

Univerzita Karlova v Praze  
Právnická fakulta

Dana Dušková

# **Nekalá soutěž v prostředí internetu**

**Diplomová práce**

Vedoucí diplomové práce: JUDr. Vít Horáček, PhD.

Katedra obchodního práva

Datum vypracování práce (uzavření rukopisu): 6. listopadu 2015

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že předloženou diplomovou práci jsem vypracovala samostatně a že všechny použité zdroje byly řádně uvedeny. Dále prohlašuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 6. listopadu 2015

---

Dana Dušková

## **Poděkování**

Děkuji panu JUDr. Vítu Horáčkovi, Ph.D. za odborné vedení diplomové práce, a mým nejbližším za podporu po dobu studia.

## **Nekalá soutěž v prostředí internetu**

Unfair competition in the Internet environment

# Obsah

<b>Úvod</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Právní úprava nekalé soutěže na evropské úrovni</b> .....	<b>3</b>
1.1 Právo Evropské unie .....	4
<b>2. Právní úprava nekalé soutěže v českém právním řádu</b> .....	<b>6</b>
2.1 Generální klauzule .....	7
2.1.1 Jednání v hospodářském styku .....	9
2.1.2 Rozpor s dobrými mravy soutěže .....	10
2.1.3 Způsobilost přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům.....	11
2.2 Zákonné skutkové podstaty nekalé soutěže .....	12
2.3 Soudcovské skutkové podstaty nekalé soutěže.....	13
<b>3. Prostředí internetu a vymezení pojmů s ním souvisejících</b> .....	<b>16</b>
3.1 Internet .....	16
3.2 World Wide Web .....	16
3.3 IP adresa.....	17
3.4 DNS .....	18
3.5 Doménové jméno .....	18
3.5.1 Domény nejvyššího řádu .....	18
3.6 URL .....	20
3.7 Hyperlink .....	20
<b>4. Nekalá soutěž v prostředí internetu</b> .....	<b>21</b>
4.1 Linking.....	21
4.1.1 Aktivní linking .....	21
4.1.2 Pasivní linking .....	22
4.1.3 Linking z hlediska práva nekalé soutěže .....	23
4.1.4 Judikatura.....	25
4.2 Framing .....	27
4.2.1 Framing z hlediska práva nekalé soutěže .....	27
4.3 Inline linking .....	29
4.3.1 Inline linking z hlediska práva nekalé soutěže .....	29
4.3.2 Judikatura.....	29

4.4 Meta-tagging .....	32
4.4.1 Meta-tagging z hlediska práva nekalé soutěže .....	33
4.4.2 Judikatura.....	35
4.5 Prodej klíčových slov.....	40
4.5.1 Klíčová slova z hlediska práva nekalé soutěže .....	40
4.5.2 Judikatura.....	41
4.5.3 Reakce ze strany internetových vyhledávačů .....	43
4.6 Cybersquatting .....	45
4.6.1 Obecně .....	45
4.6.2 Cybersquatting a jeho formy.....	47
4.6.3 Cybersquatting z hlediska práva nekalé soutěže.....	51
4.6.4 Judikatura.....	54
<b>Závěr .....</b>	<b>58</b>
<b>Seznam zkratk .....</b>	<b>60</b>
<b>Seznam citované a použité literatury a dalších zdrojů.....</b>	<b>62</b>
Právní předpisy České republiky .....	62
Mezinárodní smlouvy .....	62
Právní předpisy Evropské unie, zahraniční a historické právní předpisy .....	62
Monografie.....	63
Odborné články.....	64
Internetové zdroje .....	64
Judikatura soudů České republiky .....	67
Judikatura zahraniční soudů.....	68
<b>Abstrakt.....</b>	<b>70</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>71</b>
<b>Název práce a klíčová slova.....</b>	<b>72</b>
Název práce v českém jazyce .....	72
Název práce v anglickém jazyce.....	72
Klíčová slova .....	72
Key-words.....	72

# Úvod

Internet bývá často označován jako fenomén naší doby a ať už ho my sami za fenomén považujeme, nebo ne, každý den do našich životů zasahuje významným způsobem. Přestože se lze jeho používání do jisté míry vyhybat a užívat tradiční metody komunikace či získávání informací, takové počínání by v současnosti bylo spíše handicapem. Vedle ryze novodobého pojmu jménem internet stojí nekalá soutěž, která v různých podobách existuje již od nepaměti. A jelikož lidská vynalézavost je nekonečná, již od počátku komerčního užívání internetu se začaly vyvíjet rafinované nekalosoutěžní praktiky s ním nerozlučně spojené.

Internetové nekalosoutěžní praktiky mají proti těm tradičním řadu „předností“. Obyčejní uživatelé internetu často nejsou schopni tyto praktiky rozpoznat a obecné podvědomí o nich též není dostatečně široké. Naopak jejich realizace zpravidla nevyžaduje horentní náklady.

