci, do níž lze bezesporu zařadit jak španělské, tak i autonomní úřady. Vše komplikuje fakt, že ve Španělsku, vlivem odlišnosti jednotlivých statutů, není míra přidělených kompetencí ve sdílené oblasti jednotná. I díky četné judikatuře lze shrnout, že úprava nekalé soutěže je výlučnou kompetencí Španělska (STS 88/1986 případ *La ley catalana de rebajas*, STS 71/1982 případ *Estatuto del Consumidor del País Vasco* a další), zatímco právo na ochranu spotřebitele se nalézá v oblasti kompetence sdílené (STS 225/1993 případ *Ley de Ordenación del Comercio Interior de Galicia*, STS 88/1986 případ *La ley catalana de rebajas*).

V současné španělské právní úpravě nekalé soutěže lze rozlišit dvě oblasti. První tvoří zák. č. 3/1991, o nekalé soutěži (dále jen „LCD“), a druhou tvoří zák. č. 34/1988, o reklamě (dále jen „LGP“), upravující zejména klamavou a nekalou reklamu. Tyto dva zákony jsou doplněny zákonem č. 16/1989, na ochranu hospodářské soutěže, a úst. zák. č.10/1995, trestní zákoník, postihující některé z nekalosoutěžních jednání.<sup>9</sup> Dále je právo nekalé soutěže upraveno zákonem č.26/1984, na ochranu spotřebitelů a uživatelů (dále jen jako „LGPDCU“) a zákonem č.7/1996, o maloobchodě. Tato úprava je doplněna řadou zákonů autonomií, které upravují odlišnosti jejich vnitřních trhů a ochranu spotřebitelů (např. Zák.10/1981 baskického parlamentu o Statutu spotřebitelů, zák.12/1984 galicijského

---

9 Konkrétně neoprávněné užívání označení původu a zeměpisných označení (čl.275 CP), ustanovení čl.278 až 280 chránící obchodní tajemství a dále tzv. reklamní delikt (čl.282 CP), který zní: „Budou potrestáni odnětím svobody v trvání od 6 měsíců do 1 roku nebo pokutou od 12 do 24 měsíců výrobci či obchodníci kteří ve svých nabídkách či reklamách na služby nebo výrobky o nich uvedou nepravdivé tvrzení či neurčité údaje takovým způsobem, že mohou způsobit vážnou a zjevnou újmu spotřebitelům. Toto ustanovení nemá vliv na potrestání za spáchání jiných deliktů.“ Ve Španělsku jsou pokuty vymezeny tak, že každý den trestu odpovídá určité peněžní částce. Rozpětí trestu je 10 dní až dva roky a denní sazba je 2€ až 400€.

parlamentu o spotřebiteli, zák.12/1989 navarrského parlamentu o obchodu bez stálého sídla.<sup>10)</sup>

### • **Česká republika**

Po roce 1989 došlo k vypracování ucelené úpravy nekalé soutěže v rámci obchodního zákoníku a právo na ochranu hospodářské soutěže právo získalo vlastní zákon č. 63/1991 Sb. Munková<sup>11</sup> upozorňuje, že původní záměr legislativní úpravy práva na ochranu hospodářské soutěže byl takový, aby existoval zvláštní zákon upravující jak právo nekalé soutěže, tak právo na ochranu hospodářské soutěže, což nakonec, zejména vzhledem k tomu, že nekalosoutěžní právo je spíše soukromoprávní a ochrana hospodářské soutěže veřejnoprávní, nebylo realizováno. Jinak lze samozřejmě, obdobně jako v případě Španělska, stručně uvést, že hospodářskou soutěž před nekalou soutěží chrání rovněž zákon č. 140/1961 Sb., trestní zákon, zejm. § 149 tr. zák., a dále s úpravou nekalé soutěže souvisí i zákon zák. č. 40/ 1995 Sb.,o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů, zejména. zák. č. 138/2002 Sb. či zákon č. 637/1992 Sb.,o ochraně spotřebitele.

### **1.3. Nekalosoutěžní jednání a ochrana spotřebitelů**

Ochrana spotřebitele jako slabší strany obchodního vztahu se datuje od 60 .let 20. století. Jako základní předpoklad existence volné soutěže se v tržním hospodářství použil princip svrchovanosti spotřebitele, což znamená, že spotřebitel má možnost výběru mezi různým zbožím či službami. Spotřebitel určuje svými rozhodnutími úspěch toho kterého soutěžitele, a aby tento systém (soutěžní systém tržního hospodářství) fungoval, je neodmyslitelné zajištění spotřebitelovy ochrany. Cílem této ochrany je garantovat, aby se spotřebitel nacházel v situaci, kdy je mu umožněno rozhodovat o úspěchu soutěžitelů, to znamená zejména zajistit takový stav, v němž bude schopen správně posoudit nabídky soutěžitelů. Základním prostředkem ochrany spotřebitele je existence správně fungující soutěže na trhu. Právě k tomuto zejména slouží právo na ochranu hospodářské soutěže a právo na ochranu proti nekalé soutěži.

<sup>10</sup> Další seznam zákonů viz. José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid str.52.

<sup>11</sup> J. Munková, Právo proti nekalé soutěži, C.H. Beck, 2001, c1996, str. 25

Uznání faktu, že nekalá soutěž poškozují spotřebitele přímo, jako například klamavá reklama nebo nepřímo tím, že naruší rovnováhu trhu, vyjadřuje změnu v pojetí disciplíny nekalosoutěžního práva. Tou je, že chrání také zájmy spotřebitelů. Jedním z nejdůležitějších důsledků tohoto nového pohledu je poskytnutí aktivní legitimace spotřebitelů k žalobám v důsledku nekalosoutěžního jednání. Ve španělské legislativě tato změna vyvolává jistý konflikt mezi právními předpisy na ochranu spotřebitele (LGP, LGPDCU, LCD), protože upravují v zásadě tentýž problém. Bercovitz<sup>12</sup> v tomto problému dokonce spatřuje základní výzvu pro současnou španělskou legislativní politiku.

Právě z tohoto důvodu je potřeba zmínit některé hlavní rozdíly mezi výše uvedenými zákony. LGP a LGPDCU jsou zákony sloužící čistě ochraně spotřebitelů, proto se jich mohou dovolávat pouze oni (nebo subjekty, jež zastupují jejich zájmy), zato LCD se mohou dovolávat taktéž podnikatelé (lépe řečeno soutěžitelé), přičemž tradičně to byli pouze oni, kdo mohl využít jeho ochrany. Vzhledem k odlišné povaze předpisů je odlišná i povaha sankcí za jejich nedodržení. Sankce za porušení legislativy na ochranu spotřebitelů jsou sankcemi správními, kdežto sankce za porušení LCD je sankcí soukromoprávní (typicky odškodnění).

V českém právu je zásadním předpisem upravujícím práva spotřebitelů zejména zákon o ochraně spotřebitele č. 634/1992 Sb., nicméně nelze pominout i zákony vznikající zejména pod vlivem evropské legislativy jako např. zák. č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru a další. Obdobně jako ve Španělsku i v České republice zákon na ochranu spotřebitele je normou veřejného práva a ObchZ normou soukromého práva. Z toho vyplývají i odlišnosti v sankčních prostředcích, jež oba zákony užívají.

#### **1.4. Nekalosoutěžní jednání a průmyslové vlastnictví**

Ochrana proti nekalosoutěžnímu jednání historicky vyplývá z ochrany průmyslového vlastnictví, zejména ochranných známek. Nekalá soutěž je na mezinárodní úrovni upravena zejména Pařížskou unijní úmluvou na ochranu průmyslového vlastnictví

---

12 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str. 347

(čl.10 bis a čl. 10 ter), přičemž Španělsko i ČR jsou členskými státy. Odtud úzké vazby mezi o oběma oblastmi.

Například nezákonným užíváním cizí ochranné známky je zajisté porušeno právo na její výlučné užívání, ale také by mohlo být za jistých okolností porušeno právo proti nekalosoutěžnímu jednání. Tato ochrana by se dala přirovnat, z pohledu podnikatele, ke dvěma okruhům ochrany. Užší okruh ochrany představuje ochrana poskytovaná přímo právu průmyslovému vlastnictví a širší okruh, je tvořen ochranou poskytovanou proti nekalosoutěžnímu jednání. Obecně se dá říci, že se nejedná o vztah obecného a speciálního, ale každá úprava se věnuje jinému okruhu záležitostí, ačkoli se prolínají. Tak např. neoprávněné užití cizí ochranné známky se dá hodnotit jako nekalosoutěžní jednání podle LCD/ObchZ, ale zároveň jako zakázané jednání podle zákona o ochranných známkách<sup>13</sup>. Z tohoto důvodu Vrchní soud v Praze judikoval<sup>14</sup>, že i při dodržení známkového práva je možné porušení nekalé soutěže, jinými slovy je možné oba zákony aplikovat zároveň.

### **1.5. Nekalosoutěžní jednání a ochrana hospodářské soutěže**

Jak právo na ochranu hospodářské soutěže, tak právo proti nekalosoutěžnímu jednání mají za cíl zejména chránit hospodářskou soutěž. Rozdíl je v tom, že každý ze zákonů chrání, dalo by se říci, jinou úroveň trhu. J. Munková<sup>15</sup> to dokonce přirovnává k regulaci vztahů makroekonomických a mikroekonomických. Z této základní odlišnosti vyplývají další, a to zejména fakt, že právo na ochranu hospodářské soutěže je typicky veřejnoprávní úpravou a nekalosoutěžní právo je úpravou soukromoprávní, přičemž není vyloučeno, že je půjde aplikovat najednou.

Ve Španělsku se jedná o vztah zák. č. 16/1989, na ochranu hospodářské soutěže (dále jen jako „LDC“), a LCD. Španělský zákon na ochranu hospodářské soutěže se věnuje následujícím jednáním:

1. kartelovým dohodám (čl. 1 LDC);

---

13 V ČR zákon o ochranných známkách č. 441/200, ve Španělsku zákon o známkách č. 17/2001

14 3 Cmo 1446/94-26, 5 A 22/1997

15 J. Munková, Právo proti nekalé soutěži, C.H. Beck, 2001, c1996, str. 10

2. zneužití dominantního postavení (čl. 6 LDC);
3. poškozování volné soutěže nekalým jednáním (čl. 7 LDC);
4. kontrole koncentrací (čl. 14 LDC);
5. poskytování veřejných podpor (čl. 19 LDC).

V České republice je účinný zákon o ochraně hospodářské soutěže č. 143/2001 Sb., jež upravuje tato jednání:

1. dohody narušující soutěž (§ 3 - 9);
2. dominantní postavení a jeho zneužívání (§ 10 - 11);
3. spojování soutěžitelů (§ 12 - 19).

Překročení zákazů lze v obou případech postihnout jak prostředky civilního, tak i správního či trestního práva. Příslušným orgánem jež aplikuje LDC je Soud na ochranu hospodářské soutěže (Tribunal de Defensa de la Competencia) a v českém případě je to Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Z pohledu námi zkoumané nekalé soutěže je zvláště významný článek 7 LDC jež zakazuje jednání, které je shledáno nekalým a zároveň závažně poškozuje hospodářskou soutěž či veřejný zájem. V českém zákoně o ochraně hospodářské soutěže obdobné ustanovení chybí a obdobné jednání lze postihnout pouze pomocí ObchZ.

Ve Španělsku zákon na ochranu hospodářské soutěže, jenž užívá pojem nekalé jednání, nenabízí bližší vysvětlení, co oním nekalosoutěžním jednáním máme rozumět. Zde judikatura<sup>16</sup> odkazuje na obecnou úpravu nekalé soutěže obsažené v zákoně LCD a LGP. Důležité je, že jak LDC tak LCD lze aplikovat nezávisle na sobě. Tedy v případě, kdy nekalosoutěžní jednání zasáhne svou intenzitou závažným způsobem hospodářskou soutěž či veřejný zájem. Zde by eventuálně přicházelo v úvahu aplikovat LCD, LDC i LGP, jelikož zahájení správního řízení podle LDC nemá v zásadě vliv na soukromoprávní žalobu podle LCD či LGP.

---

16 Např. rozhodnutí španělského Soudu na ochranu hospodářské soutěže Expediente č. 110/95, Médicos Canarias.

## 2. Nekalá soutěž a reklama

Ochrana před nekalou soutěží uskutečňující se v reklamním odvětví je neodmyslitelnou součástí úpravy nekalé soutěže. V současné době ve Španělsku zákonodárce udržuje oddělenou úpravu nekalé soutěže obecně a úpravu nekalé soutěže v oblasti reklamy. Jinými slovy nekalá soutěž v reklamě je ve Španělsku upravena jak LCD tak LGP (srov. např. čl. 6/b LGP a čl. 6 LCD, které upravují skutkovou podstatu záměny), nicméně v praxi mnoho problémů nepřináší, protože oba zákony mají v podstatě obdobný účel, a z tohoto důvodu se aplikují současně a navzájem se doplňují (např. STS z května 1997, případ Aquatronic, RJ 1997, 3876). Do jisté míry problematický vztah obou zákonů je rozebrán níže. V České republice je nekalá soutěž v reklamě upravena přímo v ObchZ konkrétně v § 45 o klamavé reklamě a v novelizaci (zák. č. 370/2000, účinný od 1. 1. 2001) doplněném § 50a ObchZ o srovnávací reklamě. Dále reklama jako taková je upravena zejména v zák. č. 40/1995, o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů zejména zák. č. 138/2002.

Jak Španělsko, tak Česká republika tedy upravují nedovolenou reklamu v podstatě ve dvou základních předpisech, a sice v předpisech upravujících obecně nekalou soutěž a v obecných předpisech regulujících reklamu.

### 2.1. Španělská úprava

Španělsko splnilo svou povinnost a inkorporovalo směrnici Rady 84/450/ES o klamavé reklamě ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/55/ES měnící prvou směrnici doplněním úpravy srovnávací reklamy. Takže se, v souladu s druhým článkem směrnice Rady z 10.9.1984 o klamavé a srovnávací reklamě, v druhém článku LGP definuje reklama jako: „Jakákoliv forma sdělení realizovaná právnickou či fyzickou osobou, veřejného nebo soukromého práva, související s obchodem, živností, řemeslem či svobodným povoláním s cílem podpory, ať již přímé či nepřímé, odbytu zboží, movitých či nemovitých věcí, služeb, práv nebo závazků“.

Jak je ze španělské definice zřejmé, zákonodárce v podstatě v pojmu „reklama“ sloučil tři definiční prvky: jakékoliv sdělení, souvislost s hospodářskou činností a podpora hospodářské činnosti jako její cíl. Z toho vyplývá, že jako reklamu lze označit tradiční obchodní sdělení prostřednictvím prostředků masové komunikace (radiové, televizní spoty, plakáty na veřejných prostranstvích, atd.), tak i cílené promo akce směřované vůči spotřebitelům, samotné představení výrobků spotřebitelům, či případy tzv. přímé reklamy tzn. situace, kdy je spotřebitel kontaktován přímo nějakou osobou<sup>17</sup>.

Rozdílnost pojmů „sdělení“ a „předvedení“, použitých v prvním případě v LGP a v druhém v směrnici Rady 84/450/ES o klamavé a srovnávací reklamě, by neměla působit problémy, protože evropský zákonodárce pravděpodobně nezamýšlel limitovat reklamu jím upravenou na případy, kdy je výrobek či služba fyzicky předveden, ale extenzivním výkladem lze dojít k závěru, že za „předvedení“ lze dost dobře považovat např. představení prodejce či jeho loga.<sup>18</sup> Z tohoto důvodu se španělský pojem sdělení „comunicación“ zdá vhodnější, neboť je obsahově širší. V dalších ustanoveních se LGP věnuje definování nedovolených druhů reklam, jako jsou: reklama porušující důstojnost člověka či reklama jdoucí proti ústavně chráněným hodnotám či právům, dále pak reklama klamavá, nekalá, skrytá nebo reklama odporující zvláštním právním předpisům.

Zajímavé je, že LGP z nekalé reklamy (čl.6 LGP) vyčleňuje reklamu klamavou, kterou upravuje samostatně v článku čtvrtém a pátém LGP. Je to pravděpodobně dozvuk dřívějšího chápání nekalosti jako jednání poškozujícího zájmy soutěžitelů a klamavosti jako jednání poškozujícího zájmy spotřebitelů.<sup>19</sup>

## 2.2. Česká úprava

Jak již bylo zmíněno, je česká úprava, na rozdíl od španělské úpravy, nedovolené reklamy obsažena zejména v obecném předpisu upravujícím reklamu tj. zákon č.40/1995 Sb., o regulaci reklamy, a nekalá reklama pak v ObchZ. Pro zjednodušení budu pod

17 SAP Barcelona z 4.9.1995případ Entrega de material publicitario en la calle

18 navíc nelze vyloučit, že došlo k překladatelské chybě, jelikož například anglické znění obsahuje „representation“, zatímco španělské „comunicación“ a francouzské „communication“.

19 Více např. C.Madrenas y Boadas, Sobre la interpretación de las prohibiciones de publicidad engañososa y desleal, Editorial Civitas,SAMadrid,1990, str.116-120.



označením nekalá reklama v českém právu mínit jak klamavou reklamu podle § 45 ObchZ, tak srovnávací reklamu podle § 50a ObchZ. Reklama, tak jak ji chápe zákon o regulaci reklamy, je: „...oznámení, předvedení či jiná prezentace šířená zejména sdělovacími prostředky, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není dále stanoveno jinak“. (viz. §1 zák. č. 45/1995 Sb.).

Lze konstatovat, že česká definice reklamy v zákoně o regulaci reklamy na rozdíl od směrnice o klamavé a srovnávací reklamě č. 84/450/ES ve znění směrnice č. 97/55/ES o srovnávací reklamě nevyžaduje splnění podmínky souvislosti „předvedení“ s obchodem, živností, řemeslem či svobodným povoláním (tj. v rámci hospodářské činnosti), což ale problémy nepůsobí, jelikož samotná nekalá soutěž je jednáním v hospodářské soutěži, tudíž je nutně vždy v souvislosti s některými z nich. Navíc je samozřejmé, že definice reklamy v zákoně o regulaci reklamy je pouze jednou z možných definicí reklamy, které lze aplikovat na ObchZ.<sup>20</sup>

Zákon o regulaci reklamy obdobně jako španělský LGP označuje za nedovolenou mj. reklamu klamavou, čímž odkazuje na ObchZ, a na rozdíl od LGP sám neupravuje jako samostatnou skutkovou podstatu reklamu nekalou (čl. 6 LGP). Toto lze ze systematického hlediska považovat za klad české úpravy.

## **2.3. Srovnání**

### **a) Klamavá reklama**

Podle španělské úpravy klamavé reklamy obsažené v čl. 4 LGP je klamavou ta reklama, jež vyvolá, či je jakkoliv, třeba i způsobem prezentace, způsobilá vyvolat omyl svých adresátů, jež by mohla ovlivnit jejich ekonomické jednání, nebo poškodit či být schopna poškodit soutěžitele. Stejně tak je považována za klamavou ta reklama, jež zamlčí

---

<sup>20</sup> Další definice uvádí Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003 str. 438

důležité údaje o zboží, aktivitách nebo službách vždy, když by toto zamlčení mohlo vést k omylu svých adresátů. V článku pátém LGP je uveden demonstrativní výčet skutečností jejichž klamavé uvedení či opomenutí v reklamě bude považováno za klamavou reklamu. Jsou to zejména: cena, důvody nabídky či vlastnosti zboží či služeb jako například: geografický původ, množství, kvalita, nebezpečnost atd. Je více než zjevné, že zde se španělský zákonodárce nechal inspirovat zněním směrnice 84/450/ES, jelikož jde v podstatě o její doslovné znění. Jiná situace je v českém právním řádu, kde je klamavá reklama specifikovaná poměrně stručně.<sup>21</sup> Navíc jak Španělsko tak Česká republika jsou signatáři Pařížské úmluvy na ochranu průmyslového vlastnictví (PUÚ), jejíž článek 10bis ve svém třetím odstavci uvádí, že se zakazuje užívání jakýchkoliv údajů nebo tvrzení, jež při provozu obchodu jsou s to uvést veřejnost v omyl o vlastnosti, způsobu výroby, charakteristice, způsobilosti k použití nebo množství.