Cílem mé práce je analýza internetových nekalých praktik, které jsou aktuální pro společnost 21. století, a studie situací, ve kterých jsou tyto praktiky způsobilé naplnit generální klauzuli nekalé soutěže. V neposlední řadě se též ve své práci budu zabývat judikaturou, která s touto problematikou souvisí, a to jak zahraniční, tak českou.

Zcela záměrně jsem se vyhnula popisu nekalých praktik, které spočívají v pouhém umístění textu, obrázku či souboru „na internet“ a jež se prakticky neliší od nekalých metod využívaných mimo internet, avšak jinými prostředky, jako jsou billboardy či reklama v novinách. Zaměřila jsem se proto výhradně na nekalé praktiky, které vyžadují použití „nástrojů internetu“ a jež nelze realizovat mimo toto značně specifické prostředí. Z těchto praktik jsem do mé práce zařadila ty, které poskytují reprezentativní vzorek internetových nekalosoutěžních jednání a které mají dle mého názoru v dnešní době stále poměrně vysoký nekalosoutěžní potenciál. Stranou jsou též ponechány procesněprávní souvislosti spojené s ochranou proti nekalé soutěži. Tuto cestu jsem volila s ohledem na vyžadovaný rozsah diplomové práce a též snahu o vyhnutí se přílišné popisnosti práce.

Diplomová práce je zpracována zejména metodou deskriptivní a analytickou, k čemuž vybízí její téma a cíl, který jsem si výše vytyčila. Okrajově jsem užila též metodu komparativní.

První dvě kapitoly této práce se zaměřují na obecný úvod do práva nekalé soutěže, a to z hlediska evropské a vnitrostátní právní úpravy. Obsahují mimo jiné stručný vhled do úpravy nekalé soutěže v rámci práva Evropské unie, dále pak podrobnější rozbor české úpravy v zákoně č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „Občanský zákoník“ či „ObčZ“) s několika odkazy a komparacemi vzhledem k předchozí právní úpravě obsažené v zákoně č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Obchodní zákoník“ či „ObchZ“).

Na to navazuje třetí kapitola, která se zaměřuje na vybrané pojmy, se kterými se lze v prostředí internetu setkat. Pro zařazení této kapitoly jsem se rozhodla s ohledem na skutečnost, že přesný význam těchto pojmů není jak mezi širokou veřejností, tak v právnické obci často znám, případně bývají tyto pojmy chybně interpretovány.

Čtvrtá kapitola mé práce již podrobně rozebírá vybrané internetové nekalosoutěžní praktiky, a to konkrétně linking, framing, inline linking, meta-tagging, prodej klíčových slov a cybersquatting. V oddíle věnovaném každé z nich je předmětná praktika podrobně vysvětlena, a to včetně principu jejího fungování. Na to navazuje posouzení dané praktiky optikou práva nekalé soutěže a rozbor související judikatury. Vzhledem k tomu, že dle veřejně dostupných zdrojů nebyly některé ze zmiňovaných praktik před českými soudy doposud řešeny, nezbývalo mi než se u nich zaměřit pouze na judikaturu zahraniční. Naopak v případech, kdy česká judikatura existuje, jsem se primárně snažila provést její rozbor.

Závěr diplomové práce je věnovaný krátkému shrnutí, jakož i zamyšlení nad stávající právní úpravou nekalé soutěže a její funkčností z hlediska specifického prostředí internetu.



# 1. Právní úprava nekalé soutěže na evropské úrovni

Kořeny evropské úpravy práva proti nekalé soutěži lze nalézt v právu mezinárodním, a to konkrétně v Pařížské úmluvě na ochranu průmyslového vlastnictví.<sup>1</sup>

Článek 10 bis Pařížské úmluvy, který se právu proti nekalé soutěži primárně věnuje, byl do Pařížské úmluvy včleněn při její revizi v roce 1900 a při dalších jejích změnách byl upřesněn a doplněn článkem 10 ter.<sup>2</sup> Předmětný článek 10 bis Pařížské úmluvy tvoří tři odstavce. V prvním z nich se signatářské státy zavazují zajistit účinnou ochranu proti nekalé soutěži. Druhý odstavec obsahuje generální klauzuli nekalé soutěže, přičemž nekalou soutěž definuje jako „*každou soutěžní činnost, která odporuje poctivým zvyklostem v průmyslu nebo v obchodě*“. Třetí odstavec následně demonstrativně vyjmenovává tři způsoby jednání, které musí být zakázány vždy,<sup>3</sup> ty lze označit za zvláštní skutkové podstaty.<sup>4</sup> Článek 10 ter Pařížské úmluvy následně zakotvil povinnost signatářských států zajistit též prostředky k potlačení nekalosoutěžního jednání příslušníkům ostatních signatářských států Pařížské úmluvy.

Pařížské úmluvě nelze upřít významný vliv na podobu práva proti nekalé soutěži jejích signatářských států. Ty se ratifikací Pařížské úmluvy zavázaly k zajištění určitého stupně ochrany proti nekalosoutěžnímu jednání, což bylo doprovázeno přijetím vnitrostátních předpisů upravujících právo proti nekalé soutěži.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Pařížská úmluva byla uzavřena dne 20. března 1883, revidovaná byla následně v Bruselu dne 14. prosince 1900, ve Washingtonu dne 2. června 1911, v Haagu dne 6. listopadu 1925, v Londýně dne 2. června 1934, v Lisabonu dne 31. října 1958 a ve Stockholmu dne 14. července 1967 a změněná dne 2. října 1979 (dále jen „Pařížská úmluva“).

<sup>2</sup> ELIÁŠ, Karel; BEJČEK, Josef; HAJN, Petr; JEŽEK, Jiří et al. *Kurs obchodního práva. Obecná část. Soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 289. ISBN 978-80-7179-583-4.

<sup>3</sup> Konkrétně se dle Pařížské úmluvy jedná o:

„1. jakékoliv činy, které by mohly jakkoli způsobit záměnu s podnikem, výrobky nebo s průmyslovou nebo obchodní činností soutěžitele;

2. falešné údaje při provozování obchodu, které by mohly poškodit dobrou pověst podniku, výrobků nebo průmyslové nebo obchodní činnosti soutěžitele;

3. údaje nebo tvrzení, jejichž užívání při provozu obchodu by bylo s to uvádět veřejnost v omyl o vlastnosti, způsobu výroby, charakteristice, způsobilosti k použití nebo o množství zboží.“

<sup>4</sup> Tyto skutkové podstaty se blíží některým zákonným skutkovým podstatám upraveným v Občanském zákoníku, a to konkrétně skutkové podstatě klamavá reklama dle § 2977 ObčZ, klamavé označení zboží nebo služeb dle § 2978 ObčZ a parazitování na pověsti dle § 2982 ObčZ.

<sup>5</sup> ELIÁŠ, Karel; BEJČEK, Josef; HAJN, Petr; JEŽEK, Jiří et al. *Kurs obchodního práva. Obecná část. Soutěžní právo*, s. 289.

## 1.1 Právo Evropské unie

Co se týče právní úpravy nekalé soutěže na úrovni Evropské unie, komplexní úpravu zde nenalezneme.

Primární právo přímou úpravu práva proti nekalé soutěži postrádá úplně. Přesto v něm lze nalézt ustanovení, která se problematiky nekalé soutěže dotýkají. Jedná se zejména o články 34 až 36 Smlouvy o fungování Evropské unie.<sup>6</sup> První dva z nich zakazují jakákoliv množstevní omezení dovozu a vývozu zboží, jakož i veškerá opatření s rovnocenným účinkem mezi členskými státy Evropské unie. Článek 36 Smlouvy o fungování EU pak připouští některé výjimky z výše uvedených zákazů, které jsou odůvodněné ochranou některých významných hodnot jako je veřejná mravnost a pořádek či ochrana zdraví a života lidí a zvířat. Dle odborné literatury však lze mezi tyto významné hodnoty zařadit i potřebu potírat nekalou soutěž.<sup>7</sup>

Sekundární právo rozděluje právo nekalé soutěže do dvou hlavních větví. První z nich je zastoupena směrnicí 2006/114/ES<sup>8</sup> a věnuje se regulaci soutěžních vztahů mezi obchodníky.<sup>9</sup> Druhá větev se proti tomu zabývá vztahy mezi spotřebiteli a obchodníky, přičemž její právní úpravu nalezneme ve směrnici 2005/29/ES.<sup>10</sup> Obě větve ovšem mají společný základ, a to směrnici 84/450/EHS,<sup>11</sup> která se primárně věnovala úpravě klamavé reklamy.<sup>12</sup>

---

<sup>6</sup> Smlouva o fungování Evropské unie, jejíž konsolidované znění bylo vyhlášeno oznámením č. 2010/C 83/01 v Úředním věstníku Evropské unie C83, svazek 53, ze dne 30. března 2010 (dále jen „Smlouva o fungování EU“).

<sup>7</sup> Srov. ELIÁŠ, Karel; BEJČEK, Josef; HAJN, Petr; JEŽEK, Jiří et al. *Kurs obchodního práva. Obecná část. Soutěžní právo*, s. 343.

<sup>8</sup> Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2009 o klamavé a srovnávací reklamě v kodifikovaném znění (dále jen „Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě“).

<sup>9</sup> Obchodník je v čl. 2 písm. d) Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě definován jako „fyzická nebo právnická osoba, jež jedná za účelem, který lze považovat za provozování jejího obchodu, živnosti nebo řemesla anebo výkonu jejího svobodného povolání, a kdokoli, kdo jedná jménem obchodníka nebo v jeho zastoupení“.

<sup>10</sup> Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (dále jen „Směrnice o nekalých obchodních praktikách“).

<sup>11</sup> Směrnice Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy (dále jen „Směrnice o klamavé reklamě“).