Na rozdíl od španělské úpravy klamavé reklamy, která v podstatě odpovídá PUÚ, je ustanovení § 45 ObchZ užší. Týká se to zejména faktu, že PUÚ, směrnice o klamavé a srovnávací reklamě či LGP nespécifikují čeho se tvrzení nebo údaje mají týkat, ale sleduje pouze výsledek onoho jednání. Na rozdíl od toho § 45 ObchZ omezuje ony údaje pouze na údaje o podniku, výrobcích či výkonech. Další sporný aspekt české úpravy vidím v tom, že ustanovení § 45 ObchZ omezuje jednání pouze na ta, jež jsou způsobilá vyvolat újmu jiných soutěžitelů či spotřebitelů. Osobně se domnívám, že jde o formulaci nadbytečnou, jelikož získání prospěchu v hospodářské soutěži je vždy na úkor jiných soutěžitelů, navíc tento znak je obsažen již v generální klauzuli § 44 odst. 1 ObchZ.

ObchZ v § 45 odst. 1 jako jediný právní předpis z výše srovnávaných váže skutkovou podstatu klamavé reklamy na způsobilost klamavého jednání k získání prospěchu vlastním nebo cizím podnikem. Domnívám se, že jestliže ustanovení upravující nekalou soutěž mají chránit soutěžitele a spotřebitele, pak ono potencionální získání prospěchu je zbytečné, zejména, když ke získání prospěchu dojde v podstatě vždy, když ostatní subjekty soutěže budou poškozeny. Jako vhodnější spatřuji ustanovení směrnice o klamavé a srovnávací reklamě, kde ona „nekalost“ je shledávána pouze v samotném ovlivnění spotřebitele či v poškození soutěžitele.

---

21 § 45 ObchZ zní: Klamavou reklamou je šíření údajů o vlastním nebo cizím podnikem, jeho výrobcích či výkonech, které je způsobilé vyvolat klamnou představu a zjednat tím vlastním nebo cizím podnikem v hospodářské soutěži prospěch na úkor jiných soutěžitelů či spotřebitelů.

Dalším zajímavým momentem je otázka, proč zákonodárce volil ono úzké vymezení subjektu, jež by měl získat prospěch (tedy podnik). Pojem podniku je vymezen v §5 ObchZ, a jestliže by například prospěch byl získán pro osobu podnikatele, tak by se v podstatě nemohlo jednat o nekalou soutěž.<sup>22</sup> Podle mého názoru by si tedy § 45 ObchZ, z výše uvedených důvodů, zasloužil přepracovat. Na druhou stranu lze tyto nedostatky lehce překonat aplikováním generální klauzule.<sup>23</sup>

Reklama může být zprostředkována svým adresátům jakýmkoliv prostředkem komunikace, v tom mezi oběma úpravami není rozdílu. Stejně tak není rozdílu mezi formulacemi českého zákona, a sice § 45 odst.3 ObchZ, který ujišťuje, že i pravdivý údaj může vést ke klamání adresáta, a čl.4 LGP poslední věty, která stanovuje, že i zamlčení údajů může vést ke klamání. I přes rozdílné formulace slouží obě ustanovení stejnému účelu, neboť nikde není stanoveno, zda údaje musí být nutně pravdivé, stačí, že jsou způsobilé k vyvolání omylu, což logicky může i pravdivá či zamlčená informace.

## **b) Nekalá reklama**

Španělský zákon o reklamě ve svém šestém článku upravuje nekalou reklamu. Jak je již uvedeno výše, odlišení nekalé a klamavé reklamy je pravděpodobně důsledkem dřívějšího rozlišování mezi nekalostí a klamáním, kde nekalé jednání bylo chápáno jako vztah mezi soutěžiteli a klamavé jednání bylo chápáno jako poškozování spotřebitele. Nicméně ustanovení svým obsahem korespondují s ustanoveními LCD, což je způsobeno historickým vývojem. A sice, že zákon o reklamě předcházel LCD, tedy byl vytvořen v době, kdy obecná úprava nekalosoutěžního jednání neexistovala. Čl.6 LGP zahrnuje pod pojem „nekalá reklama“ reklamu která je očeňující a), vyvolává záměnu b), je komparativní c) a dále pak upravuje generální klauzuli nekalé reklamy d), jež je založena na rozpornosti s požadavkem jednat v dobré víře, zákonnými normami a dobrými obchodními mravy. Ustanovením pod písmeny a) a b), jelikož jde o do značné míry duplicitní úpravu s LCD, konkrétně jejími články 6 a 9, se zde nebudu hlouběji, až na výjimky, věnovat a popíši úpravu obsaženou v LCD.

---

22 Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003, str. 444

23 Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003, str.439.

Pod písmenem d) (čl. 6 LGP) je uvedena generální klauzule nedovolené reklamy konkrétně reklamy nekalé, jde o relikv z doby, kdy neexistovala obecná úprava nekalé soutěže, tedy ani její obecná generální klauzule. Z tohoto hlediska je tedy dosti nevhodné, že nebyla derogována v souvislosti s přijetím zákona o nekalé soutěži. Vznikají z toho aplikační potíže, ale spíše jen teoretického rázu, jelikož vzhledem k tomu, že oba zákony mají obdobný účel, tak se v podstatě doplňují.

### c) Srovnávací reklama

Ustanovení čl. 6bis LGP je v podstatě doslovný přepis čl. 2 bodu 2a směrnice č. 84/450/ES, jež byl doplněn směrnicí Evropského Parlamentu a Rady č. 97/55/ES o srovnávací reklamě. Stejně tak v případě § 50a ObchZ odstavce prvního jde o doslovný přepis směrnice.<sup>24</sup> Španělský zákonodárce logicky při volbě zákona do nějž vtělí úpravu srovnávací reklamy volil cestu zdánlivě nejčistší, tedy umístěním do zákona o reklamě, který upravuje základ nedovolené reklamy, kam srovnávací reklama bezesporu patří. Dopady této volby jsou popsány v části této práce věnující se vztahu LGP a LCD.

V České republice byla situace poměrně nekomplikovaná, neboť srovnávací reklama systematicky zapadá do nekalé soutěže a ta je upravena jednotně v ObchZ. Interpretace základních ustanovení srovnávací reklamy nebude patrně činit obtíže, jinými slovy vztahuje se na reklamu (viz. výklad k nekalé reklamě) která identifikuje soutěžitele, zboží či služby nabízené soutěžitelem. Podle mého názoru tedy bude stačit, když reklama navodí pocit, že porovnává nějaké zboží jiného konkrétního soutěžitele. Bezpochyby se nebude vztahovat například na reklamu vychvalující nějaké služby ve vztahu ke všem ostatním soutěžitelům. Zkrátka ten soutěžitel, s nímž se reklamou podporovaný soutěžitel porovnává, musí být identifikován.<sup>25</sup> Podtrhuji „identifikován“, neboť k srovnání nemusí vůbec dojít, lze si například představit, že pouze těží z pověsti identifikovaného

24 Český text směrnice 84/450/ES: „srovnávací reklamou“ se rozumí každá reklama, která výslovně nebo nepřímou označuje soutěžitele nebo zboží či služby nabízené soutěžitelem;  
španělský text směrnice 84/450/ES: „publicidad comparativa“: toda publicidad que aluda explícita o implícitamente a un competidor o a los bienes o servicios ofrecidos por un competidor.

25 Obdobně Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003, str.543

soutěžitele.<sup>26</sup> Druhé odstavce obou ustanovení uvádějí soubor kumulativních podmínek, při jejichž dodržení je srovnávací reklama dovolena. Oba zákony v podstatě vyjadřují podobné podmínky, což je bezpochyby dáno faktem, že jde o implementaci téže směrnice. Zatímco český zákonodárce volil cestu lehčí a v podstatě opsal ustanovení článku 3a směrnice č. 84/450/ES. Španělský zákonodárce znění směrnice poněkud pozměnil, zejména vypustil hned písmeno a), jež se týká zákazu komparativní reklamy, jež by byla klamavá, což lze považovat za kladný přístup, jelikož je zřejmé, že ač by reklama komparativní byla z pohledu ustanovení upravující komparativní reklamu dovolená, tak tomu tak nebude bude-li klamavá, už jen z toho důvodu, že klamavá reklama je zakázaná díky ustanovení věnující se klamavé reklamě.

Další odlišné části ustanovení spočívají v tom, že španělský zákon odkazuje na zákon č. 26/1984, o ochraně spotřebitele a uživatele, jelikož ten obsahuje sankce, které se uplatní při porušení ustanovení o klamavé, nekalé či srovnávací reklamě. Náš ObchZ sice toto ustanovení neobsahuje, nicméně veřejnoprávní předpis č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, obsahuje v § 8 obdobné pravidlo, a sice, že je zakázáno klamat spotřebitele, což samozřejmě nemusí totožné s klamáním prostřednictvím klamavé reklamy podle ustanovení ObchZ.

Odstavec třetí ObchZ obsahově koresponduje s čl.6bis odstavcem 2. písmenem e) LGP, jež upravuje případy, kdy se obchodníci snaží spotřebitele nalákat k návštěvě prodejny s vidinou výhodné koupě, přičemž počítají s tím, že spotřebitelé nakoupí i jiné zboží, než kvůli kterému se k návštěvě obchodu rozhodli. Rozdílnost obou ustanovení je dána tím, že španělský zákonodárce v podstatě zpřísnil podmínky stanovené směrnicí a sice tak, že tam, kde směrnice umožňuje volbu mezi uvedením data, kdy nabídka končí a oznámením, že nabídka končí vyčerpáním zásob, stanovil, že vždy musí být uvedeno datum ukončení nabídky. Z toho vyplývá, že ve Španělsku je nutné vždy uvést datum ukončení nabídky a pokud ještě nezačala, tak i její počátek. Bohužel zatím není k dispozici judikatura, která by vyložila, zda by nešlo alespoň extenzivním výkladem pojmu „datum ukončení“ dojít k závěru, že by bylo lze místo něj oznámit, kolik zboží je zahrnuto do oné zvláštní nabídky, neboť opak by byl poněkud nepraktický.

---

<sup>26</sup> Večerková Eva, K současné právní úpravě srovnávací reklamy v nekalé soutěži, (PrFo. 2004, 3: 104), ASPI: 26437 (LIT), 30,8.2004

## 2.4. Stav po 12.7.2007

V současné době je v platnosti směrnice Evropského parlamentu a Rady č.2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně řady směrnic zejména směrnice č. 85/450/ES. Tato směrnice poměrně zásadně přepracovala směrnici č.84/450/ES a to tak, že od směrnice o klamavé a srovnávací reklamě oddělila ochranu spotřebitelů a tu umístila právě do sebe sama. Členské státy ES jsou povinny dosáhnout souladu s touto směrnicí nejpozději do 12.6.2007. V podstatě bude stav takový, že účelem směrnice o nekalé a srovnávací reklamě bude chránit pouze obchodníky a ochrana spotřebitelů proti nekalé soutěži (směrnice č. 2005/29/ES používá pojem „nekalé obchodní praktiky“) na evropské úrovni bude v směrnici č. 2005/29/ES.

Jak z preambule směrnice č. 2005/29/ES vyplývá Komise ES shledala, že rozdíly v oblasti nekalých obchodních praktik mezi národními úpravami jsou tak zásadního charakteru, že přistoupila k přijetí této směrnice, jež má za úkol sblížit právní předpisy členských států o nekalých obchodních praktikách včetně klamavé reklamy, jež přímo poškozují ekonomické zájmy spotřebitelů, a tím nepřímou poškozují ekonomické zájmy oprávněných soutěžitelů. Směrnice se nevztahuje na vnitrostátní právní předpisy, jež se týkají nekalých obchodních praktik poškozující pouze ekonomické zájmy soutěžitelů, nebo které se týkají obchodování mezi obchodníky, tedy vztahuje se pouze na ochranu spotřebitelů. Dále preambule v bodu 6 výslovně uvádí, že se nevztahuje na ustanovení směrnice č. 85/450/EHS o reklamě, která je klamavá pro podnikatele, avšak není klamavá pro spotřebitele, a o srovnávací reklamě. Směrnice nově zavádí pravidla pro agresivní obchodní praktiky. Tedy upravuje dva typy nekalých obchodních praktik, a sice praktik klamavých či agresivních. Dále nově stanoví, jaké informace musí spotřebitel v reklamě vybízející ke koupi dostat, aby se mohl rozhodnout o svém ekonomickém chování, tedy jinými slovy, jaké informace musí obchodník sdělit, aby jeho chování nebylo považováno za klamavé vlivem opomenutí (tzv. klamavé opominutí).

Výjimečné je ustanovení směrnice které zavádí taxativní výčet zakázaných nekalých praktik narušující ekonomické chování spotřebitelů. Směrnice při posuzování

klamavosti či agresivity reklamy vychází z evropskou judikaturou definovaného pojmu „průměrného spotřebitele“, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory. Tedy pokud určitá obchodní praktika bude zaměřena na určitou skupinu adresátů, tak budou hodnoceny z pohledu průměrného člena dané skupiny. Implementací směrnice budou, pokud nedojde k přijetí zákona úplně nového, dotčeny zákony ObchZ, zákon o ochraně spotřebitele a zákon o regulaci reklamy.<sup>27</sup>

## **2.5. Autokontrola či samoregulace**

V reklamní oblasti působí jak ve Španělsku, tak v České republice samosprávné subjekty, jež provádějí tzv. autokontrolu. Autokontrola v podstatě znamená, že se tvůrci a vůbec subjekty účastníci se reklamního procesu (tím myslím tvorbu a prezentaci reklamy) dobrovolně „podřídí“ soukromoprávní kontrole jejich činnosti, jež je organizována jimi samými. Autokontrolní systém v sobě zahrnuje jak institucionální (organizační uspořádání, vlastní pravidla procesní i sankční), tak i hmotněprávní aspekt (do nějž patří tvorba vlastních hmotněprávních norem). Existenci autokontrolního subjektu předpokládá jak směrnice č. 84/450 ve svém čl.5, tak i LGP.

Jisté je, že samoregulace nemůže přesahovat do zákonem upravené oblasti, respektive samoregulační pravidla i rozhodnutí samoregulačních orgánů musejí bezpodmínečně respektovat platnou legislativu.<sup>28</sup> Jak uvádí José Messaguer a Felipe Palau<sup>29</sup> v případech, kdy samoregulační pravidla nejsou pouhým zpřesněním aplikovatelných právních předpisů, vzniká řada pochyb a nejasností zvláště vzhledem k

---

27 Viz. zpráva Ministerstva průmyslu a obchodu (<http://www.businessinfo.cz/cz/clanky/pravni-ochrana/probihajici-implementace-prava-es-v-cr/1001142/39972/>)

28 V této oblasti je již k dispozici řada judikatury. Viz např. Rozhodnutí soudu první instance z 28.3.2001 v případě vedeném pod číslem T-144/99, nebo rozhodnutí Komise pod č. 1999/267/EC, kde Komise rozhodla, že přílišné omezení (zákaz) srovnávací reklamy je porušením ustanovení chránící hospodářskou soutěž.

29 José Massaguer a Felipe Palau, El régimen jurídico de las prácticas comerciales en España, nec especial atención a los aspectos considerados en la comunicación de la Comisión de seguimiento del Libro Verde sobre la protección de los consumidores en la Unión Europea, Instituto Nacional de Consumo, Barcelona 2002, str. 57 (viz. <http://www.consumo-inc.es/informes/interior/document/frame/PDF/DICTAMEN.pdf>)

legislativě na ochranu hospodářské soutěže. Jestliže by totiž tato pravidla omezovala své členy ve volném působení na trhu, docházelo by k omezování volné soutěže.

Jiný neméně zajímavý a důležitý problém je, že oba autoregulační subjekty, v České republice Rada pro reklamu a ve Španělsku Asociación de Autocontrol de la Publicidad (zkráceně Autocontrol), aplikují prostřednictvím svých rozhodovacích orgánů (El Jurado ve Španělsku a Arbitrážní komise v České republice) jenom a pouze etická pravidla obsažená v dokumentech přijatých těmito autoregulačními subjekty. Což nešlo kritice.<sup>30</sup> Osobně jsem toho názoru, že nelze rozhodovat o etických prohřešcích, pokud se zároveň nepřistoupí na rozhodování o právních otázkách. Oba právní řády v oblasti nekalé soutěže obsahují ve svých generálních klauzulích (ve španělském případě v obou klauzulích, tj. jak v LGP tak i LCD) odkaz na dobré mravy, což je zajisté obdoba etických pravidel obsažených v dokumentech přijatých autoregulačními subjekty. Ostatně nemusí hned dojít na aplikaci samotné generální klauzule, neboť velice často půjde o zřejmé porušení speciálních ustanovení. Tak by tomu mohlo být například v situaci, kdy by bylo v českém právním prostředí porušeno velice vágní ustanovení bodu 3.2. Kodexu reklamy vydaný Radou pro reklamu znějící „Reklama musí být slušná, čestná a pravdivá.“ Porušení zásady pravdivosti by bylo zajisté splněno například reklamou nekalou. Shrnul bych, že samoregulace v podstatě neplní svůj účel neboť neaplikováním právních pravidel dochází k aplikaci pouze etických norem, jež nemohou zakázat či omezit jednání, jež je v souladu se zákonem.

## **2.6. Vztah LGP a LCD**

Vztahu obou výše zmíněných zákonů je třeba věnovat zvláštní pozornost, protože jde o záležitost velice diskutovanou a s nejasným řešením. Bezesporu lze reklamní činnost považovat za činnost splňující podmínky, aby bylo lze toto jednání kvalifikovat jako - jednání na trhu s cílem podpory nebo zabezpečení rozšíření odbytu vlastních či cizích služeb nebo výrobků - splňuje tedy podmínky působnosti LCD. V případě, že půjde o jednání, jež by bylo v rozporu s požadavkem dobré víry, tak jej půjde podřadit pod

---

30 Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003, str. 541 a José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid, str. 100



generální klauzuli LCD. Stejný názor zastal španělský Nejvyšší soud např. v STS z 8.5.1997, případ Aquatronic, a to, že nekalá reklama je jedna ze skutkových podstat nekalé soutěže jako takové.

Názory na vztah obou zákonů jsou však stále velice rozdílné. Někteří autoři zastávají názor, že LCD, jelikož je novějšího data, v oblasti nedovolené reklamy derogoval LGP, jiní mají za to, že LGP je ve vztahu speciality vůči LCD, a tudíž má LGP aplikační přednost a další skupina autorů staví oba zákony na roveň.<sup>31</sup> Zákon o nekalé soutěži ve své preambuli vysvětluje, že jeho cílem je napravit stav, kdy je nekalá soutěž upravena fragmentárně v zákoně o známkách a v zákoně o reklamě. Jenže ve svých zrušovacích ustanoveních výslovně deroguje pouze ustanovení v zákona o známkách. Vzniká tím tedy situace, kdy je nejasné, zda je derogován i LGP. Osobně bych se přiklonil k názoru, že účelem LCD je upravit obecně oblast nekalé soutěže a účelem LGP je obecně upravit nedovolenou reklamu, z čehož vyplývá, že každý ze zákonů má jiný předmět ochrany a tudíž je nutné je aplikovat zároveň v případech, kdy jednání je v rámci působnosti obou zmíněných zákonů. Domněnka, že úprava nedovolené reklamy v LGP není dotčena existencí LCD je podpořena také tou skutečností, že zákonem 39/2002 byl článek 6 LCD doplněn čl. 6bis. Pravděpodobně převažující názor je ten, že zákon o nekalé soutěži fakticky částečně derogoval příslušná ustanovení, jež jsou upravena v obou zákonech a tedy v případech aplikace zákona o reklamě je třeba aby byla vykládána v souladu se zákonem o nekalé soutěži.<sup>32</sup>

### 3. Generální klauzule

LCD ve svém prvním článku vyjadřuje účel své existence, a sice ochranu hospodářské soutěže, a jejímž prostřednictvím i ochranu zájmů účastníků hospodářské soutěže před nekalou soutěží, již tímto zakazuje. Spolu s přijetím LCD se Španělsko

---

31 Blíže viz. José Massaguer Fuentes, *Comentario a la ley de competencia desleal*, 1999, Ed.Civitas, Madrid, str.62

32 Stejný názor má např. López García, Mabel, *La publicidad y el derecho a la información en el comercio electrónico*, <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/mlg/324.htm> nebo José Massaguer Fuentes, *Comentario a la ley de competencia desleal*, 1999, Ed.Civitas, Madrid, str. 62.

začlenilo mezi státy, jež ochranu před nekalou soutěží již nechápou z korporativního hlediska jako systém sloužící k řešení sporů mezi konkurenty, ale jež ji vnímají jako obecný systém upravující hospodářská jednání uskutečňující se v tržním prostředí.<sup>33</sup>

Normy které zakazují nekalosoutěžní jednání vznikly původně na ochranu podnikatelů proti jednání ostatních přímo soutěžících podnikatelů. V současnosti nechrání pouze soutěžitele proti nekalému jednání, ale chrání všechny subjekty, jež se účastní hospodářské soutěže. Jinými slovy přináší povinnost jednat tak, aby hospodářská soutěž přinášela užitek všem subjektům, jenž se na ní podílejí. Chrání tedy jak soutěžitele se spotřebiteli, tak i hospodářskou soutěž jako takovou.<sup>34</sup> Český zákon sice výslovně neuvádí, že jedním z chráněných předmětů nekalosoutěžním právem je samotná hospodářská soutěž, ale vzhledem k systematickému uspořádání a způsobu ochrany hospodářské soutěže se domnívám, že ji lze považovat za jeden z předmětů chráněných právem proti nekalé soutěži.

Základem každé moderní komplexní úpravy nekalosoutěžního jednání by měla být generální klauzule, tedy ustanovení jež na základě nějakých obecných znaků definuje jednání, jež je nekalé, a proto zakázané. V současné české právní úpravě je generální klauzule obsažena v § 44 odst.1 ObchZ. Obdobně jak česká, tak i Španělská právní úprava nekalosoutěžního jednání obsahuje generální klauzuli (čl.5 LCD), a na ní navazující demonstrativní výčet typů zakázaného jednání. Praxe dokázala, že tento typ úpravy je nejefektivnější, protože nelze pouhým taxativním výčtem obsáhnout všechna možná škodlivá jednání zejména vzhledem k neustálému vývoji na poli obchodních praktik.

Z historického srovnání je zajímavé srovnat znění generální klauzule zákona proti nekalé soutěži publikovaným pod č. 111/1927 Sb. z. a n.<sup>35</sup>, jež se od dnešní formulace odlišovala zejména tím, že nechránila spotřebitele a právo na náhradu škody vázala na zavinění, tedy zakotvovala odpovědnost za škodu založenou na subjektivním principu<sup>36</sup> (zajímavá je paralela s čl. 18 LCD, kde je právo na náhradu škody také založeno na

33 José Massaguer Fuentes, *Comentario a la ley de competencia desleal*, 1999, Ed.Civitas, Madrid, str.107 to popisuje jako přechod od korporativního charakteru k pojetí sociálnímu.

34 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, *Apuntes de Derecho Mercantil*, Aranzandi, 2000, str. 349

35 § 1 zákona č.111/1927 Sb z. a n. zněl: „Kdo dostane se v hospodářském styku v rozpor s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým poškodit soutěžitele, může býti žalován, aby se zdržel takového jednání a odstranil závadný stav jím způsobený; věděl-li pan nebo musil-li věděti, že jednání jeho jest způsobilé poškoditi soutěžitele, též, aby nahradil škodu tím způsobenou“.

36 Irena Pelikánová, *Komentář k obchodnímu zákoníku*, Praha, Linde, 2003 str.419

subjektivní odpovědnosti rušitele). Vzhledem k tomu, že Česká republika je vázána i PUÚ<sup>37</sup> je důležité i srovnání s touto úpravou. PUÚ zahrnuje do skutkové podstaty nekalé soutěže<sup>38</sup> pouze soutěžní jednání odporující poctivým zvyklostem v obchodu či průmyslu. Tedy neomezuje ochranu na konkrétní subjekty a dále nepožaduje škodlivý následek ve formě ohrožení či poškození práv chráněných subjektů. Přes zjevnou odlišnost pojmů obsažených v PUÚ („poctivé zvyklosti v obchodě či průmyslu“) a ObchZ („dobré mravy soutěže“) lze konstatovat, že spojení slov „v obchodě či průmyslu“ lze interpretovat jako oblast hospodářské soutěže a „poctivé zvyklosti“ se do jisté míry kryjí s pojmem „dobré mravy“, přičemž pojem „dobré mravy“ považují za obsahově širší, než „poctivé zvyklosti“. Nicméně lze přijmout námitku, že pojem „poctivé zvyklosti“ nezahrnuje nekalé jednání, jež je nové a tudíž zatím není obsaženo ve zvyklostech, ale na druhou stranu je chápáno jako kontrární k požadavku zachovávání dobrých mravů. Jinými slovy dnešní označení je výhodnější, neboť dokáže reagovat i na zcela nové typy jednání.

### **3.1. Soutěžitelé, spotřebitelé**

Česká právní úprava výslovně chrání před újmou dva typy subjektů, jimiž jsou soutěžitelé a spotřebitelé. Podle § 41 ObchZ jsou soutěžiteli jakékoli fyzické i právnické osoby, a to i v případě, že nejsou podnikateli.<sup>39</sup> Z toho vyplývá, že soutěžitelem bude i osoba, jež se hospodářského soutěžení účastní pouze jednorázově.<sup>40</sup> Například pokud fyzická osoba bude prodávat na bleším trhu koberec „po babičce“, tak pokud se dopustí nekalé soutěže, například klamavě označí jí nabízený koberec takovým způsobem, že naplní skutkovou podstatu § 46 ObchZ tím, že to označení bude budit v nakupujících dojem, že pochází z určitého státu, oblasti či místa, bude se na ní vztahovat ustanovení hlavy V části I ObchZ.

---

37 Publikována vyhláškou č. 64/1975 Sb., ve znění pozdějších předpisů.

38 čl. 10 bis odstavec 2: „Nekalou soutěží je každá obchodní činnost, která odporuje poctivým zvyklostem v průmyslu nebo obchodě“.

39 Obdobně španělský STS RJ 2000/8809, Případ Tecnom, SL.

40 Viz. rozhodnutí Vrchního soudu v Praze 3 Cmo 1336/94

Oproti ustanovení § 46 odst. 1 zák. č. 111/1927 Sb. z. a n.<sup>41</sup> se stávající česká právní úprava vztahuje i na jednání nepodnikatelů.

Diskutovaným problémem je otázka, zda lze pod generální klauzuli podřadit neoprávněné podnikání. Jelikož podnikání bez příslušného oprávnění lze zajisté považovat za odporujícím dobrým mravům, nevidím žádný důvod domnívat se, že toto jednání nespadá pod jednání zakázané generální klauzulí, nicméně tento problém není zatím jednoznačně vyřešen.<sup>42</sup>

Dalším zajímavým aspektem je otázka aktivní i pasivní legitimace neoprávněného podnikatele. Názory se různí, nicméně jelikož § 41 ObchZ výslovně uvádí, že pod pojem soutěžitel lze podřadit i nepodnikatele, tak z toho vyvozují, že jak oprávněný, tak neoprávněný podnikatel je legitimován pasivně i aktivně k ochraně poskytované ObchZ. Opačný názor zastal Vrchní soud v Praze Cmo 703/94: „Zásadně je však odepřena takovému soutěžiteli (jenž podniká neoprávněně pozn. aut.) možnost domáhat se ochrany před jednáním ostatních soutěžitelů podle ustanovení § 44 a násl. obch. zák. Pro nepřípustnost způsobu, jakým se v daném případě soutěžitelem stal. Naopak není nikterak omezen soutěžitel, jehož výrobky jsou na trhu oprávněně, v možnostech domáhat se ochrany před jednáním nekalé soutěže proti takovému soutěžiteli a soud mu také tuto ochranu při splnění předpokladů ustanovení § 44 odst. 1 obch. zák. poskytne“.<sup>43</sup> Jsem toho názoru, že ochrana před nekalou soutěží je poskytována komukoliv, jež je poškozen či ohrožen nekalým jednáním někoho jiného, přičemž skutečnost, že soutěžitel se soutěže účastní bez odpovídajícího oprávnění je otázkou jinou a jako taková má být řešena podle příslušných veřejnoprávních předpisů.<sup>44</sup>

Obdobně jako český ObchZ, tak i španělský LCD chrání a zároveň postihuje jak podnikatele, tak i všechny fyzické či právnické osoby, jež se účastní hospodářské soutěže (čl. 3 odst.1 LCD). Tedy v podstatě je obdobou našeho § 41 ObchZ. Podstatný rozdíl oproti české úpravě je obsažen v čl. 4 LCD, který stanoví, že LCD se aplikuje pouze na nekalá jednání, jež budou mít či by mohly mít podstatné dopady na hospodářskou soutěž

41 § 46 odst. 1 zák. č. 111/1927 Sb. z. a n. „Soutěžitelem rozumí se každý podnikatel, jenž vyrábí nebo prodává zboží téhož nebo podobného druhu nebo provádí výkony téhož nebo podobného druhu nebo vůbec je podnikově činným ve stejném nebo podobném oboru hospodářském“.

42 Viz. Večerková, Eva, Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži (PrFo. 2), ASPI: 26412 (LIT), 31.5.2005

43 Příklad je z článku Večerková Eva, Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži (PrFo. 2), ASPI: 26412 (LIT), 31.5.2005

44 Obdobný názor Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003 str. 425

na španělském území. Čl. 4 LCD je tedy normou mezinárodního práva soukromého, jež určuje územní působnost LCD. Jako rozhodující kritérium španělský zákonodárce zvolil místo, kde se projeví důsledky nekalého jednání. Tedy veškerá jiná kritéria, jako například místo konání nebo národnost konajících jsou vyloučena, stejně tak je vyloučena aplikace LCD na jednání uskutečněná na území Španělska třeba i španělskými subjekty, ale s důsledky v zahraničí. Jelikož zákonodárce zvolil formulaci „dopady na španělském území“ pak z toho lze vyvodit, že je lhostejné, jestli se účinky projeví na celém území či pouze na jeho části. Stejně tak je lhostejné, zda se efekty projeví pouze na španělském území či i v zahraničí. Pak by se LCD aplikovalo na jednání s účinky na španělském území, a zahraniční úprava na účinky vzniklé na jejich území. I když na druhou stranu pokud se účinky projeví pouze na zanedbatelném španělském území, pak to bude mít pravděpodobně i vliv na druhý z posuzovaných aspektů, a sice na „podstatnost“ těch dopadů. Podstatnost dopadů není kritériem nekalosti jednání, ale pouze kritériem mezinárodního práva soukromého sloužící ke stanovení, zda se použije LCD či zahraniční legislativa, jinými slovy není tedy podmínkou „nekalosti“ jednání.<sup>45</sup> V české jurisdikci platí pravidlo, že: „teritoriální působnost právní ochrany proti nekalé soutěži se omezuje zásadně na oblast působnosti českého právního řádu“.<sup>46</sup>

### **3.2. Jednání v hospodářské soutěži, soutěžní vztah**

Čl. 2 odst. 1 LCD stanoví, že LCD se aplikuje na jednání, které se odehraje na trhu a v němž je soutěžitel veden soutěžním záměrem. Naproti tomu česká úprava § 44 odst. 1 ObchZ stanoví, že se vztahuje na jednání v hospodářské soutěži. Podle mého názoru jde o rozdílné označení téhož, přičemž nadále budu používat český pojem „v hospodářské soutěži“. V předešlé větě formulovaný názor podpořil např. Nejvyšší soud rozsudkem ze dne 23.10. 2003, sp. zn. 29 Odo 106/2001, když formuloval tento právní názor: „Pro úvahu, zda jednání konkrétního subjektu je jednáním v hospodářské soutěži (§ 44 odst 1 obch. zák.), není rozhodné, že jde o podnikatele, nýbrž to, zda šlo o jednání uskutečněné za účelem soutěžního záměru, a nikoliv záměru jiného“. V obou případech se úprava vztahuje

45 José Massaguer Fuentes, *Comentario a la ley de competencia desleal*, 1999, Ed. Civitas, Madrid str.142

46 Knap, Munková, Tomsa: *Ochrana práv a zájmů podnikatelů v hospodářské soutěži*, Montanex Ostrava, 1993, str. 34

na všechny aktivity, jež se odehrávají na trhu a jsou vedeny soutěžním záměrem. Přičemž není rozhodné, zda mezi soutěžiteli existuje přímý soutěžní vztah, lze si představit, že se určitý subjekt (A) dopustí nekalého jednání vůči jinému subjektu (B) ve prospěch subjektu (C), jež je přímým soutěžitelem subjektu (B). K pojmu soutěžního vztahu je k dispozici poměrně široká judikatura.<sup>47</sup>

Jsem toho názoru, že pojem hospodářské soutěže je třeba vykládat extenzivně, ve smyslu množství soutěžitelů, neboť ObchZ například výslovně nepamatuje na situaci, kdy by hospodářská soutěž byla omezena pouze na jednoho soutěžitele (tedy by se jednalo o monopol jediného soutěžitele). V tomto případě se samozřejmě může monopolní soutěžitel dopustit např. ohrožování zdraví a životního prostředí podle § 52 ObchZ. Je jisté, že toto jednání by bylo postizitelné i jinými právními předpisy (zejm. právem na ochranu spotřebitele či právem životního prostředí), nicméně by bylo lze aplikovat i ObchZ.<sup>48</sup> Lze tedy shrnout, že soutěžní jednání v hospodářské soutěži je jednání s vnějšími účinky, které má za účel podpořit či zabezpečit odbyt služeb či výrobků sebe sama či jiného subjektu.<sup>49</sup>

V neposlední řadě je důležité zmínit, že v obou zákonech se jednání soutěžitelů posuzuje bez ohledu na jejich subjektivní vztah k zamýšlenému účinku.<sup>50</sup>

### **3.3. Dobré mravy, dobrá víra**

Jak již bylo řečeno, česká generální klauzule (§ 44 odst. 1 ObchZ) váže existenci nekalosoutěžního jednání na porušení principu jednání v souladu s dobrými mravy soutěže.

Ve Španělsku se tradičně jako kritérium nedovoleného jednání používalo jednání odporující dobrým obyčejům, čestným zvykům nebo požadavku dobré víry, souladu se

---

47 Z české judikatury např. právní věta rozhodnutí Nejvyššího soudu pod sp.zn. 3 Cmo 36/92 zní: Soutěžní vztah nelze omezovat pouze na vztah dvou podnikatelských subjektů s totožným obchodním zaměřením, soutěžní vztah je dán již mezi osobou či kolektivem fyzických osob připravujících založení nového podnikatelského subjektu a konkurujícím subjektem (tedy vytvoření výhodných podmínek pro nově vznikající subjekt na úkor existujícího soutěžitele). Soutěžní vztah však bude dán i při jednání soutěžitele vůči jinému, který se sice určitou obchodní činností dosud nezabývá, avšak vzhledem ke všem okolnostem lze výkon takové činnosti u něho postupem doby s největší jistotou předpokládat (tedy odstranění možné konkurence).

Ze španělské např.: STS 331/1998, Cadena Clarín, STS RJ 1996/2246 (zpočabnění bývalého klienta zasláním dopisu očeřující svého konkurenta)

48 Podobný názor Kulhánek, M., Generální klauzule proti nekalé soutěži, Obp. 98, 5: 19), ASPI: 7640 (LIT), 1.5.1998

49 Obdobně STS 331/1998, Cadena Clarín

50 V LCD je to stanoveno explicitně v článku 2 odstavci 2.

zákonými normami a dobrými mravy zachovávanými v obchodě. Viz. PUÚ na ochranu průmyslovým práv čl.10bis. 2 nebo čl. 6 LGP.<sup>51</sup>

Ve Španělsku sílící kritika korporativního charakteru práva proti nekalé soutěži nakonec dosáhla toho, že LCD chrání nejenom soutěžitele, ale i spotřebitele a hospodářskou soutěž jako takovou. Výše zmíněná kritika je i zásadním bodem preambule k LCD a je důvodem, proč jako kritérium byla zvolena dobrá víra (inspirovaná švýcarským právem).<sup>52</sup> Konkrétně čl. 5.LCD obsahuje tuto formulaci: „Nekalosoutěžním jednáním je jakékoliv jednání, jež je objektivně kontrární k požadavkům dobré víry“.

Není pochyb, že dřívější formulace zakazující například jednání odporující dobrým obyčejům, čestným zvykům, nebo normám regulujícím průmyslovou či obchodní oblast práva, měly korporativní charakter. Ostatně to bylo logické v období, kdy byly právem proti nekalé soutěži chráněny pouze zájmy soutěžitelů.

Je zřejmé, že tato koncepce by byla neudržitelná za okolností, kdy se chrání i zájmy odlišné (spotřebitelé, trh). Protože tyto zájmy nejsou totožné – za jistých okolností zájem soutěžitele je kontrární např. k veřejnému zájmu na správném fungování trhu. Jako příklad (ve Španělsku poměrně častý) lze použít to, co podnikatelé považují za naprosto nezávadné, a tímto je propagace svých produktů nebo služeb prostřednictvím nabídek výher nebo slosování o ceny.<sup>53</sup> Jelikož tyto nabídky v některých případech mohou ohrozit tržní prostředí, LCD některé jejich formy zakazuje v čl.8 (blíže v pasáži věnované tomuto ustanovení). Zajímavý příklad obsahuje rozsudek rakouského soudu, kterým byla zakázána praxe autobusového dopravce, jenž vypravoval autobusy vždy o několik minut dříve než jeho konkurent. V tomto případě dříve vyjíždějící konkurent samozřejmě nepoškozoval zájmy spotřebitelů, neboť těm časté spoje určitě vyhovovaly, ale poškozen byl později vyjíždějící soutěžitel, neboť jeho potenciální klienti již odjeli v dopravním prostředku konkurenta.<sup>54</sup>

Zásadní rozdíl oproti české úpravě je ten, že čl. 5 LCD nevyžaduje byť jen potenciální poškození účastníka hospodářské soutěže. Ačkoliv si jenom stěží lze představit jednání, jež se odehrává na trhu se soutěžním cílem bez dobré víry soutěžitele, jež by byť

51 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str.352

52 José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid str. 147

53 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str.354

54 Příklad je z publikace Hajn, P.: Právo nekalé soutěže, Masarykova univerzita. Brno 1994, str. 27, původní uvedení je v Koppeneiner, H.G. Wettbewer, Bsrecht, 1987, str. 194

jen nehrozilo poškozením jiného soutěžitele. To by mohlo mít svou relevanci až v okamžiku určení případného odškodnění podle čl.18 odst. 5 LCD.