<sup>12</sup> Směrnice o klamavé reklamě byla následně dvakrát rozsáhle novelizována. Poprvé tomu bylo směrnicí Evropského parlamentu a Rady 97/55/ES ze dne 6. října 1997, kterou se mění směrnice 84/450/EHS o klamavé reklamě, a to tak, aby též zahrnovala úpravu srovnávací reklamy. Podruhé byla novelizována Směrnicí o nekalých obchodních praktikách, kdy byla omezena působnost jejích vybraných ustanovení. Vzhledem k tomu, že se následkem těchto novelizací stala Směrnice o klamavé reklamě značně nepřehlednou, byla kodifikována Směrnicí o klamavé a srovnávací reklamě.

Lze tedy říci, že je v současné době evropské právo nekalé soutěže rozděleno do dvou oblastí. První z nich je právo na ochranu obchodníků proti nekalým soutěžním praktikám (tyto vztahy mezi obchodníky bývají též označovány jako business-to-business relations, zkráceně též B2B). Druhá oblast se vedle toho zabývá právem na ochranu spotřebitelů proti nekalým obchodním praktikám ze strany obchodníků (vztahy mezi obchodníky a spotřebiteli bývají též označovány jako business-to-consumers relations či zkráceně B2C).

## 2. Právní úprava nekalé soutěže v českém právním řádu

Obecná právní úprava hospodářské soutěže, zahrnující v sobě též regulaci nekalé soutěže, se až do konce roku 2013 nacházela v Obchodním zákoníku, a to konkrétně v ustanovení § 41 až 45. Avšak v souvislosti s rekodifikací soukromého práva, která byla završena 1. ledna 2014, došlo ke zrušení Obchodního zákoníku a celé řady dalších soukromoprávních předpisů, a právní úprava nekalé soutěže byla přesunuta do Občanského zákoníku. Důvodová zpráva k Občanskému zákoníku tento krok vysvětluje následovně: *„Návrh ustanovení o hospodářské soutěži je do osnovy zahrnut především proto, že hospodářská soutěž není omezena jen na podnikatele, nýbrž i na jiné soutěžitele a její úprava zasahuje i soukromá práva a povinnosti dalších osob (např. tzv. osob pomocných). Další podstatný důvod této systematické změny je v tom, že i za situace, kdy je právo hospodářské soutěže upraveno zvláštním zákonem (zák. č. 143/2001 Sb.), neobsahuje tato úprava soukromoprávní ustanovení, která je tudíž potřebné zařadit do občanského zákoníku.“*<sup>13</sup>

V Občanském zákoníku je právní úprava nekalé soutěže zakotvena v části čtvrté („Relativní majetková práva“), hlavě III („Závazky z deliktů“), dílu 2 („Zneužití a omezení soutěže“), jenž se dělí na oddíl 1 („Obecná ustanovení“) a oddíl 2 („Nekalá soutěž“). Jelikož je nekalá soutěž považována za zvláštní typ mimosmluvních deliktů, jeví se začlenění její právní úpravy v Občanském zákoníku jako přílehavější, než jak tomu bylo v Obchodním zákoníku, kde se příslušná ustanovení nacházela v části první s názvem „Obecná ustanovení“.<sup>14</sup>

Co do obsahu právní úpravy nekalé soutěže v Občanském zákoníku však z velké míry došlo k převzetí její regulace z Obchodního zákoníku, přičemž změny jsou pouze dílčího rázu.

---

<sup>13</sup> ELIÁŠ, Karel et al. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. Ostrava: Sagit, 2012, s. 1049. ISBN 978-80-7208-922-2.

<sup>14</sup> Srov. ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž podle nového občanského zákoníku. *Obchodněprávní revue*. 2013, roč. 5, č. 7 - 8, s. 208. ISSN 1803-6554.

## 2.1 Generální klauzule

Vzhledem k dynamickému rozvoji hospodářské soutěže a neustále se vyvíjejícím metodám soutěžního boje je nezbytné, aby právní úprava nekalé soutěže byla schopna na takové změny pružně reagovat. Zejména musí soutěžitelům a zákazníkům zajistit účinnou a komplexní ochranu před nekalou soutěží, a pokud možno pokrýt všechna možná nekalosoutěžní jednání. To se projevuje především v oblasti nekalých praktik na internetu, který je v současnosti pravděpodobně nejdynamičtější „prostředím“.

Smíšená metoda, tedy kombinace generální klauzule nekalé soutěže a tzv. zvláštních (zákonných) skutkových podstat, požadovanou úlohu osvědčeně plní již řadu let. Tato koncepce právní úpravy nekalé soutěže byla obsažena již v zákoně č. 111/1927 Sb. z. a n., proti nekalé soutěži (dále jen „Zákon proti nekalé soutěži“), a Obchodní zákoník a Občanský zákoník ji pouze s drobnými formulačními změnami převzal.

Na první pohled nejvíce viditelným rozdílem mezi úpravou generální klauzule nekalé soutěže obsaženou v Zákoně proti nekalé soutěži a Občanském zákoníku, a to proti její úpravě v Obchodním zákoníku, je její odlišné legislativně-technické pojetí. Zatímco Obchodní zákoník obsahoval metodu popisnou („*Nekalou soutěží je...*“), ObčZ se vrací k pojetí nekalé soutěže jakožto tzv. civilního deliktu („*Kdo se dostane...*“), které bylo užito již ve zmíněném Zákoně proti nekalé soutěži. Přestože danou změnu nelze považovat za nijak revoluční, současné pojetí bezesporu lépe vystihuje podstatu samotné nekalé soutěže.<sup>15</sup> S tím souvisí i fakt, že nekalá soutěž je deliktem objektivní povahy, není tedy vyžadováno zavinění, a to bez ohledu na to, že k naplnění některých zákoných skutkových podstat je zavinění nezbytné.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, s. 208.

<sup>16</sup> Srov. např. rozsudek Nejvyššího soudu České republiky ze dne 14. března 2006, sp. zn. 32 Odo 1230/2005. In: ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže*. Praha: Wolters Kluwer ČR, a.s., 2011, s. 24 - 25. ISBN 978-80-7357-670-7. V tomto rozsudku zmíněný soud uvedl následující: „*Obchodní zákoník v příslušných ustanoveních, upravujících nekalou soutěž (§ 44 a násl. obch. zák.), která stanovují, co je jednáním v nekalé soutěži, volní složku projevu vůle (zavinění úmyslné či nedbalostní, zakládající možnost vyvinění - exkulpace), neřeší, ale právě naopak odpovědnost rušitele zakládá na objektivním principu.*“ V této souvislosti je však nutné zmínit, že se Občanský zákoník od objektivního principu nově odkloňuje ve vztahu k nároku na náhradu škody a přiznání přiměřeného zadostiučinění, které jsou nyní vázány na zavinění rušitele. Srov. ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 268 - 269. ISBN 978-80-7400-522-0.

Generální klauzule nekalé soutěže je v § 2976 odst. 1 Občanského zákoníku upravena následovně: „*Kdo se dostane v hospodářském styku do rozporu s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům, dopustí se nekalé soutěže. Nekalá soutěž se zakazuje.*“ Z toho ustanovení tedy vyplývají tři podmínky, které musí být kumulativně splněny, aby bylo jednání možno označit jako nekalosoutěžní. Konkrétně se jedná o:

1. jednání v hospodářském styku,
2. rozpor s dobrými mravy soutěže,
3. způsobilost přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům.

V této souvislosti nesmí být opomenuta poslední věta ustanovení § 2976 odst. 1 ObčZ, tedy „*Nekalá soutěž se zakazuje.*“ Ta je nezbytnou součástí generální klauzule nekalé soutěže, protože bez ní by nebylo možné uplatnit ochranu proti nekalé soutěži, která je upravena v § 2988 a 2989 ObčZ.<sup>17</sup>

Funkce generální klauzule nekalé soutěže je dvojitá, a to omezující a rozšiřující.<sup>18</sup> Omezující funkce se zakládá na skutečnosti, že aby bylo možné kvalifikovat určité jednání jako nekalosoutěžní podle některé ze zákonných skutkových podstat, je vyžadováno, aby takové jednání též splňovalo všechny podmínky generální klauzule nekalé soutěže. Naopak rozšiřující funkce umožňuje, aby bylo za nekalou soutěž označeno jednání, které sice nespadá pod některou ze zákonných skutkových podstat, avšak samo o sobě splňuje podmínky generální klauzule nekalé soutěže. V této souvislosti se hovoří o tzv. nepojmenovaných nebo soudcovských skutkových podstatách nekalé soutěže.

---

<sup>17</sup> ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář*, s. 39 - 40.

<sup>18</sup> *Ibid.*, s. 38 - 39.

### 2.1.1 Jednání v hospodářském styku

Jednání uskutečněné, příp. uskutečňované v hospodářském styku je první z podmínek generální klauzule nekalé soutěže stanovené v Občanském zákoníku.

Právní úprava obsažená v ustanovení § 44 odst. 1 Obchodního zákoníku ve znění do 30. června 2010 stanovovala podmínku „jednání v hospodářské soutěži.“ S účinností od 1. července 2010 bylo toto ustanovení novelou Obchodního zákoníku<sup>19</sup> upraveno na „jednání v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku“, přičemž v této podobě zůstalo až do 31. prosince 2013.

Z výše uvedeného vyplývá, že do Občanského zákoníku nebyl přejet pojem „jednání v hospodářské soutěži“,<sup>20</sup> který je považován za pojem obsahově užší než pojem „jednání v hospodářském styku“, a je tedy jeho podmnožinou.<sup>21</sup> Lze tedy říci, že zákonodárce z právní úpravy odstranil pojem nadbytečný, jehož zachování by pro výklad generální klauzule nekalé soutěže nemělo žádný zásadní význam. Pojem „jednání v hospodářském styku“ je navíc k problematice nekalé soutěže obsahově přiléhavější a nepochybně je též snadněji prokazatelný.

V této souvislosti je nutné připomenout, že pojem „hospodářský styk“ je i nadále pojmem neurčitým, proto při jeho interpretaci soudem bude záležet na posouzení všech okolností.