Dobrá víra v objektivním smyslu, tak jak ji chápe španělská doktrína, vyjadřuje důvěru, kterou legitimně mají všichni účastníci trhu v to, že všichni ostatní soutěžitelé jednají nezávadně. Proto jednání může být objektivně proti dobré víře bez toho, aby existoval zlý úmysl subjektivní.<sup>55</sup> Protože poškodit legitimní důvěru účastníků trhu v to, že soutěžitelé jednají nezávadně lze bez toho, že by ten který porušuje tuto důvěru jednal subjektivně ve zlé víře.

Obě formulace generální klauzule, česká i španělská, vykazují jisté problematické rysy. V české verzi je odkazováno na dobré mravy soutěže. Dobré mravy bývají definovány jako určitý soubor norem chování považovaný za mravně nezávadné a zachovávané v určitém čase a místě většinou společností.<sup>56</sup> V tomto bodě docházím nutně k závěru, že dobré mravy zachovávané v soutěži mohou být odlišné od dobrých mravů zachovávaných obecně. Tedy jelikož právo nekalé soutěže má chránit jak soutěžitele, tak i spotřebitele, potom se mi jeví jako vhodnější požadovat dodržení obecných dobrých mravů, protože spotřebitelé ne vždy mohou správně zhodnotit, zda jednání ač v rozporu s obecnými dobrými mravy je v souladu s dobrými mravy zachovávanými v hospodářské soutěži. I když na druhou stranu nelze než přisvědčit P. Hajnovi<sup>57</sup>, že se jedná spíše o průnik množin „dobrých mravů soutěže“ a „dobrých mravů obecných“, jelikož jsou určitá jednání chápána jako nekalá, přičemž požadavkům obecných dobrých mravů neodporují.

Naproti tomu španělská varianta generální klauzule odkazuje na zachování dobré víry. Jak již bylo zmíněno výše, ve španělském právu je jednání odporující principu zachování dobré víry v objektivním smyslu chápáno v podstatě jako jednání způsobilé poškodit legitimní důvěru ostatních subjektů v nezávadnost jednání jednajícího subjektu. V případě nekalé soutěže legitimní důvěru ostatních účastníků trhu v to, že soutěžitelé jednají nezávadně. Pakliže analyzujeme společné body obou právních institutů, v závislosti na interpretacích většinových doktrinálních názorů, pak zjistíme, že oba instituty v podstatě zakazují jednání, jež by adresáti těchto jednání považovali za jednání v hospodářské

55 STS 16.6.2000 (RJ 2000, 5288) Případ Farmacéuticos, STS ze dne 19.4.2002 případ Asersa, STS 593/2000

56 Např. Nejvyšší soud (sp.zn. 3 Cdon 69/96) „Dobré mravy se rozumí souhrn společenských, kulturních a mravních norem, jež v historickém vývoji osvědčují jistou neměnnost, vystihují podstatné historické tendence, jsou sdíleny rozhodující částí společnosti a mají povahu norem základních“. Stejně i rozhodnutí nejvyššího soudu 26 Cdo 151/2003.

57 Hajn, P. : Právo nekalé soutěže, AUB Iuridica 135 MU Brno 1994, str. 12



soutěži závadná. Kdyby v české verzi byl použit termín „dobrá víra“ namísto „dobrými mravy“, znamenalo by to, že by se musel zvažovat vnitřní psychický vztah soutěžitele k jeho jednání, neboť v česká doktrína dobrou víru v podstatě vždy spojuje se subjektivní stránkou jednání<sup>58</sup>. Jinými slovy z praktického hlediska jsou si oba termíny významově velice blízké. Oba popisují objektivní stav bez ohledu na psychický vztah soutěžitelů k jednání či jeho škodlivému následku, i když česká úprava posuzuje jednání pouze v oblasti hospodářské soutěže, nicméně pomocí interpretace úvodních článků LCD dospějeme k závěru, že i zde půjde pouze o tato jednání.

Výhodou takto široce pojatých generálních klauzulí je bezpochyby ten fakt, že jsou schopny reagovat na vývoj soutěžního jednání, jenže to soudce nutně staví do pozice, kdy dotvářejí právo, což s sebou přináší notnou dávku právní nejistoty, neboť je dost dobře možné, že jednotlivé soudy budou posuzovat jednání jako dovolené a jiné opačně.

Část španělské doktríny<sup>59</sup> se přiklání spíše k užší formulaci generální klauzule nekalé soutěže, a sice, že v rozporu s objektivní dobrou vírou je to jednání, jež je v rozporu se zákonnými normami a obchodními dobrými zvyky. Z tohoto pohledu je názorný rozsudek španělského Nejvyššího soudu ze 7.3.1996 publikovaným pod číslem RJ 1996, 1882 případ *Cables Especiales de Levante*, kde stojí: „nekalosoutěžní jednání je takové, které je objektivně kontrární požadavkům dobré víry, chápané jako dobrá víra mimosmluvní, a proto bude považováno za nekalé to jednání, které nebude v souladu se zákonnými normami a dobrými obchodními zvyky“. Tím tedy nejvyšší soud pomocí interpretace zúžil formulaci generální klauzule LCD na část generální klauzule užití v LGP.

### **3.4. Vybraná judikatura**

Požadavek dobré víry v objektivním smyslu popsala jurisprudence již při formulování STS (Sala 1., 8.7.1981), a to tak, že jde o jeden ze základních principů práva, jež zní: „princip dobré víry v objektivní smyslu (čl.7/1 OZ)<sup>60</sup>, jinak řečeno, ten princip jež

58 Např. Knappová, Švestka a kol., *Občanské právo hmotné* svazek I., Aspi, 2002, str. 289

59 José Massaguer Fuentes, *Comentario a la ley de competencia desleal*, 1999, Ed.Civitas, Madrid, str.155

60 Článek 7 odstavec 1 španělského občanského zákoníku zní: „Práva se mají vykonávat konformně k požadavkům dobré víry.“

ve svém hlubokém smyslu nařizuje, aby při výkonu práv byl vyžadován etický postup vyznačující se poctivostí, čestností, spravedlivým rozdělením vlastní odpovědnosti a vztahující se k následkům, které veškeré svobodné a vědomé jednání může vyvolat v oblasti důvěry jiného...“. Tento pohled byl přejat v řadě pozdějších rozhodnutí (například STS z 16.6.2000 (RJ 2000, 5288) Případ Farmacéuticos de Puertollano a STS ze dne 19.4.2002 Případ Asersa).

Jako názorný příklad pokusů o vymezení rámce dobré víry v objektivním smyslu jak je chápán španělskou judikaturou a generální klauzule nekalé soutěže vůbec lze uvést například tato proslulá rozhodnutí:

STS z 16.6.2000 (RJ 2000, 593), Případ Don Augustín E.M.

V tomto případě žaloval pan Augustín E.M. (dále jen jako „žalobce“) paní Marii Antonietu T. (dále jen jako žalovaná). Oba výše jmenovaní provozovali lékárny, a jako takoví byli povinni respektovat rozhodnutí samosprávného orgánu, který stanovil omezení otvíracích dob pro jednotlivé části oblasti, v rámci níž vykonával působnost. Žalovaná nerespektovala rozhodnutí samosprávného orgánu a stanovila otvírací dobu značně přesahující povolené limity. Prvoinstanční soud žalobu odmítl pro nedostatek kompetence. Odvolací soud ale rozsudek první instance zrušil a přiznal plný úspěch žalované. Soud rozhodl, že porušení předpisu vydaného samosprávným orgánem neporušuje zákonné normy a ani normy na ochranu hospodářské soutěže, a z toho důvodu nelze výše popsané jednání shledat jednáním nekalosoutěžním. Dále soud prohlásil, že dobrá víra v objektivním smyslu spočívá v jednání jednoho subjektu vůči subjektu jinému, jež je v souladu s etickými imperativy, které jsou součástí společenského vědomí. Je pozoruhodné jak blízká je tato definice s definicemi dobrých mravů používaných českou právní veřejností. Právě z toho důvodu rozhodl, že jednání jehož základem je prodloužení otevírací doby lékařského zařízení a tím zlepšení sociálních služeb není v rozporu s požadavkem jednat v dobré víře.

STS 22.1.1999 (RJ 1999, 631), Případ Premenaca

V tomto případě soud shledal jednání žalovaného pana Manuela T.C. (dále jen jako „žalovaný“) jednáním naplňujícím generální klauzuli nekalé soutěže, neboť se pokusil zapsat ochranou známku znějící „Premenaca“, což je zároveň známá, ale nijak zvlášť chráněná, zkratka firmy společnosti „Precisión Mecánica Naval de Canarias, S.A.“. Soud první instance prohlásil jednání za slučitelné s právním řádem, neboť samotný fakt podání

žádosti o registraci nezakládá nekalosoutěžní jednání, jím by mohlo být až její užívání. Soud druhé instance se s názorem prvoinstančního soudu neztotožnil, neboť měl za to, že šlo o jednání naplňující znaky generální klauzule, neboť je nepochybné, že registrovaná známka měla být v budoucnu užívána. Z čehož vyvodil, že je v rozporu s generální klauzulí LCD.

STS 14.11.1998 (RJ 1998, 943) Případ Querol, S.A. proti Don Bongo, S.A.

V tomto případě společnost Querol, S.A. (dále jen jako „žalobce“) žalovala společnost Don Bongo, S.A. a některé další osoby (dále jen jako „žalovaná“). Jednalo se o to, že zaměstnanci žalobce založili žalovanou společnost, jež měla stejný předmět podnikání a v jejím podnikání zneužili informace (jako například seznamy klientů, dodavatelů a obchodních zástupců, vzorkovnický apod.) a dokonce i samotné výrobní stroje žalobce. Navíc kapitál k provozu žalované byl získán prostřednictvím šeků vystavených ředitelem žalobce, jenž byl zároveň společníkem žalované. Žalovaná společnost vydala katalogy zboží nápadně podobné katalogům žalobce a zahájila kampaň ocerňující žalobce.

Soud první instance dospěl k závěru, že nekalosoutěžního jednání se dopustili pouze ty fyzické osoby, jež působily v obou společnostech po vzniku žalované. Soud rozuměl, že podmínka aby jednání bylo v hospodářské soutěži je splněna pouze tehdy, když rušitel existuje. Odvolací soud rozsudek zrušil, neboť usoudil, že podmínka soutěžního vztahu je dána i v těch případech, kdy se vznik nového soutěžitele teprve chystá. K tomuto bodu se vztahuje například rozhodnutí Nejvyššího soudu ČR 32 Cdo 2031/99, kde bylo rozhodnuto obdobně.

Jako další příklady jurisprudence se vztahem k generální klauzuli LCD lze uvést např.: STS 29.10.1999 (RJ 1999, 8164), Případ Bandesco, STS 21.1.1995 (RJ 1994, 90) Případ Esloalsa, STS 19.4.2002 (RJ 2002, 348) Případ Asersa.

Z českých rozhodnutí je zajímavé např. R 3 Cmo 30/98 jehož právní věta zní: „Je v rozporu s dobrými mravy soutěže, pokud soutěžitel při zahájení své podnikatelské činnosti, kdy zde chybí jakýkoliv vztah právního nástupnictví (ten nelze dovozovat z pouhého přechodu několika pracovníků), jakkoli naznačuje či předstírá návaznost své činnosti na dosavadní činnost jiného soutěžitele, eventuálně přímo její převzetí, tedy kontinuitu svých vlastních poskytovaných služeb a výkonů se službami a výkony (jejich rozsahem, kvalitou) dosud adresátům sdělení poskytovaných druhým soutěžitelem“. Zajímavé je i rozhodnutí Nejvyššího soudu pod sp. zn. 3 Cmo 260/97 a další.

Takže nyní bych shrnul poznatky o rozdílech týkajících se generálních klauzulí. Oba zákony se vztahují na jednání, jež se uskutečňují na trhu a za soutěžním účelem. Dále také oba zakazují jednání, jež je způsobilé způsobit újmu ostatním účastníkům hospodářské soutěže tedy jak soutěžitelům tak i spotřebitelům. Obdobné, nikoliv však shodné je to, že španělská úprava chrání účastníka hospodářské soutěže respektive jeho dobrou víru v to, že ostatní soutěžitelé jednají čestně. Česká úprava chrání zájmy ostatních účastníků tím, že zakazuje jednání, jež je v rozporu s dobrými mravy hospodářské soutěže, jelikož je při výkonu jakýchkoliv práv povinné jednat v dobré víře. Dobré mravy jsou mravy zachovávané určitou dobu, tedy je to způsob chování, jež ostatní účastníci hospodářské soutěže očekávají od druhých, tím se tedy dostávám k závěru, že dopady obou formulací jsou obsahově velice podobné. A to i přestože česká úprava je vázána na dobré mravy zachovávané v hospodářské soutěži, tedy nikoliv dobré mravy zachovávané obecně, při praktickém použití dojdeme k závěru, že i zde se obě úpravy v zásadě shodují, neboť i podle španělské úpravy se bude posuzovat, zda jednání konkrétního soutěžitele bylo v souladu s legitimním očekáváním ostatních účastníků, a jelikož to jednání musí nutně vždy být v hospodářské soutěži, pak podle mého názoru půjde o jednání legitimně očekávané v rámci hospodářské soutěže. Jinými slovy půjde o posouzení, zda účastník zachoval dobré mravy hospodářské soutěže.

V obou případech se nebude posuzovat otázka vědomosti či nevědomosti, v obou případech jde o objektivní odpovědnost.

Na druhou stranu zásadní rozdíl je nutno spatřovat v tom, že v českém zákoně je vyžadována alespoň způsobilost přivození újmy spotřebitelům či soutěžitelům, toto ve španělské úpravě nenacházíme.

#### **4. Zvláštní skutkové podstaty**

Oba zákony využívají obdobné legislativní techniky a sice, že v obou případech zákonodárci zvolili cestu úpravy pomocí obecného zákazu obsaženého v generálních klauzulích s následným specifikováním častých typů jednání, jež jsou pod generální klauzule podřaditelné. Základním problémem, se kterým se setkáme vždy při aplikaci generálních klauzulí, je jejich interpretace. To, co je největší výhodou generálních klauzulí,

tedy jejich obecnost, je zároveň i jejich největší nevýhodou. Toto klade zejména zvýšené nároky na kvalifikovanou práci soudců, jež by se měli snažit, zejména v těchto případech, nalézat spravedlnost. Nalézání spravedlnosti v tomto případě akcentuji z toho důvodu, že právě v případech, kdy soudci mají za úkol posoudit zda je to které jednání v souladu s obecnými principy jako jsou principy dobré víry či dobrých mravů, je třeba rozhodovat podle zásad obecné spravedlnosti a nelze si vypomoci rozsáhlými právními předpisy. Z tohoto důvodu je v těchto případech nutné podrobně studovat judikaturu, jež se podobných případů týká. Jak v českém tak i španělském případě bude evidentně nekalosoutěžní jednání odporující zvykům a obyčejům chápaných jako bezvadných všemi účastníky trhu. Podle Bercovitze <sup>61</sup> se to dokonce bude také týkat jednání, které poškodí legitimní důvěru účastníků hospodářské soutěže v normální průběh běžného soutěžního jednání tím, že jsou vystaveni neobvyklým situacím, na které nejsou běžně připraveni. Zjevně bude nesprávné i to, co neospravedlnitelně narušuje soutěž na trhu. Hajn, P. uvádí zajímavé příklady ze zahraniční a české předválečné judikatury v článku věnovanému interpretaci dobrých mravů soutěže, jako třeba situace, kdy soutěžitel porušením právních předpisů získá neoprávněnou soutěžní výhodu a tím i poškodí ostatní soutěžitele či spotřebitele. Nebo zneužití nositelů společenské autority k reklamním účelům, atd. <sup>62</sup>

Speciální skutkové podstaty slouží k usnadnění aplikace generální klauzule. Vztah mezi generální klauzulí a zvláštními skutkovými podstatami je ten, že jakékoliv nekalosoutěžní jednání musí splnit podmínky generální klauzule s tím, že zároveň může být subsumovatelné pod některou ze zvláštních skutkových podstat. Jinými slovy nekalosoutěžní jednání musí vždy splnit požadavky na něj kladené generální klauzulí. Z toho vyplývá, že zvláštní skutkové podstaty v podstatě zjednodušují orientaci mezi zakázanými jednáními tak, že některá typická, a proto častěji opakovaná nekalosoutěžní jednání upravují výslovně. Další z důvodů jejich existence je ten, že umožňují vyvodit jisté obecné charakteristiky nekalosoutěžního jednání. To je zvlášť důležitý aspekt, neboť jak již bylo řečeno výše generální klauzule obvykle operují s velice vágními, neurčitými pojmy, a tak je jen dobře, že ne vše je necháno na judikatuře.

V případě obou zákonů za generálními klauzulemi následují zvláštní ustanovení výslovně upravující typické příklady porušení generálních klauzulí. Jelikož se tato ustanovení obou zákonů značně liší, rozdělím jednotlivé zvláštní skutkové podstaty do 3

61 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str. 357

62 Hajn, P., Jak interpretovat „dobré mravy soutěže“, (PPP: 93, 2: 1), ASPI 2193 (LIT), 1.2.1993

základních skupin<sup>63</sup> a následně provedu srovnání jednotlivých ustanovení v rámci dané skupiny. Do žádné ze skupin nezařadím skutkové podstaty z reklamní oblasti, neboť těm je, vzhledem k jejich odlišnosti předmětu i systematickému uspořádání, věnována samostatná kapitola. Nyní již ke zmíněným třem skupinám. Jako první bych zmínil oblast, kde dochází ke zneužívání výsledků úsilí ostatních účastníků hospodářské soutěže, nebo-li zjednodušeně dochází k „parazitování na cizím úsilí“. Za ní bude následovat porovnání zvláštních skutkových podstat postihujících jednání, jež představují přímé útoky proti ostatním soutěžitelům účastnících se hospodářské soutěže. A jako poslední ze tří skupin se budu věnovat porovnání jednání, jež obecně ovlivňují možnosti jednání ostatních účastníků hospodářské soutěže, a tím zabraňují jejímu korektnímu fungování.

#### **4.1. Parazitování na cizím úsilí**

Do této skupiny bych zařadil z českých zvláštních skutkových podstat ustanovení § 47 ObchZ jež zakazuje jednání způsobilá k vyvolání záměny, dále pak ustanovení § 48 ObchZ jež zamezuje parazitování na pověsti jiného soutěžitele a nakonec ustanovení postihující porušení obchodního tajemství (§ 51 ObchZ). Španělská ustanovení jež náleží do této skupiny jsou tato: ustanovení čl.6 týkající se záměny dále pak ustanovení čl.12 LCD regulující parazitování na pověsti soutěžitelů a pak ještě ustanovení článků 11. a 13. LCD věnujících se nedovoleným jednáním nápodoby služeb třetího a porušení obchodního tajemství.