---

<sup>19</sup> Zákon č. 152/2000 Sb., kterým se mění zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů, označovaný též jako tzv. katalogová novela.

<sup>20</sup> Tento pojem je v judikatuře vykládán značně široce, přičemž jeho obsah je odvozován od pojmu soutěžní vztah, jehož definici přineslo usnesení Nejvyššího soudu České republiky ze dne 18. ledna 2006, sp. zn. 32 Odo 1642/2005. In: ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže*, s. 56 - 57. Dle předmětného usnesení je soutěžní vztah „třeba vykládat v návaznosti na pojem soutěžitele z hlediska účelu ochrany proti nekalé soutěži velmi široce, kdy ve vztahu soutěžitelů nejsou jen přímí soutěžitelé, ale vůbec všechny subjekty, které působí v podobných, nebo navzájem substituovatelných oborech nebo hospodářských činnostech. Mimoto jako přímí soutěžitelé nevystupují vůči sobě navzájem jen ti, kteří působí ve shodném nebo příbuzném odvětví, ale také ti, kteří nabízejí výrobky či služby navzájem zaměnitelné. To znamená, že hospodářskými soutěžiteli jsou všichni, mezi nimiž na základě objektivní povahy jejich výrobků či služeb nebo na základě vlastní aktivity dojde na trhu k hospodářskému zájmovému střetu, přičemž jako soutěžitele lze chápat i ty subjekty, mezi nimiž pro nekalost počínání jednoho z nich vlastně nikdy nedojde k přímému konkurenčnímu střetu“.

<sup>21</sup> Srov. např. ŠTENGLOVÁ, Ivana; PLÍVA, Stanislav; TOMSA, Miloš et al. *Obchodní zákoník. Komentář*. 13. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. s. 172. ISBN 978-80-7400-354-7. Dále též HAJN, Petr. Zjevné i méně zřejmé změny v českém právu proti nekalé soutěži. *Obchodněprávní revue*. 2011, roč. 3, č. 7, s. 193 - 196. ISSN 1803-6554.

Naplnění podmínky generální klauzule spočívající v jednání v hospodářské soutěži, a to specificky v prostředí internetu, se v minulosti zabýval Městský soud v Praze. Ten došel k závěru, že podnikatelé jsou v rámci internetu soutěžiteli v hospodářské soutěži bez ohledu na to, zda nabízejí zboží či služby ve stejných či zaměnitelných hospodářských oblastech. Setkávají se totiž v prostoru internetu, kde mezi nimi vzniká nepřímý soutěžní vztah.<sup>22</sup>

Soudy i právní teorie se již dlouhou dobu přiklánějí k existenci tzv. ad hoc soutěžního vztahu. To znamená, že pro naplnění první podmínky generální klauzule nekalé soutěže se nevyžaduje dlouhodobější hospodářský styk mezi dvěma subjekty, nýbrž postačí být i jediný úkon učiněný v záměru získat pro sebe nebo pro jiného určitou soutěžní výhodu či jiný prospěch.<sup>23</sup> Z rozhodovací praxe Nejvyššího soudu České republiky<sup>24</sup> navíc vyplývá, že subjekt jednající v hospodářské soutěži, resp. v hospodářském styku, nemusí být nutně podnikatel, ale může jím být každý, kdo jednal se soutěžním záměrem.

### 2.1.2 Rozpor s dobrými mravy soutěže

Druhou z podmínek generální klauzule nekalé soutěže je rozpor daného jednání s dobrými mravy soutěže. Tato podmínka je tradiční částí generální klauzule nekalé soutěže a v totožné podobě byla obsažena již v Zákoně proti nekalé soutěži i v Obchodním zákoníku, nadále je tak možné čerpat ze související judikatury a odborné literatury.

Zákonodárce v tomto případě požaduje důrazné odlišení rozporu jednání s dobrými mravy soutěže od obecného rozporu s dobrými mravy. Důvodem je samotný

---

<sup>22</sup> Rozhodnutí Městského soudu v Praze ze dne 12. dubna 2001, sp. zn. Nc 1072/2001. In: Rozhodnutí Městského soudu v Praze ("www.paegas.cz") ze dne 12.4. 2001 sp.zn. Nc 1072/2001-7. *IT právo*. [online]. 21. 6. 2002 [cit. 2015-10-03]. Dostupné z: [http://www.itpravo.cz/index.shtml?AA\\_SL\\_Session=f6cc908547cee315645c9d6d2993555e&sh\\_itm=ce905f5a5c5e3dfae65e516298678229&all\\_ids=1#disc](http://www.itpravo.cz/index.shtml?AA_SL_Session=f6cc908547cee315645c9d6d2993555e&sh_itm=ce905f5a5c5e3dfae65e516298678229&all_ids=1#disc).

<sup>23</sup> Srov. HAJN, Petr. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. Brno: Masarykova univerzita, 2000. s. 119. ISBN 80-210-2282-5. Dále též HORÁČEK, Roman; MACEK, Jiří; BISKUPOVÁ, Eva. *Sbírka správních a soudních rozhodnutí ve věcech průmyslového vlastnictví. II. díl*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 136 - 141. ISBN 978-80-7400-375-2.