##### **a) Záměna (čl.6 LCD, § 47 ObchZ)**

Jak je z textu obou zákonů zřejmé, jedná se o případ nejzjevnějšího zneužití úsilí ostatních účastníků trhu, protože se účastník pokouší u spotřebitelů vyvolat záměnu jeho zboží či služeb za zboží či služby konkurentů na trhu. Je důležité si uvědomit, že se nejedná o klamání ve vlastnostech či původu (upraveno zvláště jako klamavé označení

---

63 Jinak děli například Munková, Právo proti nekalé soutěži, C.H.BECK, 2001, str. 45

zboží a služeb), ale o navození situace, kdy potenciální klient nebude schopen rozlišit od kterého soutěžitele zboží pochází. Takže by mohl věřit, že pocházejí od soutěžitele A, ačkoliv ve skutečnosti pocházejí od soutěžitele B. Příkladem takového jednání by mohl být soutěžitel v oblasti výroby sportovní obuvi, jenž by místo proslulých tří pruhů a nápisu „Adidas“ použil pruhy čtyři a nápis „Adibas“. Jak uvádí V.Smejkal<sup>64</sup> „jsou známy kauzy, kdy soud uznal za zaměnitelné značky Orion a Orient, Diamant a Diastalt, případně Beteco a Lebedo“.

Zvlášť důležité je, jak ve svém článku uvádí Radim Polčák<sup>65</sup>, že „soutěžní právo přiznává ochranu i takovým označením, která nejsou zapsána v rejstřících ani jiným způsobem registrována. Ochranu tedy požívají i běžné názvy výrobků či označení služeb, a dále pak i jiné zvláštní vnější projevy mající hospodářskou hodnotu“.

V případech obou zákonných úprav stačí k naplnění skutkové podstaty ta podmínka, aby posuzovaná jednání byla způsobila k vyvolání nebezpečí záměny u části z adresátů tohoto jednání. Jak již bylo uvedeno v souvislosti s reklamním průmyslem, vždy se bude posuzovat dojem průměrného spotřebitele, a to spotřebitele, jemuž je zboží určeno.<sup>66</sup> Tedy pokud se bude jednat o vysoce specializované zařízení, bude se posuzovat z pohledu vysoce specializovaných zákazníků.<sup>67</sup> Subjektivní motivace nekalosoutěžního jednání je irelevantní, i když ve většině případů půjde o úmyslnou záměnu.

Český ObchZ rozlišuje 3 skupiny jednání, jež mohou být způsobila vyvolat nebezpečí záměny nebo klamnou představu o spojení s podnikem, firmou, zvláštním označením anebo výkony jiného soutěžitele. Jedná se o užití určitých označení, jež jsou používány po právu, dále užití zvláštních označení podniku, výrobků, výkonů anebo obchodních materiálů, jež jsou ve spotřebitelských kruzích považovány za příznačné a dále napodobení cizích výrobků, obalů nebo výkonů jež nejsou nezbytná z funkčního, technického či estetického hlediska. Podle španělské úpravy LCD se záměna může týkat jak výkonů, tak podniku, který je nabízí. V obou případech se nebere ohled na prostředky jakými je záměna vyvolána, mohou to tedy být jakékoliv prostředky schopné dovést spotřebitele k záměně. Budou to zejména použitá odlišující znamení, forma zboží či služeb atd.

64 Smejkal Vladimír, *Nekalá soutěž na internetu* (Pra 2002 2: 11), 27.2.2002, ASPI: 26263 (LIT)

65 Polčák, Radim, *Domény a právo proti nekalé soutěži (3) – Typové případy nekalosoutěžního jednání*, 18.2.2003, <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=118490>

66 Viz.např. Irena Pelikánová, *Komentář k obchodnímu zákoníku*, Praha, Linde, 2003 str.477

67 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, *Apuntes de Derecho Mercantil*, Arazandí 2000, str. 360

V § 47 písm. c) ObchZ je v podstatě vymezeno to, co je ve španělském zákoně upraveno v čl. 11 LCD, a sice tzv. otrocké napodobení neboli imitace. Španělský zákon stanoví v čl.11 odst.1 LCD, že imitace výkonů je povolena, vždy když ji nezakazuje nějaké speciální ustanovení. Takovými ustanoveními jsou zejména normy chránící průmyslové vlastnictví (zejména vynálezy, užité vzory, průmyslové vzory, atp.). Dále je také zakázána pakliže by byla způsobilá vyvolat ve spotřebitelích asociace ohledně původu zboží či služeb nebo s sebou nese riziko zneužívá cizí proslulosti. Touto asociací jsou myšleny situace, kdy, jak uvádí ObchZ v § 47, jednání je způsobilé vyvolat klamnou představu o spojení soutěžitelů.<sup>68</sup>

Další případ popisovaný LCD je situace, kdy jeden soutěžitel systematicky imituje výrobky či výkony jiného soutěžitele, a tím mu zabraňuje či ztěžuje získání odlišného postavení od imitujícího soutěžitele. Tím se imitátor rovněž dopouští nekalosoutěžního jednání. Toto jednání sice výslovně není obsaženo v žádné ze speciálních skutkových podstat ObchZ, ale lze jej považovat za příklad tzv. zabraňovací soutěže a jako takové zakázané generální klauzuli § 44 odst.1 ObchZ.

## **b) Parazitování na pověsti (čl.12 LCD, § 48 ObchZ)**

Parazitování na pověsti je upraveno v §48 ObchZ a v čl. 12 LCD. Tato skutková podstata nebyla upravena ZPNS. Je tedy v našem právním řádu poměrně nová, a z toho důvodu si nelze vypomoci prvorepublikovou judikaturou. Jak uvádí Irena Pelikánová<sup>69</sup>, toto ustanovení přesahuje rámec obvyklý pro úpravu nekalosoutěžního jednání, a sice, že překračuje zásadu speciality, neboť zde nemusí být přítomen soutěžní vztah v úzkém smyslu, tedy že soutěžitelé nemusí být a často nebudou ze stejné oblasti hospodářské soutěže, jako příklad lze uvést parazitování na proslulosti kvalit výrobků označených jako Rolce Royce, Champagne apod. I když příbuznost podnikání bude mít samozřejmě vliv na potenciální porušení jiných ustanovení nekalosoutěžního práva..

Je nasnadě, že jednání prostřednictvím něžž bude parazitováno na pověsti jiného by mohlo být zároveň i porušením některých dalších zvláštních skutkových podstat jako např.

68 Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003 str.477 a Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str. 365

69 Pelikánová Irena, Komentář k § 48 ObchZ, 1.1.2003, ASPI 17003 (LIT)



§46 ObchZ / čl. 7 LCD (klamavé označení zboží a služeb resp. klamání), nebo § 47 ObchZ / čl. 6 LCD (vyvolání nebezpečí záměny). Rozdíl mezi těmito ustanoveními je zejména v tom, že se na rozdíl od parazitování na pověsti vyznačují zejména klamavostí či vyvoláváním záměny.

Problematické je, že § 48 stanoví, že parazitovat lze pouze na pověsti podniku, výrobků nebo služeb jiného soutěžitele.<sup>70</sup> Osobně se domnívám, že pro takto úzký rozsah výslovně chráněných předmětů není důvod a jsem toho názoru, že i například jednání, jež jsou poměrně často k vidění, a sice parazitování na sloganech známých z reklamních kampaní, je svou podstatou parazitním jednáním. Otázkou zůstává, zda by takové jednání šlo podřadit pod ustanovení věnované parazitování na pověsti či zda by bylo lépe podřadit jej pod generální klauzuli. Osobně se domnívám, že druhá varianta řešení je právně čistší. Zde je ale třeba upozornit, že generální klauzule nevyžaduje úmyslné zavinění, tak jak tomu je v případě § 48. nekalosoutěžním.<sup>71</sup> Obdobně jako česká generální klauzule, tak ani španělský článek upravující parazitní jednání nevyžaduje zavinění.

Španělský zákon o nekalé soutěži upravuje parazitní jednání ve svém šestém článku. Logicky, obdobně jako je tomu v českém případě, bude i ve španělském případě parazitování na pověsti často porušením i jiných ustanovení, a to zejména čl. 11 odst. 2 LCD (imitace), čl. 6 písm. b) LGP (nekalá reklama) atp.

Oba zákony shodně vnímají fakt, že parazitovat lze i na pověsti, jež není zrovna „dobrá“ ani „proslulá“ či „všeobecně známá“, proto takovou podmínku ani neuvádějí.<sup>72</sup> Tuto obecnost lze tedy považovat za klad obou úprav. Na rozdíl od české úpravy španělská verze úpravy parazitního jednání poskytuje vodítko pro aplikaci dotčeného ustanovení a to tak, že výslovně stanoví, že parazitním jednáním bude použití rozlišujících označení, jež se neomezují pouze na ty charakteristické prvky jež jsou chráněny prostřednictvím práva průmyslového vlastnictví<sup>73</sup>, či označení původu či jakékoliv jiné jednání, jež bude mít obdobný následek.

70 Pelikánová Irena, Komentář k § 48 ObchZ, 1.1.2003, ASPI 17003 (LIT)

71 P.Hajn, Parazitní soutěž, ASPI 2625 (LIT), (PPP. 93, 9:12)

72 José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid str. 364

73 José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid str. 367

Další z rozdílů obou zákonů je to, že španělský zvláště stanovuje, že je zakázané použití výrazů, jež jsou obzvláště vhodné k vyvolání asociace, jako jsou například „model“, „tip“, „třída“ a podobně.<sup>74</sup>

Další ze zajímavých španělských judikátů prohlásil, že případy, kdy osoba využívá svého bývalého obchodního spojení s jinou osobou, tím že zneužívá její známosti, je parazitováním na její pověsti. Přestože to není klamavé, zákonnost či nezákonnost bude nutné posoudit ve spojení s čl.12 LCD (STS z 6.2.2001 (RJ 2001, 543), případ Ángel Israel).<sup>75</sup>

Úzkou spojitost s příkladem záměny uvedeným v části věnované záměně vykazuje jednání, jímž se majitel registrované známky může dopustit nekalosoutěžního jednání, tím že zneužije cizí proslulosti. Tak se stalo v případě Kamel STS 17.3.2000, kde výrobce kosmetiky „Kamel“ graficky modifikoval počáteční písmeno svého názvu „K“ tak, že se podobalo „C“ a tím pádem se dopustil zneužití proslulosti známky „Camel“, značky cigaret.

Z české judikatury lze uvést například rozhodnutí 3 Cmo 328/94, který je zajímavý zejména tím, že soud rozhodl, že parazitování na pověsti je myslitelné i mezi soutěžiteli, kteří podnikají v různých oborech. Tedy například výrobce balených minerálních vod by se dopustil nekalé soutěže spočívající v parazitování na pověsti, pokud by na lahve umístil nápis Rolce Royce, neboť by tím zneužil vynikající pověsti této značky. Dále je pak zajímavé rozhodnutí 3 Cmo 30/98 či 3 Cmo 156/95.

### **c) Porušení obchodního tajemství (§ 51 ObchZ, čl. 13 LCD)**

---

<sup>74</sup> K tomuto se vztahuje rozhodnutí Provinčního soudu v Málaze ze dne 3.6.1997 v případě Chanel, kdy soud jasně rozlišil, případy kdy se jedná o klamání spotřebitelů a kdy o parazitování na pověsti. V tomto případě společnost Europerga SL prodávala výrobky pod označením Chanel, jenže bylo zřejmé a výslovně uvedené, že se jedná o napodobeniny. Soud prohlásil, že v tomto případě nedošlo k poškození známky Chanel, neboť bylo zřejmé, že se jedná o výrobek, jež nemá nic společného s pravými výrobky Chanel. Stejně tak nedošlo ke klamání spotřebitelů či záměně výrobků nebo soutěžitelů. Jediné co soud uznal za nekalé bylo to, že došlo ke zneužití proslulosti značky Chanel a tím tedy k parazitování na cizí pověsti.

<sup>75</sup> V tomto případě si technik hudební skupiny Ángel Israel nechal zapsat do rejstříku patentů a známek (Oficina Española de Patentes y Marcas) známku „Israel“ a tu potom používal k podpoře svých produktů. Tím že docházelo k záměně či asociacím mezi bývalou hudební skupinou a ním. Stejný pohled aplikuje jurisprudence například v STS z 6.7.2001 (RJ 2001, 4994) Caso DHV España).

Podle úpravy ObchZ §51 je zakázáno jednání, jímž je porušováno obchodní tajemství. Domnívám se, že zákonodárce nemínil nedokonavým videm slovesa to, že pouhé jedno porušení obchodního tajemství, by nespadlo pod tuto skutkovou podstatu. Úprava §51 ObchZ navazuje na § 17 a násl. ObchZ, věnující se obecné regulaci obchodního tajemství. Obchodní tajemství je v českém právu tedy chápáno jako veškeré skutečnosti obchodní, výrobní či technické související s podnikem, a které mají alespoň potenciální materiální či nemateriální hodnotu a nejsou v příslušných podnikatelských kruzích běžně dostupné a mají být podle vůle podnikatele utajeny a on jejich utajení zajišťuje. Obchodní tajemství nemusí splňovat požadavky kladené například na vynálezy, tedy novost. Obchodním tajemstvím není podle mého názoru konkrétní informace sama o sobě, ale pouze ve spojení s konkrétním podnikatelem. Například pokud určitý podnikatel bude používat určitou metodu výroby tak to bude součástí obchodního tajemství, neboť informace, že soutěžitel používá určité výrobní postupy má kompetitivní hodnotu. Důležité je si uvědomit, že potenciální hodnotu má i informace, že určitý postup nelze použít, tedy informace o nevyužitelnosti daného postupu.

Další z důležitých aspektů ochrany obchodního tajemství je vztah mezi § 20 a § 51 ObchZ. Je zřejmé, že ochrana podle § 20 není totožná s ochranou podle § 51 ObchZ, jelikož ochrana podle § 51 ObchZ stanovuje další podmínky, které je potřeba splnit, aby se mohla aplikovat (zejména způsob získání znalosti dotčeného obchodního tajemství).

Ochrana obchodního tajemství je upravena jako zvláštní skutková podstata nekalé soutěže i ve španělském LCD, a sice ve článku 13 LCD. Do vzniku LCD specifická úprava soukromoprávní ochrany před jednáním porušujícím obchodní tajemství neexistovala. Veřejnoprávní ochranu přesto poskytoval španělský trestní kodex.<sup>76</sup> Negativním aspektem španělské legislativy je fakt, že neexistuje jednotná obecná úprava ani pojmenování pro soubor důvěrných informací používaných v podnikatelském prostředí. Samotný LCD používá vícero pojmenování: „tajemství“, „průmyslová tajemství“, „podnikatelská tajemství“. Podle španělského komentáře LCD<sup>77</sup> lze za nejširší termín považovat „podnikatelská tajemství“, jež zahrnují například „průmyslová tajemství“, za které se považují veškeré tajné informace mající technicko-výrobní povahu, či „obchodní tajemství“, které jsou vnímány jako organizační a plánovací informace týkající se

---

76 José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid, str.384

77 José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid, str.385

podnikání. Tyto informace zahrnují například údaje týkající se klientů či financování podnikání.

Jelikož španělský zákonodárce neposkytl definici co vlastně obchodní (či podnikatelská) tajemství znamenají, tak nezbyvalo, než vyčkat na případnou judikaturu či doktrínu. Podle Komentáře LCD<sup>78</sup> lze podnikatelská tajemství přirovnat k anglickému pojmu „know-how“, a v tomto smyslu to je „Soubor znalostí či informací, které nejsou veřejné, jež jsou potřebné pro výrobu či obchod s výrobky nebo službami nebo pro organizaci a financování podniku či jiné podnikatelské jednotky a které poskytují svému držiteli výhodu a to takovou, že se mu vyplatí vyvinout úsilí k zajištění jejího utajení.“ Dále, v souladu s českým ObchZ, se připouští jejich materiální či nemateriální hodnota

.Tedy jinými slovy jak španělská tak česká definice pojmu „obchodní tajemství“ či „podnikatelské tajemství“ vykazují stejné znaky. Zajímavý je fakt, že ZPNS ve svém § 13 užíval pojmy „obchodní a výrobní tajemství“ čili v podstatě používal obdobné rozlišování tajemství na výrobní a jiná, stejně jak činí španělská doktrína a LCD.<sup>79</sup> Z tohoto důvodu a pro zjednodušení budu používat jednotně pojem „obchodní tajemství“.

Český ObchZ poskytuje tedy ochranu obchodnímu tajemství prostřednictvím § 51 ObchZ, jež zakazuje bez oprávnění zpřístupnit, sdělit či využít obchodní tajemství, k němuž byl získán přístup z důvodů specifikovaných pod písmeny a) a b) §51 ObchZ. Obdobně španělský čl.13 LCD stanoví, že je zakázáno bez oprávnění šířit či využívat cizího obchodního tajemství. Podle mého názoru je třeba španělský termín „šířit“ vykládat extenzivně do té míry, že se obsahově vyrovná termínům z české úpravy „zpřístupnit či sdělit“.

Stejně tak je shodné to, že ani jeden ze zákonů nevyžaduje k vzniku odpovědnosti zavinění, tedy obě úpravy jsou vystavěny na odpovědnosti objektivní. Z toho vyplývá, že i motiv jednání je irelevantní. V obou případech si lze dost dobře představit situaci, kdy zaměstnanec vyzradí obchodní tajemství, domnívaje se, že je k tomu oprávněn. V tomto případě by se zaměstnanec dopustil nekalé soutěže, ač by jeho úmysly byly naprosto čisté. Na druhou stranu si je nutno uvědomit, že vždy bude nutno zkoumat, zda jsou dány obecné podmínky nekalé soutěže. V tomto případě zejména, zda vznikla soutěžiteli nějaké újma a zda jde o jednání příčící se dobrým mravům či ve španělské variantě dobré víře a v

78 José Massaguer Fuentes, *Comentario a la ley de competencia desleal*, 1999, Ed.Civitas, Madrid, str.386

79 Více k českému pojmu Irena Pelikánová, *Komentář k obchodnímu zákoníku*, Praha, Linde, 2003 str.548

neposlední řadě, zda vůbec půjde o obchodní tajemství, tedy zejména, zda podnikatel vyvinul úsilí o jeho ochranu.<sup>80</sup>

V obou případech se počítá s tím, že ač informace bude tajná, budou jí znát nejméně příslušní pracovníci konkrétního soutěžitele. Shoda panuje také v tom faktu, že součástí obchodního tajemství nemohou být poznatky zpřístupněné, ač třeba velice úzké skupině profesionálů.<sup>81</sup> Zajímavý problém vyvstane v okamžiku, kdy původní zaměstnanci začnou využívat znalosti, jež si opatřili u bývalého zaměstnavatele. Na tuto situaci by se dalo nahlížet ze dvou hledisek. Z hlediska prvního by bylo lze nahlížet situaci jako nekalou soutěž, neboť bývalý zaměstnanec těží ze znalosti obchodního tajemství které získal v souladu se zákonem u svého bývalého zaměstnavatele. Druhé hledisko, řekněme hledisko lidských práv, je to, že nelze nikoho omezovat v dalším zaměstnání. Právně nejčistší řešení by mělo být uzavření příslušných konkurenčních klauzulí v pracovních a obdobných smlouvách. (Dále např. Munková J.)<sup>82</sup>

Dokladem problémů jež s sebou nesou obecné pojmy, jimiž jsou zákony věnované úpravě nekalé soutěže zatíženy, lze doložit na pojmu obchodní tajemství. Je nasnadě, že jednotlivé soudy nebudou jednotné v posuzování, zda něco je či není obsahem tohoto pojmu. Dopad by mohl být například ten, že ochrana poskytovaná podle § 51 je pro žalobce náročnější, než ochrana například podle generální klauzule. Například ve Španělsku soudy nejednou judikovaly vůči sobě kontrární rozhodnutí. Tak například podle rozhodnutí STS (RJ 1999, 5957), případ Carla Ferretti International, S.A., se říká, že: „není žádná pochybnost o tom, že seznamy klientů tvoří část majetku podniku, a že jeho užívání konkurentem mu poskytuje soutěžní výhodu vysoké ekonomické hodnoty“ a proto se jedná o porušení zákazu zneužití obchodního tajemství podle čl. 13 LCD.<sup>83</sup>

Naproti tomu soud v jiné kauze (rozhodnutí STS (RJ 1999, 8164) případ Bandesco) prohlásil, že jednání bývalých tří vysoce postavených bankovních úředníků nesplňuje požadavky kladené na porušení obchodního tajemství, ačkoliv užívali seznamy klientů s

---

80 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str. 365

81 José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid 389, Munková J.: Případy nekalé soutěže – Zneužití obchodního tajemství (BA. 98, 1: 25), ASPI: 7544 (LIT), 26. 11. 1997,

SAP Asturias 18-6-1997, Případ Carbones Méndez y Menéndez, S.L. y otros

82 Munková J.: Případy nekalé soutěže – Zneužití obchodního tajemství (BA. 98, 1: 25), ASPI: 7544 (LIT), 26. 11. 1997

83 V případě se jednalo o situaci, kdy bývalý zaměstnanec využíval při své práci pro nového zaměstnavatele seznamu klientů původního zaměstnavatele

podrobnými údaji, svého bývalého zaměstnavatele (banky) a na jejím základě oslovovali vytipované potencionální klienty pro svého nového zaměstnavatele. Soud zde tedy judikoval, že seznam klientů není součástí obchodního tajemství, ale jeho zneužití lze považovat pouze za jednání odporující generální klauzuli, tedy že není v souladu s jednáním v dobré víře.