<sup>24</sup> Srov. rozsudek Nejvyššího soudu České republiky ze dne 23. října 2003, sp. zn. 29 Odo 106/2001. In: ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže*, s. 55 - 56.



charakter hospodářské soutěže, který předpokládá a akceptuje určitou míru agresivity soutěžních jednání.<sup>25</sup>

Samotný pojem „dobré mravy soutěže“ není zákonem definovaný, což opět dává široký prostor rozhodovací praxi soudů.<sup>26</sup> Posouzení rozporu určitého jednání s dobrými mravy je otázkou právní, nikoli skutkovou. Záleží tedy na rozhodnutí soudu, jak bude konkrétní jednání kvalifikovat, a to samozřejmě s ohledem na okolnosti daného případu.<sup>27</sup> Avšak na jednání, které je v rozporu se zákonem či jiným právním předpisem, je nutné vždy hledět jako na jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže, a to s ohledem na zásadu ignorantia legis non excusat.<sup>28</sup>

### 2.1.3 Způsobilost přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům

Posledním podmínkou pro naplnění generální klauzule nekalé soutěže je způsobilost přivodit daným jednáním újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům. Z této formulace jednoznačně vyplývá, že nekalá soutěž je deliktem ohrožovacím. Pro naplnění této podmínky tak není vznik újmy nezbytný, postačí, když soutěžiteli nebo zákazníkovi vznik škody objektivně hrozí.<sup>29</sup>

Proti právní úpravě generální klauzule v Obchodním zákoníku byla v Občanském zákoníku vypuštěna část ustanovení týkající se způsobilosti přivodit újmu spotřebiteli.<sup>30</sup> Důvod je prostý, pojem spotřebitel je zahrnut již v pojmu zákazník,

---

<sup>25</sup> Srov. ELIÁŠ, Karel; BEJČEK, Josef; HAJN, Petr; JEŽEK, Jiří et al. *Kurs obchodního práva. Obecná část. Soutěžní právo*, s. 308.

<sup>26</sup> Srov. např. usnesení Nejvyššího soudu České republiky ze dne 15. února 2006, sp. zn. 32 Odo 189/2005. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015]. Nejvyšší soud České republiky v tomto usnesení vyložil pojem dobré mravy následovně: „S ohledem na doposud publikovanou judikaturu lze dovodit, že dobré mravy netvoří uzavřený normativní systém. Jsou spíše měřítkem etického hodnocení konkrétních situací a jejich souladu s obecně uznávanými pravidly slušného a poctivého jednání. Proto rozpor jednání s dobrými mravy je třeba posuzovat v každém případě individuálně s přihlédnutím ke konkrétním okolnostem jednání účastníků v příslušném období a jejich tehdejšímu postavení, a to i co do podmínky časového vymezení trvání takového jednání.“

<sup>27</sup> Srov. rozsudek Nejvyššího soudu České republiky ze dne 29. dubna 2008, sp. zn. 32 Cdo 139/2008. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].

<sup>28</sup> Srov. ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář*, s. 45.

<sup>29</sup> Srov. např. ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář*, s. 45, dále pak usnesení Nejvyššího soudu České republiky ze dne 18. ledna 2006, sp. zn. 32 Odo 1642/2005. In: ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže*, s. 73.

<sup>30</sup> Ustanovení § 44 odst. 1 ObchZ znělo: „Nekalou soutěží je jednání v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům, spotřebitelům nebo dalším zákazníkům. Nekalá soutěž se zakazuje.“

který je obsahově širší.<sup>31</sup> Jakožto zákazník tak může vystupovat i již zmíněný spotřebitel, který je v § 419 ObčZ definován jako „každý člověk, který mimo rámec své podnikatelské činnosti nebo mimo rámec samostatného výkonu svého povolání uzavírá smlouvu s podnikatelem nebo s ním jinak jedná“. Zákazníkem však může být i právnická osoba, která nepodniká, nebo právnická či fyzická osoba podnikající, a to v případě, že se v hospodářském styku dostane do postavení slabší strany.<sup>32</sup> Důvodová zpráva k Občanskému zákoníku uvádí, že k takové situaci typicky dochází v situaci, kdy smlouvu uzavírá právnická osoba či podnikatel, nacházející se v pozici neprofesionála, a to s osobou, která v daném odvětví profesionálem je.<sup>33</sup> Samotný pojem zákazník není v Občanském zákoníku definován, jeho výklad tedy bude záviset na uvážení soudu.<sup>34</sup>

Jako v případě první podmínky generální soutěže, tedy jednání v hospodářském styku, došlo k vyjmutí pojmu obsahově užšího (spotřebitel), který stál v Obchodním zákoníku vedle pojmu obsahově širšího (zákazník), a byl tedy již nadbytečným.