Na druhou stranu je jisté, že nelze prohlásit, že seznamy klientů patří vždy do obchodního tajemství, už jen toho důvodu, že pokud dojde k vyzrazení např. z důvodu nedostatečné péče ze strany podnikatele, pak nesplní podmínku tajnosti a nebude jim poskytnuta ochrana jako obchodnímu tajemství.<sup>84</sup>

Oba zákony se věnují způsobu získání přístupu k obchodnímu tajemství. Český ObchZ rozlišuje dva případy a sice jeden legální cestu a druhý při němž se subjekt dozvěděl obchodní tajemství vlastním či cizím jednáním přičítícím se zákonu. Španělský LCD obsahuje obdobně obě varianty jako ObchZ.

Český ObchZ nepostihuje jednání, jímž pouze dochází k shromažďování obchodního tajemství, aniž by došlo k jeho sdělení, zpřístupnění či využití. Toto jednání je pravděpodobně postižitelné podle generální klauzule a podle § 20 ObchZ.<sup>85</sup> Naproti tomu španělský LCD v odstavci druhém postihuje už samotné získání obchodního tajemství, pakliže je získáno formou špionáže či podobným způsobem a je nerozhodné, zda se onen „špión“ k tajemství dostal oprávněně či neoprávněně. Dále LCD výslovně postihuje navádění k porušení smluvních povinností, aby pomocí tohoto porušení došlo k získání určitého tajemství.

## ***4.2. Přímé útoky proti ostatním soutěžitelům účastnících se hospodářské soutěže***

Další skupinou nekalosoutěžního jednání jsou ta, která mají jako společnou charakteristiku, že představují přímé útoky na ostatní soutěžitele. Jedná se o skutkové

---

84 stejně tak E.Morón Lerma, La tutela penal del secreto de empresa, desde una teoría general del bien jurídico, str. 525, přístupné na stránce [http://www.tdx.cesca.es/TESIS\\_UAB/AVAILABLE/TDX-0405102-104031/eml4de5.pdf#search=%22%22Carbones%20M%C3%A9ndez%20y%20Men%C3%A9ndez%22%22](http://www.tdx.cesca.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0405102-104031/eml4de5.pdf#search=%22%22Carbones%20M%C3%A9ndez%20y%20Men%C3%A9ndez%22%22)

85 Hajn P., Soukromoprávní ochrana obchodního tajemství (PV. 97, 2: 33), ASPI 2959 (LIT), 1.2.1994

podstaty zlehčování či očerňování jiného soutěžitele (§ 50 ObchZ a čl.9 LCD), navádění k porušení smlouvy (čl.14 LCD), podplácení (§ 49 ObchZ) a prodej se ztrátou (čl.17 LCD).

### **a) Zlehčování či očerňování jiného soutěžitele (§ 50 ObchZ a čl.9 LCD)**

Jeden z nejjednodušších způsobů jak poškodit konkurenty je jednání, jímž se snažíme o diskreditaci jiného soutěžitele, jeho produktů či služeb prostřednictvím sdělení, jež jsou způsobilá zhoršit jeho pověst.

Oba porovnávané zákony obsahují ustanovení, jež výslovně zakazují tento způsob konkurenčního boje. Španělský LCD ve svém 9.článku stanoví, že očerňovat jiného soutěžitele ve smyslu tohoto ustanovení lze „nepravdivými“, „nepřesnými“ nebo „nevhodnými“ sděleními. Zvláštní pozornost je třeba věnovat oním „nevhodným“ sdělením. „Nevhodná“ sdělení jsou sdělení jež jsou sice objektivní, ale z určitého důvodu jsou považována za poškozující kredit, jež si soutěžitel získal. Druhá věta odstavce nám dává vodítko pro správnou interpretaci tím, že uvádí příklad sdělení, jež se vždy budou považovat za pověst poškozující. Jsou to ta jednání, jejichž obsahem jsou národnost, víra, ideologie, soukromý život nebo jiné soukromé údaje o poškozeném. Přestože český ObchZ neobsahuje podobný zákaz jako je uvádění „nevhodných“ sdělení, domnívám se, že by se takové jednání dost dobře dalo subsumovat pod zákaz uvádění informací o poměrech soutěžitele. Opačný názor je publikován např. v komentáři k ObchZ<sup>86</sup>, nicméně i zde je uveden příklad z francouzské judikatury, jež postihuje i rozšiřování informací o osobě samotného soutěžitele. V této situaci je vhodné si připomenout, že LGP upravuje samostatně nekalou reklamu, a v rámci ní i reklamu očerňující jiné osoby či podniky (a některé další předměty spjaté s podnikateli) (čl.6 LGP, písm. a)). Na rozdíl od LCD LGP umožňuje postihnout i reklamu, jež obsahuje výlučně pravdivé a přesné informace, nicméně buď způsobem představení nebo svým obsahem způsobí poškození pověsti chráněných předmětů. V tomto kontextu kladu zvláštní důraz na „způsobí“, neboť to je další z rozdílů mezi LCD a LGP, neboť LGP postihuje pouze jednání, která již vedla k

---

86 Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003, str. 520

poškození pověsti a nikoliv, jako LCD, jednání, jež jsou pouze způsobila k poškození pověsti.

V každém případě jakékoliv sdělení musí být dokázáno ze strany toho, jež jej uskutečnil. Z jurispudence můžeme vybrat například rozhodnutí nejvyššího soudu v případě Aquatronic<sup>87</sup>. V tomto případě španělský Nejvyšší soud deklaroval jednání spočívající v očerňující reklamě jako nekalosoutěžní, protože nebyla dokázána, v reklamě tvrzená, škodlivost chlorového přípravku na čištění bazénů.<sup>88</sup>

Český § 50 ObchZ rozlišuje zlehčování soutěžitele dvěma základními formami, a sice: uvedením či rozšířením nepravdivých údajů, anebo uvedením a rozšiřováním pravdivých údajů, ovšem vždy za podmínky, že jsou způsobila přivodit zlehčovanému soutěžiteli újmu. Dále je výslovně uvedeno, že je dovoleno soutěžitele zlehčit uvedením pravdivých údajů v situaci, kdy jde o oprávněnou obranu (neboli byl-li k tomu okolnostmi donucen).

Z výše uvedeného tedy zejména vyplývá, že podle české úpravy je „uvedení a rozšiřování“ pravdivých údajů způsobilých přivodit soutěžiteli újmu, aniž k tomu byl okolnostmi donucen, nekalou soutěží (obdoba LGP viz. výše). Ve španělském LCD takovou formulaci nenacházíme a můžeme se pouze domnívat, zda-li by mohlo být postiženo generální klauzulí.

Zdánlivě poměrně zásadní rozdíl obou úprav spočívá v tom, že španělský zákon postihuje jednání, jež je způsobilé poškodit kredit, jež má soutěžitel před ostatními účastníky hospodářské soutěže, naproti tomu český zákon jako podmínku stanoví způsobilost jednání přivodit soutěžiteli újmu. Avšak zamyslíme-li se nad možnými případy, jež by se daly subsumovat pod obě ustanovení, docházíme k závěru, že i v českém případě se bude jednat o újmu na pověsti, jinými slovy praktický dosah obou termínů je obdobný.

Vlivem obecnosti vymezení předmětů, jichž se musí jednání týkat, aby bylo lze je shledat v rozporu se zákonem, lze konstatovat, že se v praxi v podstatě shodují.

---

87 STS z 8.5.1997 (RJ 1997/3876) Případ Aquatronic

88 Fakt, že reklama očerňovala soutěžitele vyrábějícího čisticí přípravky na bázi chloru, nebyl jediný důvod neúspěchu žalovaného. Soud mimoto rozhodl, že se žalovaný dopustil jednání naplňující skutkovou podstatu klamavé reklamy, jelikož zamlčel, že jeho výrobky chlor obsahují taktéž, čímž mohlo dojít ke klamání spotřebitelů, jež by se mohli domnívat, že jej neobsahuje. Navíc se dopustil srovnávací reklamy, jež nesplnila zákonné požadavky, aby mohlo jít o dovolenou formu komparace (zejm. srovnávání podstatných rysů výrobků, přesné a objektivní srovnání).



Každopádně v obou případech se vztahují jak na výkony či výrobky soutěžitelů, tak na informace o jejich osobách. Ovšem jak jsem již uvedl ohledně rozsahu českého pojmu „poměry soutěžitele“ existují nejasnosti.

Závěrem bych rád zmínil fakt, že v obou případech se jedná o případy objektivní odpovědnosti, neboť subjektivní předpoklad není požadován.<sup>89</sup>

## **b) Navádění k porušení smlouvy (čl.14 LCD) a podplácení (§ 49 ObchZ)**

V této části se budu věnovat další typické formě nekalosoutěžního jednání, při němž soutěžitel vybízí určité osoby (typicky zaměstnance či osoby v obdobném poměru), aby porušily povinnosti, jež mají vůči svému zaměstnavateli / soutěžiteli a tím poskytlí výhodu navádějícímu či jinému soutěžiteli.

Oba zákony obsahují relevantní ustanovení, ovšem přes zdánlivou podobnost vykazují značné rozdíly. Dalo by se dokonce říci, že jde spíše o ustanovení postihující odlišná jednání, ale vykazující drobné shodné rysy.

Český ObchZ ve svém § 49, věnujícímu se podplácení, hovoří o „podplácení“ a LCD o „navádění“. Podplácením bude podle českého zákona jak podplácení přímé tak nepřímé, aktivní či pasivní. Aktivní je nabídnutí, slíbení nebo poskytnutí prospěchu, naproti tomu pasivní je žádání, akceptování slibu či přijetí prospěchu.<sup>90</sup> Přímost či nepřímost spatřuji v tom, že úplatek lze poskytnout přímo osobě uplácené, ale i osobě třetí, přičemž s tím je osoba jednající srozuměna. Stejně tak lze nepřímost vysledovat i na straně poskytovatele úplatku, tedy že jej může poskytnout přímo on či prostřednictvím někoho třetího. Prospěch je chápán v nejširším smyslu, tedy cokoliv co osoba, jíž je prospěch určen, vnímá jako prospěch. Pelikánová vádí ve svém komentáři,<sup>91</sup> že: „pravděpodobně bude moci být za prospěch považován i případ nekalého dosažení neúspěchu někoho jiného, jestliže o takový neúspěch podplácený usiloval“. Španělský zákon je poněkud přísnější, neboť používá termínu „navádění“. Pod tento pojem lze dozajista subsumovat i

<sup>89</sup> Naproti tomu například ZPNS vyžadoval zavinění více Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003 str.520

<sup>90</sup> Pelikánová I., Komentář k § 49, ASPI: 17004 (LIT), 1.1.2003

<sup>91</sup> Pelikánová I., Komentář k § 49, ASPI: 17004 (LIT), 1.1.2003

český termín „podplácení“ neboť podle mého názoru je pojem „navádění“ pojmem obsahově širším, neboť si lze představit, navedení například pomocí slíbení či poskytnutí nějakého prospěchu, ale i pouhým přesvědčením, kde bude prospěch (ať již přímý, tak nepřímý) pro navedeného absentovat. I když je zjevné, že v drtivé většině případů půjde o navedení právě podplácením.

Jak již bylo řečeno, český ObchZ umožňuje postihnout jak aktivní, tak i pasivní podplácení, z toho vyplývá, že se jej mohou dopustit, neboli jsou pasivně legitimováni, jak soutěžitelé (aktivní podplácení), tak i samotné podplácené osoby (pasivní podplácení). V tomto bodě je španělský zákon vůči naváděným měkčí, neboť jejich postižení neumožňuje, jinými slovy upravuje pouze jejich navádění.

Stejně tak se ustanovení liší v okruhu osob jež lze podplatit či navést. Zatímco se český zákon v podstatě věnuje pouze osobám, jež jsou v pracovním či obdobném poměru k soutěžiteli.<sup>92</sup> Španělský LCD postihuje navádění jak zaměstnanců, tak i dodavatelů, ale i klientů a dalších osob jež jsou povinné dodržovat vůči poškozovanému soutěžiteli smluvní povinnosti. Tedy tímto se dostáváme k dalšímu ze zjevných rozporných bodů, a sice k otázce, co se myslí „nekalým postupem“ v ObchZ a „porušení smluvních povinností“ v LCD. Podle mého názoru je zde ObchZ podstatně přísnější, neboť, jak se domnívám, lze pod pojem „nekalý postup“ subsumovat zejména jednání, jež jsou v rozporu s dobrými mravy. Zde se bude jednat o obecné dobré mravy, ne o dobré mravy zachovávané v soutěži. Dále jsem toho názoru, že jednání v rozporu se zákonnými, ale i smluvními povinnostmi je jednání, jež je v rozporu s dobrými mravy. Z tohoto důvodu lze pojem „porušení smluvních povinností“ subsumovat pod pojem „nekalý postup“, nebo-li termín „nekalý postup“ je obsahově širším, než „porušení smluvních povinností“. Změkčující podmínkou LCD je, že musí jít o porušení základních smluvních povinností, čili navádění k porušení nepodstatných částí povinností vůči soutěžiteli nebude lze podřadit pod ustanovení čl. 14 LCD. Jelikož, jak již bylo zmíněno výše, navádění k porušení smluvních povinností není výslovně upraveno ObchZ, domnívám se, že jej lze posoudit jako příklad tzv. zabraňovací soutěže.<sup>93</sup> A jako takové prohlásit za jednání v rozporu s generální klauzulí nekalé soutěže.

92 Doslova ustanovení zní: „osobě, která je členem statutárního nebo jiného orgánu jiného soutěžitele nebo je v pracovním či jiném obdobném poměru k jinému soutěžiteli“ (§ 49 písm. a), ObchZ)

93 Věnuje se tomu např. P.Hajn v článku Zabraňovací soutěž, (DHK. 93, 3: E11), ASPI: 2673 (LIT), 29.09.1993

Článek 14 LCD ve svém druhém odstavci upřesňuje, že samotné vybízení k ukončení smlouvy v případě, že je k rozvázání soutěžitel oprávněn, či získání prospěchu pro sebe samého, či ve prospěch třetího důsledkem navedení k porušení smlouvy, není bez dalšího nekalosoutěžním jednáním. Ovšem výslovně je stanoveno, že se bude jednat o nekalé jednání, když ono vybízení k ukončení smlouvy či získání prospěchu z porušení smlouvy mezi jinými soutěžiteli bude motivováno snahou o šíření nebo využívání podnikového tajemství, či vyloučení soutěžitele z hospodářské soutěže, nebo bude učiněno prostředky jež vyvolají klamnou představu. Výše zmíněný výčet nekalých praktik je značně rozšířen tím, že popisovaná skutková podstata zahrnuje i veškerá jednání analogická k těm výslovně stanoveným. Tato jednání by se pravděpodobně dala v českém právním prostředí postihnout buďto generální klauzulí, anebo jednotlivými zvláštními skutkovými podstatami jako např. porušení obchodního tajemství, či zlehčování. Ovšem vždy by záleželo na skutkových okolnostech daného případu. Tak například vybízení k ukončení smlouvy za účelem využití (porušení) obchodního tajemství by šlo posoudit jako jednání spadající pod generální klauzuli podle ObchZ.

Shodné mezi LCD a ObchZ je, že odpovědnost váže na zavinění a to dokonce úmyslné.

### **c) Prodej se ztrátou (čl.17 LCD)**

Jeden ze základních principů tržního systému je, že soutěžitel volně stanoví cenu svého produktu či služeb. Ale může se stát, že za určitých okolností se prodej se ztrátou, jelikož to není běžné chování, stane nekalosoutěžním jednáním. Je zřejmé, že pouze kvůli tomu, že při prodeji dojde ke ztrátě, nelze jednání kvalifikovat jako nekalé jednání. Kupříkladu v situacích, kdy má soutěžitel přebytek na skladě, či potřebuje urgentně hotovost.<sup>94</sup>

LCD ve svém 17. článku stanoví, že určení cen je svobodným rozhodnutím soutěžitele (pakliže jiné zákony nestanoví opak – což je časté zejména u cen energií, léků, tabákových výrobků atd.). Nicméně, jelikož jsme často svědky snahy soutěžitelů o poškození zájmů

---

94 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str. 360

spotřebitelů i ostatních soutěžitelů právě prostřednictvím cenové politiky, LCD v čl. 17 pod písmeny a) až c) možnost volného stanovení cen omezuje.

Omezení se vztahují pouze na případy, kdy ceny nedosahují výše ceny pořízení či jejich hodnoty. LCD neobsahuje způsob stanovení ceny, jež je kritériem nekalosti jednání. Toto kritérium najdeme ve španělském zákoně o maloobchodě čl.14.

Španělský zákonodárce se snažil o podchycení alespoň nejčastějších případů zneužívání cenové politiky. Prvním ze zakázaných jednání je takové, jehož důsledkem dojde k poškození image výrobků či podniků ostatních osob. Takovou skutkovou podstatu lze naplnit tak, že budeme například prodávat luxusní zboží v supermarketech a za nízkou cenu, čímž poškodíme hodnotu značky a tím i image onoho luxusního výrobku. Dalším ze zakázaných jednání je to jednání, jež tvoří součást strategie jejímž předmětem je vytlačit soutěžitele nebo skupinu soutěžitelů z trhu. V praxi lze vysledovat snahu soutěžitelů o vytlačení konkurence, jež nemá tak silné finanční zázemí, z trhu prostřednictvím neudržitelně nízké ceny. Důsledkem tohoto jednání je to, že soutěžitel jednoduše není schopen udržet ceny na úrovni konkurence a je nucen opustit trh. Je důležité zmínit, že tato varianta nekalosoutěžního jednání se dá při splnění určitých podmínek subsumovat pod skutkovou podstatu zneužití dominantního postavení jež se nachází v právu na ochranu hospodářské soutěže.

Zvláštní variantou prodeje se ztrátou, jež je také výslovně zakázán jako nekalý, je prodej pod cenou, kterým se sleduje poškození spotřebitele tím, že změnami cen se spotřebitel přestane orientovat v cenové hladině ostatních výrobků či služeb v rámci jednoho prodejního místa.<sup>95</sup> Tyto případy patří do skupiny jednání, které zabraňují správnému fungování trhu a z toho důvodu patří do třetí skupiny z pohledu členění nekalosoutěžních jednání použitého v této práci.

Jelikož český ObchZ neupravuje výslovně jednání jež jsou obsahem čl. 17 LCD, tak si musíme vypomoci generální klauzulí § 44 odst. 1 ObchZ. Posuzování těchto případů bude zajisté velmi složité, neboť například v praxi je často vnímáno jednání, kdy soutěžitel nabídne konkrétní výrobky za velice nízkou cenu, čímž se snaží nalákat klienty a následně jim prodat i dražší zboží či služby, jako nezávadné. Jenže toto jednání může mít za důsledek finanční vyčerpání ostatních soutěžitelů. Zde lze již pochybovat o souladu s

---

95 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str. 361

požadavkem zachování dobrých mravů soutěže. Například P.Hajn <sup>96</sup> je toho názoru, že: „nekalou soutěží by se stávala tehdy, kdyby byla vedena (cenová válka pozn. aut.) záměry strategickými: snahou zničit soupeře, resp. vyřadit ho z trhu nebo alespoň z určité oblasti trhu, zaujmout jeho místo na trhu a získat tak mnohem větší volnost v určování cen“. Podle mého názoru mohl český zákonodárce věnovat při tvorbě zvláštních skutkových podstat trochu pozornosti i těm jednáním, jež nezlézáme v čl.14 LCD. Ve stávající situaci vzniká například problém, zda je odpovědnost „cenových predátorů“ subjektivní nebo objektivní (ostatně jak stanoví generální klauzule nekalé soutěže v ObchZ). Domnívám se, že je spravedlivé žádat prokázání úmyslu a to zejména proto, že, jak již bylo uvedeno výše, existuje nespočet důvodů, kdy je naprosto legitimní prodat zboží i pod cenou.

### ***4.3. Jednání, které ovlivňuje možnosti jednání ostatních účastníků trhu, zabraňujíc tím správnému fungování trhu.***

Vedle jednání, která poškozují přímo konkrétní soutěžitele, ať už záměnou či jiným prostředkem, existuje druhá skupina nekalosoutěžních aktů, jež je namířena proti všem účastníkům hospodářské soutěže, protože zabraňuje správnému fungování trhu. Je zřejmé, že toto členění vykazuje z pohledu českého zákona jisté nedostatky, zejména u skutkové podstaty klamavého označení zboží a služeb (§ 46 ObchZ), jelikož vlivem stávající takto široce rozkročené úpravy dochází k tomu, že je v jistém smyslu jednáním, spadajícím pod § 46 ObchZ, parazitováno, respektive jinak útočeno přímo na konkrétní soutěžitele, ale vzhledem k tomu, že srovnávám 2 různé právní systémy zvolil jsem toto členění jednotlivých skutkových podstat, neboť tato struktura vyhovuje znění španělského LCD a i úpravě, kterou bych de lege ferenda viděl jako vhodnější úpravu ObchZ.

#### **a) Klamání (čl.7. LCD) a klamavé označení zboží a služeb (§46 ObchZ)**

---

96 P.Hajn, Zabraňovací soutěž, (DHK. 93, 3: E11), ASPI: 2673 (LIT), 29.09.1993

V nadpisu uvedené skutkové podstaty mají k sobě blízko zejména jejich označením, méně již svým obsahem. Španělský LCD „klamavým jednáním“ rozumí pravděpodobně to, co by i laik předpokládal, a sice jednání, jehož předmětem je označení výrobků či služeb takovým způsobem, že je způsobilé ve svých adresátech či příjemcích obecně vyvolat klamnou představu o taxativně vyjmenovaných podstatných znacích. Výše zmíněné znaky jsou: povaha, způsob výroby či distribuce, charakteristika, možnost použití, kvalita, kvantita a zejména výhody skutečně nabízené. Jinými slovy z čl.7 vyplývá, že postihuje klamavé jednání, jež poškozují jak spotřebitele, tak ostatní soutěžitele, protože spotřebitelé se nerozhodují na základě služeb či produktů, které se nabízejí, ale na základě nabídky, která je vede k omylu. Ono klamavé označení je možné dosáhnout jak použitím nepravdivého označení, tak i pravdivého, které je ovšem vlivem okolností či svou neúplností způsobilé vyvolat klamnou představu o výše vyjmenovaných vlastnostech.

Pro posouzení vadnosti sdělení je třeba zkoumat pouze potencionální klientelu toho daného produktu či služby, ne spotřebitele jako celek. Zejména je třeba podtrhnout, že klamavé sdělení může pramenit také z neuvedení určitých vlastností, které by měl potencionální klient znát.<sup>97</sup> Jako příklad z poměrně bohaté judikatury bych uvedl třeba rozhodnutí Nejvyššího soudu z 8.5.1997 (RJ 1997, 3876) v případě Aquatronic, kde soud deklaruje, že reklama na čisticí přípravek sloužící k čištění bazénů je klamáním, protože zmiňuje škodlivost chlóru obsaženou v konkurenčních výrobcích, ale již neuvádí, že jej obsahuje taktéž. V jiném případě<sup>98</sup> Nejvyšší soud judikoval, že se jedná o klamavé jednání pokud podnikatel, věnující se výstavbě a následnému prodeji nemovitostí, v reklamních letáčích uvádí nepravdivé informace o vybavení okolí prodávaných nemovitostí. A jako poslední uvedu případ, kdy soud odsoudil jednání jímž výrobce vína neoprávněně užíval označení původu chráněné zvláštními předpisy.<sup>99</sup>

Český ObchZ v § 46 upravuje skutkovou podstatu klamavého označení zboží a služeb. Odstavec první § 46 zakazuje jednání, jež je způsobilé vyvolat mylnou domněnku v „hospodářském styku“, z tohoto pojmu vyvozují, že je možno pod něj zahrnout i příklad soutěžitele, jež bude donucen, vlivem nekalého označení konkurenčních výrobků, upravit svou nabídku snížením cen.

---

97 Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str.370

98 Rozhodnutí Nejvyššího soudu č. 894/1996 ze dne 8.11.1996 ve věci Rezidenční komplex Don Alfonso

99 Rozhodnutí Provinčního soudu v Barceloně z 26.1.2000 č. AC 2000/688

Španělská úprava se stejně jako česká vztahuje jak na přímé adresáty sdělení, tak i na osoby jež se k sdělení dostanou nepřímo, například i kdyby to soutěžitel nezamýšlel. Takže potud jsou úpravy vcelku shodné. Stejně tak je shoda mezi ustanoveními v tom, že klamná představa by se měla týkat zvláštních charakteristik či jakosti. Na druhou stranu odlišné je zejména to, že český ObchZ se vztahuje na vyvolání klamné představy v otázce původu výrobků či služeb (tedy jak v osobě původce tak v otázce geografického původu). Tyto body v LCD nenalezneme, což neznamená, že by nebyly nekalou soutěží. Existuje příslušná judikatura (např. rozhodnutí Provinčního soudu v Barceloně z 26.1.2000 č. AC 2000/688) kdy bylo rozhodnuto, že klamáním v oblasti místa původu (v tomto případě původ vína) spadá pod čl. 7 LDC. Nicméně v tomto případě lze zajisté aplikovat i ustanovení LCD zakazující nekalou soutěž prostřednictvím porušení zákonných norem (čl. 15 LCD), jelikož ochrana původu je zakotvena i v jiných právních předpisech, ostatně stejně tak je tomu i v České republice. Možná by bylo vhodnější, kdyby český zákonodárce jasně odlišil jednání, jež je způsobilé klamat účastníky soutěže ve věci vlastností výrobků či služeb, a jednání, jež jsou způsobilá vyvolat v účastnících záměnu výrobků, služeb či soutěžitelů. Za stávající situace se bohužel ustanovení § 47 a § 46 ObchZ částečně prolínají.

V druhém odstavci § 46 ObchZ je zakázáno i používání klauzulí, jež by upřesňovaly nepravdivé informace. Zde tedy půjde o posouzení, zda onen „upřesňující“ dodatek bude schopen vyloučit mylnou domněnku, jež mohl účastník získat z celkové situace, při níž přišel s informacemi do styku. Obdobnou formulaci nalezneme v čl. 12 LCD věnující se parazitnímu jednání na pověsti jiného, ovšem je třeba si uvědomit, že v LCD je postižen fakt, že ono označení není postiženo jako klamavé, právě z důvodu, že neklame, neboť je na něm uvedeno, že nejde o „originál“, ale jako parazitní. Na druhou stranu v čl. 12 LCD jsou ony upřesňující klauzule na rozdíl od § 46 naprosto vyloučeny. Stejně tak tomu může být i v některých případech zvláštních předpisů upravující ochranu původu, proto je důležité zaměřit na ně při studiu dané problematiky zvláštní pozornost.<sup>100</sup>

---

100 Pelikánová I. uvádí v komentáři k § 46 ObchZ (ASPI: 17001 (LIT)), že i v ČR platná „Lisabonská dohoda na ochranu označení původu a o jejich mezinárodním zápisu (vyhl. č. 67/1975 Sb.) je úpravou speciální formální ochrany a jako taková je přísnější. V čl. 3 stanoví, že „Ochrana se zajišťuje proti veškerému přisvojování nebo napodobování, i když pravý původ výrobku je označen nebo i když označení je použito v překladu nebo je doprovázeno výrazy jako např. „druh“, „typ“, „způsob“, „imitace“ nebo pod.“ Z toho vyplývá nepřipustnost užití chráněného označení i v případě, že by byla použita delokalizační klauzule, jakkoli by byla nápadná a vylučovala klamavost.“

Třetí a čtvrtý odstavec § 46 ObchZ obsahuje úpravu užití druhových označení, jež není vtělena do LCD, ale lze se domnívat, že odst. 3 § 46 ObchZ spadá pod ustanovení čl. 7 LCD, neboť je bezesporu způsobilý klamat ve smyslu onoho ustanovení. Ve čtvrtém odstavci český zákonodárce zakotvil taxativní výčet speciálních oblastí, na které se ustanovení § 46 ObchZ nevztahuje. Osobně se domnívám, že jde o ustanovení poměrně přebytné, neboť předpisy upravující dané oblasti a ustanovení § 46 ObchZ mají každý svůj předmět úpravy, takže ono prohlášení odstavce čtvrtého je nahraditelné běžnými interpretačními prostředky. O vhodnosti taxativnosti výše zmíněného seznamu oblastí lze taktéž pochybovat, vhodnější by bylo pomocí demonstrativního výčtu připustit, že existují i jiné oblasti, na něž se § 46 ObchZ nevztahuje.<sup>101</sup>

## **b) Dárky, prémie a podobné skutečnosti (čl.8 LCD)**

Španělský LCD, na rozdíl od ObchZ, obsahuje výslovnou úpravu situací, kdy soutěžitel poskytne nějaký dárek spotřebiteli za to, že s ním uzavře nějakou smlouvu, čímž dojde k tomu, že pro spotřebitele se tento dárek stane důležitějším, než cena nebo vlastnosti výrobku či služby, s níž je poskytnutí dárku spojeno. Tím soutěžitel narušuje normální fungování trhu, čímž se dopouští nekalosoutěžního jednání.

Podle odstavce druhého čl. 8 LCD je nekalým jednáním samotné nabídnutí dárku či prémie, ale pouze když bude způsobilé vyvolat ve spotřebiteli omyl ohledně úrovně cen ostatních služeb či produktů, jež soutěžitel nabízí. Stejně tak je nekalou soutěží obdobné jednání soutěžitele, jež bude způsobilé ztížit spotřebiteli posouzení reálné hodnoty nabízeného produktu či služby, nebo možnost porovnání s alternativními nabídkami. V posledních dvou případech se presumuje, že jde o nekalou soutěž, pakliže nabízený dárek či prémie přesáhne 15% ceny nabízeného produktu či služby.

Stejně tak se mají za nekalosoutěžní ty praktiky, při nichž jsou na nějakou základní službu či výrobek vázány další závazky, jež nesouvisí s předmětem těch základních.

Tato skutková podstata, jak již bylo výše uvedeno, není obsažena v ObchZ, tudíž by mohla být postižitelná pouze podle generální klauzule § 44 odst. 1 ObchZ. Nicméně si nemyslím, že by bylo v českém případě nutné tvořit nějakou podobnou úpravu, jelikož na

---

101 Obdobně Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003 str. 472



rozdíl od Španělska, kde jsou obdobné praktiky využívány opravdu v hojném počtu, v České republice nejde o příliš rozšířený zvyk, i když to je samozřejmě věc názoru. Zajímavé je například rozhodnutí Nejvyššího soudu ČSR z 18.3.1938<sup>102</sup> kde rozhodl: „... že vypisování soutěže a cen (prémii) výrobcem zboží za tím účelem, aby se v zákaznickém styku propagovalo zboží pocházející od slibujícího výrobce před jiným zbožím, jest nekalou soutěží“. V daném případě šlo o situaci, kdy výrobce látek uspořádal soutěž vázanou na prodej či koupi látek jím nabízených a do této soutěže zapojil kupující, prodávající i švadleny.

### **c) Diskriminace (čl.16 LCD)**

Na rozdíl od ObchZ článek 16 odstavec 1 LCD výslovně upravuje jednání, jímž dochází k diskriminaci spotřebitele. Pro účely úpravy nekalé soutěže je diskriminačním chápáno to jednání, kdy, v neopodstatněných případech dojde k aplikaci rozdílných cen, či jiných podmínek vůči spotřebitelům. Jelikož, jak již bylo uvedeno, v české úpravě nekalé soutěže toto ustanovení chybí, bylo by možné aplikovat generální klauzuli, neboť takovéto diskriminační jednání jí nepochybně odpovídá. V praxi bude složité zejména dokázání, že ony odlišné ceny či podmínky jsou neopodstatněné, protože je běžná a naprosto nezavadná praxe, že různé skupiny spotřebitelů dostávají zboží či služby za odlišné ceny a odlišných obchodních podmínek. Zde bude zejména potřeba, aby kritérium stanovící ceny či jiné podmínky bylo objektivní a v souladu s dobrými mravy soutěže.

### **d) Zneužití situace ekonomické závislosti (čl.16 odst. 2 LCD)**

Soutěžitelé se poměrně často dostávají do situace, kdy jsou závislí na určitém obchodním partnerovi. To se stává zejména v oblasti dodávek náhradních dílů, technické podpory apod. V současné době je toto jednání zvláště aktuální vlivem tzv. outsourcingu jiných než základních aktivit (tzv. core activity).

---

102 Vážný. 38, XX: 444, Rc 16807 Rv I 2710/37

Příkladem by mohla být třeba společnost zabývající se výstavbou domů. Takováto společnost si může najmout na jiné než stavební činnosti jiné společnosti, jež vlivem jejich specializace dovedou vykonat či vyrobit danou službu či zboží při nižších nákladech. Zjevnou výhodou je, že služby poskytované dodavatelsky jinou společností jsou pro onu stavební společnost levnější, ale na druhou stranu tyto dodavatelské společnosti mají onu stavební společnost „v hrsti“, neboť se na nich stane závislou. Obecně sice platí, že „outsourcované“ aktivity se vyznačují tím, že je nerozhodné, kdo je vykonává, takže se nedá říct, že by soutěžitelé byli závislí přímo na konkrétním dodavateli, ale v praxi je důležitá zejména nepřetržitost dodávek. Každý výpadek je sice nahraditelný, ale zejména v případě velkých průmyslových podniků dochází k nepříjemně vysokým ztrátám (např. automobilový průmysl).<sup>103</sup>

O nekalou soutěž podle čl. 16 odst. 2 LCD by šlo pouze v tom případě, že by onen soutěžitel, na němž je závislý jiný soutěžitel, této závislosti zneužil. Vzhledem k neexistenci zvláštní skutkové podstaty v ObchZ by v případě aplikace českého práva nezbývalo než aplikovat generální klauzuli § 44 odst. 1 ObchZ. Osobně se domnívám, že jde o jednání v praxi běžné, a proto by si zasloužilo výslovnou regulaci. Diskutovaným příkladem z české reality mohou být zejména vztahy mezi velkými obchodními domy a jejich dodavateli.

### **e) Porušení právních norem (čl.15 LCD)**

Základní povinnost soutěžitelů je plnit své zákonné povinnosti. Ten soutěžitel, jež je neplní, získává kompetenční výhodu vůči ostatním účastníkům hospodářské soutěže, a tím narušuje spravedlivé fungování hospodářské soutěže. Z tohoto důvodu španělský zákonodárce výslovně upravil zákaz takového jednání v rámci nekalé soutěže.

Článek 15 LCD v sobě zahrnuje dva typy nekalého jednání mající základ v porušení právních norem.

Podle čl.15 odst. 1 LCD se považuje za nekalé získání kompetitivní výhody na trhu prostřednictvím porušení zákonných norem. Jedná se o porušení norem, které nemají za

---

<sup>103</sup> Více např. M.Cepl, K pojmu outsourcingu a základním problémům jeho smluvní úpravy, BA. 98: 40, 29.9.1998, ASPI: 7760 (LIT)

svůj prvořadý cíl ochranu (regulaci) hospodářské soutěže, i když se musí jednat o normy zákonné, tedy naplnění této skutkové podstaty nenastane pouhým porušením právních předpisů nižší síly. Z ustanovení čl. 15 odst. 1 vyplývá, že v jednání naplňujícím tuto skutkovou podstatu musí dojít ke kumulativnímu splnění dvou podmínek. Za prvé zneužití kompetitivní výhody získané porušením zákonné normy a za druhé tato výhoda musí být podstatná. Důležité je, že v tomto případě musí jít o porušení právních předpisů minimálně síly zákona. Tak tomu není v případě upraveném v druhém odstavci článku 15 LCD.

Jako druhý typ nekalosoutěžního jednání spočívající v porušení právních norem definuje odst.2 čl.15 LCD, že nekalého jednání se dopustí ten subjekt, který poruší normy, jež mají za předmět regulaci hospodářské soutěže. V tomto případě se nekalost projeví „per se“, tzn. pouhým porušením těchto právních norem, a to bez toho, že by soutěžitel zároveň využil oné výhody, pramenící z porušení právních norem, v hospodářské soutěži.

Ve dvou rozsudcích španělský Nejvyšší soud v roce 2000 deklaroval, že není nekalosoutěžním jednáním nerespektování otevírací doby lékáren stanovené podzákonými normami (v jednom z případů to byl právní předpis profesní komory). Doslova rozhodl, že čl.15 odst. 2 právními normami míní normy vyhrazené legislativnímu orgánu státu<sup>104</sup> a v druhém rozsudku<sup>105</sup> precizoval, že důležitý je obsah normy, ne její forma. Jinými slovy podstatné je, aby měla za předmět své regulace soutěžní činnosti a navíc tento předmět je nutno chápat jako předmět přímý, nikoliv tedy nepřímý či případy, kdy by soutěžní činnost reguloval pouze jakýmsi odrazem. V druhém případě soud mimo jiné podtrhl skutečnost, že právní předpis profesní samosprávy nemá za účel regulovat soutěžní činnost svých členů, ale garantovat, že budou zajištěny služby pro veřejnost.

## f) Ohrožování zdraví a životního prostředí (§ 52 ObchZ)

Ze systematického hlediska obsahuje český ObchZ výslovnou úpravu obdobné (ve vztahu k čl. 15 LCD) skutkové podstaty, a sice v § 52 ObchZ jímž zakazuje jednání jehož podstatou je, že soutěžitelé v některých případech záměrně nedodržují právní předpisy z oblasti ochrany zdraví a životního prostředí, čímž dochází k úsporám finančních

104 Rozhodnutí nejvyššího soudu z 16.6.2000 (RJ 2000, 5288), případ Farmacéuticos Puertollano

105 Rozhodnutí nejvyššího soudu z 13.3.2000 (RJ 2000, 1207), případ Farmacéuticos de Madrid

prostředků, a tím pádem k získání konkurenční výhody v hospodářské soutěži. Zásadní nevýhodou pak je skutečnost, že dochází k poškozování právem chráněných předmětů, jako jsou životní prostředí či zdraví obyvatel. Navíc dochází k poškození hospodářské soutěže, neboť do nákladů soutěžitelů jsou negativní dopady jejich podnikání zahrnuty nerovnoměrně (resp. jeden soutěžitel se s nimi vyrovnává zákonnou, tedy zpravidla finančně náročnější, cestou, jiný bezplatně či s nižšími náklady).

V § 52 ObchZ se hovoří o ohrožování či porušování zájmů chráněných „zákonem“ z toho osobně vyvozují, že ony „zájmy“ musí být chráněny zákonem či právním předpisem vyšší síly. Lze si představit, že dojde k porušení podzákoné prováděcí normy a i v tomto případě dojde k naplnění skutkové podstaty § 52 ObchZ, ale pouze v případě, že onen předmět je chráněn i minimálně zákonem pod nějž lze porušení subsumovat. Zde se přibližují k názoru I. Pelikánové<sup>106</sup>. Nicméně P. Hajn v komentáři k § 52 ObchZ<sup>107</sup> uvádí: „I když se v § 52 obch. zák. mluví o zájmech chráněných zákonem, musíme dané ustanovení vztahovat i na obecně závazné předpisy nižší právní síly“. Tedy názory se různí.

Při srovnání čl. 15 LCD a § 52 ObchZ lze konstatovat, že české ustanovení je výrazně užší, což pravděpodobně není jeho předností, neboť v praxi nebude asi příliš využíváno. Obdobně jako čl. 15 odst. 1 LCD je odpovědnost koncipována jako subjektivní, protože vždy musí být dán motiv jednání, jež zde nalézáme v poslední větě paragrafu: „..., aby tak získal pro sebe nebo pro jiného...“. Rozdílem je, že § 52 ObchZ je civilním deliktem ohrožovacím, tudíž k škodlivému následku nemusí dojít, jinak je tomu v případě čl. 15 odst. 1 LCD, který je deliktem porušovacím, a úplně odlišně konstruován je čl. 15 odst. 2 LCD, který je založen na pouhém porušení právních norem. Regulativ „podstatné výhody“ získané cestou neplnění zákonných norem obsažený v čl. 15 odst. 1 v ObchZ chybí, tudíž zde v podstatě přichází v úvahu jakékoliv porušení norem chránících životní prostředí či zdraví, ovšem vždy bude třeba trvat na podmínce „zkreslení hospodářské soutěže“. Jenže ono zkreslení hospodářské soutěže může být i poměrně drobné, takže bychom mohli shrnout, že český zákon je zde přísnější, neboť jeho jediný limit bude nutno spatřovat v generální klauzuli.

Osobně se domnívám, že formulace španělské úpravy je vhodnější, neboť rozlišuje mezi porušením zákonných předpisů obecně a porušením zvláštních soutěžních předpisů.

106 Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003 str. 578

107 Hajn, P., Soutěžněprávní ochrana zdraví a životního prostředí, Právní praxe v podnikání, 1994, P, 4

Porušení obecných zákonných předpisů váže na podmínku jisté závažnosti a zneužití této situace, zatímco v případě porušení speciálních soutěžních předpisů je přísnější a stíhá jakékoliv porušení jakýchkoli předpisů a odpovědnost je objektivní.

## 5. Procesní ustanovení

V této kapitole se budu věnovat procesním aspektům, které jsou určující co se efektivity ochrany týče. ObchZ i LCD shodně obsahují zvláštní ustanovení procesní povahy. V případě ObchZ jsou to § 53 a §54 ObchZ a v případě LCD jsou to články 16 – 24 LCD.

### 5.1. Žaloby

Oba zákony v úvodu procesních ustanovení upravují otázku aktivní legitimace k příslušným žalobám/právům, kterými legitimované subjekty disponují. LCD rozlišuje následující práva (žaloby)

1. žaloba na určení (v případě, že nekalosoutěžní jednání pokračuje);
2. žaloba na ukončení a zákaz pokračování nekalosoutěžního jednání (pokud nebylo ukončeno);
3. žalobu na odstranění následků;
4. žalobu na napravení klamavých, nepřesných či nepravdivých informací ;
5. žalobu na nápravu škody a újmy způsobené nekalosoutěžním jednáním, pokud byl prokázán úmysl či zavinění rušitele a jejíž součástí může být i zveřejnění rozsudku;
6. žalobu na vydání bezdůvodného obohacení.

ObchZ v § 53 podává následující taxativní výčet práv<sup>108</sup>:

---

108 Zřejmě je, že i přes zjevnou taxativnost § 53 ObchZ lze použít i jiná práva obsažená v OSŘ např. žalobu na určení (§ 80 OSŘ).

1. na zdržení;
2. na odstranění závadného stavu;
3. na přiměřené zadostiučinění;
4. na náhradu škody;
5. na vydání bezdůvodného obohacení.

Jednotlivé žaloby lze samozřejmě kombinovat. Hlavní rozdíl mezi zákony spatřuji, ve skutečnosti, že LCD výslovně upravuje žalobu na napravení klamavých, nepřesných či nepravdivých informací, v ČR ji lze přirovnat k žalobě na odstranění závadného stavu podle § 53 ObchZ. Ovšem největší praktický rozdíl lze spatřovat v tom, že LCD v souvislosti s žalobou na náhradu škody či jiné újmy vyžaduje zavinění ze strany rušitele. Jinak lze konstatovat, že mezi úpravami žalob nejsou zásadní rozdíly.

## **5.2. Aktivní a pasivní legitimace**

Podle LCD (čl. 19) je k žalobám aktivně legitimována jakákoliv osoba, jež je účastníkem hospodářské soutěže a jejíž ekonomické zájmy jsou ohroženy či poškozeny nekalosoutěžním jednáním. Takováto osoba je oprávněna ke všem žalobám vypočteným v čl. 18 LCD s výjimkou žaloby na vydání bezdůvodného obohacení. K této žalobě je oprávněn pouze subjekt, jehož výlučná práva byla nekalosoutěžním jednáním porušena (jako výlučná práva jsou typicky považována práva průmyslového a duševního vlastnictví). Žaloby, s výjimkou žalob na náhradu škody či jiné újmy a žaloby na vydání bezdůvodného obohacení, může podat i profesní sdružení zastupující zájmy soutěžitelů či sdružení v jejichž statutech bude uvedeno, že jsou zřízeny za účelem ochrany spotřebitelů. V případech těchto sdružení bude nutné, aby byl ohrožen či poškozen zájem subjektů, jež zastupují.

V ObchZ je situace poněkud komplikovanější. Obecně § 53 stanoví, že aktivně legitimováni ke všem žalobám jsou jakékoliv osoby, jejichž práva byla nekalou soutěží porušena či ohrožena. Zásadním rozdílem je, že LCD podmiňuje aktivní legitimaci k žalobám poškozením či ohrožením „ekonomických zájmů“, proto je tedy zřejmé, že poskytuje výrazně užší prostor pro uplatnění žalobních prostředků. ObchZ v § 54 dává

možnost právnickým osobám oprávněným hájit zájmy soutěžitelů či spotřebitelů uplatnit žalobu na zdržení nekalého jednání či odstranění závadného stavu. Zákodárce zde bohužel nespécifikoval, tak jak to udělal španělský, co se myslí oním „oprávněním“. Pravděpodobně půjde o obdobné subjekty, jak je tomu ve španělském případě, tedy sdružení, jehož stanovy budou obsahovat jako jeden z účelů své existence ochranu práv spotřebitelů či soutěžitelů.<sup>109</sup> ObchZ, obdobně jako LCD, omezuje těmto právnickým osobám možnost žalovat, a to pouze na zdržení nekalého jednání či odstranění závadného stavu, a LCD k nim přidává ještě možnost žalovat na napravení klamavých, nepřesných či nepravdivých informací či na určení nekalosti jednání. Tedy ani v jednom případě nemají možnost žalovat na náhradu škody či na vydání bezdůvodného obohacení. Problematické je, že ObchZ neumožňuje těmto právnickým osobám žalovat v případě porušení § 48-51 ObchZ. Zde vzniká problém ohledně možnosti žalovat rušitele za porušení § 50a ObchZ, a sice kvůli nedovolené srovnávací reklamě. Zde došlo k nedostatečné implementaci směrnice o klamavé a srovnávací reklamě (viz. čl.4 Směrnice). Nicméně se nabízí možnost žalovat z důvodu porušení jiného ustanovení, zejména generální klauzule či jiného speciálního ustanovení, jako například klamavé reklamy či klamavého označení zboží a služeb, a tím vlastně tento nedostatek obejít.<sup>110</sup>

ObchZ v § 54 odst. 2, v souladu se směrnicí o klamavé a srovnávací reklamě (č. 84/450/ES), poskytuje spotřebiteli výhodu přenosu důkazního břemene na rušitele. V případě, že žaluje na zdržení nekalé soutěže či odstranění závadného stavu vyvolaného naplněním skutkových podstat uvedených v § 44 – 47 a § 52, musí rušitel prokázat, že se nekalosoutěžního jednání nedopustil. Zde vyvstává otázka nesouladu se směrnicí o klamavé a srovnávací reklamě (č. 84/450/ES), neboť ta v čl.6 uvádí, že důkazním břemenem by měl být zatížen zadavatel reklamy (nebo-li rušitel). Tedy důkazní břemeno by měl nést rušitel i v případě porušení § 50a. Opět je ale možné tento nedostatek napravit žalováním z důvodu porušení např. generální klauzule.<sup>111</sup> V případech žalob na náhradu škody, přiměřeného zadostiučinění a na vydání bezdůvodného obohacení platí, že na rušitele přechází důkazní břemeno v rozsahu příčinné souvislosti, nicméně existenci nekalosoutěžního jednání musí prokázat spotřebitel. Výši způsobené škody, závažnost a

109 Obdobně Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003 str. 591

110 Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003 str. 591

111 Večerková Eva, Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži (PrFo. 2), ASPI: 26412 (LIT), 31.5.2005

rozsah jiné újmy, povahu a rozsah bezdůvodného obohacení však vždy prokazuje žalobce, a to i spotřebitel.

Na rozdíl od ObchZ, který pasivní legitimaci upravuje pouze v souvislosti s jednotlivými ustanoveními upravující skutkové podstaty nekalé soutěže, LCD obsahuje i obecnou úpravu pasivní legitimace. A sice v čl.20 LCD stanoví, že pasivně legitimován je ten subjekt, jež se dopustí, či nařídí nekalosoutěžní jednání, nebo která se jej spoluúčastní. Pakliže nekalosoutěžní jednání vykonali zaměstnanci nebo jiní pracovníci soutěžitele při výkonu svých funkcí či pracovních povinností, pak je, s výjimkou žalob na náhradu škody či jiné újmy a žalob na vydání bezdůvodného obohacení, pasivně legitimován jejich zaměstnavatel. Tyto dvě vyčleněné žaloby se budou řídit podle obecné úpravy španělského práva. Jak již bylo řečeno ObchZ pouze v § 53 říká, že pasivně legitimován je rušitel, tedy osoba, jež je odpovědná za porušení toho kterého ustanovení upravující nekalosoutěžní jednání.

### **5.3. Lhůty k uplatnění práva a předběžná opatření**

LCD stanoví, že právo je třeba uplatnit do 1 roku od okamžiku, kdy se oprávněný dozví, že došlo k nekalosoutěžnímu jednání a kdo jej spáchal. Objektivní lhůta podle LCD je 3 roky. Z tohoto pohledu se nejedná o zvlášť vhodnou úpravu, neboť jako praktičtější bych viděl, aby se práva řídila obecnými lhůtami španělského práva, jak je tomu v ČR.

ObchZ v ustanoveních věnujících se nekalé soutěži výslovně neupravuje otázku promlčecích lhůt, a tedy tato otázka se bude řídit obecnou úpravou civilního práva. Tak například pro nárok na náhradu škody je rozhodný čl.757 ObchZ, a tedy, bez ohledu na povahu oprávněného, že se bude řídit ObchZ (promlčení je upraveno v § 398 ObchZ). Jiná situace nastane v případě bezdůvodného obohacení, kdy se bude aplikovat ObčZ (obecná úprava je v §451 a násl. ObčZ a úprava promlčení je v § 107 ObčZ).

Na rozdíl od ObchZ LCD upravuje zvlášť předběžná opatření. Tedy stanovuje, že aktivně legitimovaný subjekt může ještě před podáním žaloby požádat soud o zajištění důkazu, jež je nezbytný pro následné vedení sporu. V českém právu je obdobné ustanovení obsaženo v OSŘ (§ 78).



## 6. Závěr

Jak vidno z předchozích kapitol, tak česká i španělská úprava práva na ochranu proti nekalé soutěži vykazují jisté nedokonalé či sporné znaky. Pokud bychom měli zhodnotit obecně českou úpravu, pak základní problém lze spatřovat ve formulacích jednotlivých zvláštních skutkových podstat. Ovšem jak bylo vícekrát zmíněno, tak tento problém lze snadno vyřešit aplikováním generální klauzule. Nicméně to je až nejzazší řešení a není důvod nedomnívat se, že by nebylo vhodné některé z nevyhovujících ustanovení přepracovat. Na druhou stranu jako kladný prvek českého ObchZ lze vidím ten fakt, že nekalá soutěž je jako taková upravena v jednom právním předpise, což významně ulehčuje jeho aplikaci.

V případě španělské úpravy nelze nezmínit problematické systematické právní uspořádání, v jehož důsledku jsou skutkové podstaty nekalosoutěžního jednání do jisté míry duplicitně upraveny ve dvou zákonech, jež nemají jasně vymezeny vzájemné vztahy. Otázka, zda je výhodné koncipovat nekalosoutěžní úpravu jako samostatný zákon nebo v rámci jiného, nemá jasné řešení, neboť ani jedna varianta nemá příliš výhod.

Obě úpravy v současnosti stojí před výzvou, která je na ně kladena novou evropskou legislativou věnující se nekalým obchodním praktikám. Je zřejmé, že existuje řada legislativně technických řešení, ale jako nejvhodnější považuji rozdělení legislativy proti nekalé soutěži na oblast práva spotřebitelského a práva obchodníků. Tedy upřednostňoval bych, aby v ObchZ byla úprava, jež by se vztahovala na ochranu soutěžitelů před nekalým jednáním jiných soutěžitelů a v zákoně na ochranu spotřebitele by byla umístěna ochrana před nekalým jednáním poškozujícím spotřebitele. Jiným vhodným přístupem by mohlo být vytvoření nového zákona, jež by splnil požadavky evropského práva, nicméně tato cesta má přes svou legislativně technickou jednoduchost praktických nedostatků asi nejvíce. Stávající úprava, kdy je nekalosoutěžní právo umístěno do ObchZ, tedy zákona upravující jednání obchodníků, je podle mého, zejména nutností zmíněné implementace, dále nevhodná.

Z pohledu španělské úpravy je třeba vyzvednout již přes deset let trvající nejasnost vztahu mezi LCD a LGP. Španělsko se nachází ve zcela jiné situaci než je tomu v případě České republiky, neboť nekalou soutěž upravuje zejména v LCD, tedy samostatným

zákoně. Z tohoto důvodu vidím jako nejjednodušší přepracovat stávající LCD přidáním úpravy nekalé soutěže prostřednictvím reklamy a zapracováním nové evropské legislativy.

Jisté je jen jedno, a to že v blízké budoucnosti obě úpravy doznají značných změn.

## 7. Bibliografie

Česká:

Petr Hajn, Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži, Brno: Masarykova univerzita, 2000

Petr Hajn, Soutěžněprávní ochrana zdraví a životního prostředí, Právní praxe v podnikání, 1994, P, 4

Petr Hajn, Právo nekalé soutěže, Masarykova univerzita. Brno 1994

Jindřiška Munková, Právo proti nekalé soutěži, C.H. Beck, 2001, c1996

Irena Pelikánová, Komentář k obchodnímu zákoníku, Praha, Linde, 2003

Večerková Eva, K současné právní úpravě srovnávací reklamy v nekalé soutěži, (PrFo. 2004, 3: 104), ASPI: 26437 (LIT), 30.8.2004

Večerková, Eva, Postavení soutěžitele a spotřebitele v nekalé soutěži (PrFo. 2), ASPI: 26412 (LIT), 31.5.2005

Polčák, Radim, Domény a právo proti nekalé soutěži (3) – Typové případy nekalosoutěžního jednání, 18.2.2003, <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=118490>

Smejkal Vladimír, Nekalá soutěž na internetu (Pra 2002 2: 11), ASPI: 26263 (LIT) 27.2.2002

Knap, Munková, Tomsa: Ochrana práv a zájmů podnikatelů v hospodářské soutěži, Montanex Ostrava, 1993

Knappová, Švestka a kol., Občanské právo hmotné svazek I., Aspi, 2002

Kulhánek, M., Generální klauzule proti nekalé soutěži, Obp. 98, 5: 19, ASPI: 7640 (LIT), 1.5.1998

M.Cepl, K pojmu outsourcingu a základním problémům jeho smluvní úpravy, BA. 98: 40, 29.9.1998, ASPI: 7760 (LIT)

Španělská:

Rodrigo Barcia Lehmann, Algunas consideraciones sobre la publicidad ilícita en España y Europa, Ius et Praxis, 1999, č.2, str. 3

(<http://derecho.usalca.cl/pgs/investigacion/iusetpraxis/5-2-99/barci299.pdf>)

Alberto Bercovitz Rodríguez, Cano, Apuntes de Derecho Mercantil, Arazandi 2000, str.

José Massaguer Fuentes, Comentario a la ley de competencia desleal, 1999, Ed.Civitas, Madrid

C.Madrenas y Boadas, Sobre la interpretación de las prohibiciones de publicidad engañosa y desleal, Editorial Civitas,SAMadrid,1990, str.116-120.

José Massaguer a Felipe Palau, El régimen jurídico de las prácticas comerciales en España, coc especial atención a los aspectos considerados en la comunicación de la Comisión de seguimiento del Libro Verde sobre la protección de los consumidores en la Unión Europea, Instituto Nacional de Consumo, Barcelona 2002,

(<http://www.consumo-inc.es/informes/interior/document/frame/PDF/DICTAMEN.pdf>)

López García, Mabel, La publicidad y el derecho a la información en el comercio electrónico, ( <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/mlg/324.htm>)

## 8. Seznam použitých zkratek

ObchZ	zák. č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů
ZPSN	zák. č. 111/1927 Sb. z. a n., proti nekalé soutěži, ve znění pozdějších předpisů
OSŘ	zák. č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád, ve znění pozdějších předpisů
ObčZ	zák. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů
OZ	španělský občanský zákoník
LCD	španělský zákon o nekalé soutěži
LDC	španělský zákon na ochranu hospodářské soutěže
LGP	španělský zákon o reklamě
LGPDCU	španělský zákon na ochranu spotřebitelů a uživatelů
PUÚ	Pařížská unijní úmluva o ochraně průmyslového vlastnictví z 20.3.1883