## **2.2 Zákonné skutkové podstaty nekalé soutěže**

Tzv. zákonné, někdy též označované jako zvláštní či pojmenované skutkové podstaty nekalé soutěže, doplňují generální klauzuli nekalé soutěže. Jejich výčet se nachází v § 2976 odst. 2 ObčZ, v ustanoveních § 2977 až 2987 ObčZ jsou pak jednotlivé zákonné skutkové podstaty blíže vymezeny. Jedná se o následující demonstrativní výčet nejčastějších případů nekalosoutěžního jednání:

1. klamavá reklama,
2. klamavé označování zboží a služeb,
3. vyvolání nebezpečí záměny,
4. parazitování na pověsti závodu, výrobku či služeb jiného soutěžitele,

---

<sup>31</sup> Tento názor je zastáván v odborné literatuře. Srov. např. ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář*, s. 47. Z dřívější doby též HAJN, Petr. Zjevné i méně zřejmé změny v českém právu proti nekalé soutěži. *Obchodněprávní revue*. 2011, roč. 3, č. 7, s. 193 - 194. ISSN 1803-6554.

<sup>32</sup> V § 433 odst. 2 ObčZ je stanovena vyvratitelná domněnka slabší smluvní strany: „*Má se za to, že slabší stranou je vždy osoba, která vůči podnikateli v hospodářském styku vystupuje mimo souvislost s vlastním podnikáním.*“

<sup>33</sup> ELIÁŠ, Karel et al. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*, s. 200 - 201.

<sup>34</sup> Srov. ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář*, s. 45 - 49.

5. podplácení,
6. zlehčování,
7. srovnávací reklama, pokud není dovolena jako přípustná,
8. porušení obchodního tajemství,
9. dotěrné obtěžování,
10. ohrožení zdraví a životního prostředí.

Aby bylo možné jednání podle některé z těchto deseti zákonných skutkových podstat označit jako nekalosoutěžní, je nutné, aby splňovalo též podmínky generální klauzule nekalé soutěže. Velmi časté jsou případy, kdy je jednání možné podřadit i pod více zákonných skutkových podstat nekalé soutěže.

### ***2.3 Soudcovské skutkové podstaty nekalé soutěže***

Tzv. soudcovské skutkové podstaty nekalé soutěže, někdy též označované jako nepojmenované skutkové podstaty, zahrnují poměrně širokou kategorii skutkových podstat. Pojem „soudcovské“ vychází z jejich původu, kterým je rozhodovací činnost soudů.<sup>35</sup> Vedle toho pojem „nepojmenované“ značí, že se jedná o skutkové podstaty, které nejsou výslovně upraveny a pojmenovány v příslušném zákoně.<sup>36</sup> Pro zařazení některé skutkové podstaty do této kategorie je však stejně jako v případě zákonných skutkových podstat nezbytné naplnit všechny podmínky generální klauzule nekalé soutěže.<sup>37</sup>

Z hlediska práva nekalé soutěže v prostředí internetu hrají soudcovské skutkové podstaty významnou roli, jelikož zákonodárce není schopen zavčas reagovat na všechny formy nekalosoutěžní agrese na internetu rozšiřováním výčtu skutkových podstat uvedených v § 2976 odst. 2 ObčZ. Takové jednání by však podle mého názoru nebylo ani žádoucí a pro praxi účelné. Zejména zakotvení velkého množství kazuistických skutkových podstat, které by našly uplatnění jen ve velmi omezeném okruhu případů, by bylo značně nepraktické. Vedle toho lze v rámci internetu spatřit do jisté míry formu

---

<sup>35</sup> V této souvislosti je nutné uvědomit si, že tímto pojmem jsou označovány též skutkové podstaty pouze doktrinální, které doposud nebyly judikovány. Označení „nepojmenované skutkové podstaty nekalé soutěže“ se proto jeví jako přiléhavější.

<sup>36</sup> V tomto případě tedy v ustanovení § 2976 odst. 2 ObčZ.

<sup>37</sup> Srov. ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář*, s. 54 - 55.

autoregulace,<sup>38</sup> kdy jsou některé problematické jevy vytěšňovány vhodnější optimalizací nástrojů, které jsou v rámci internetu využívány.

Kategorie soudcovských skutkových podstat je sama o sobě velmi široká, způsoby jejího dělení jsou tak poměrně rozmanité. Já si na tomto místě dovoluji uvést pouze jeden z nich, který považuji za nejvhodnější. Ten dělí soudcovské skutkové podstaty do následujících tří kategorií:

1. porušení norem veřejného nebo soukromého práva se soutěžním dopadem,
2. jednání nenaplňující znaky zákonných (pojmenovaných) skutkových podstat nekalé soutěže, ale těmto se blíží,
3. ostatní jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže.<sup>39</sup>

První z výše uvedených kategorií zahrnuje situace, kdy důsledkem porušení veřejnoprávní nebo soukromoprávní normy ze strany soutěžitele je získání určité soutěžní výhody. Existuje celá řada právních norem soukromoprávní i veřejnoprávní povahy, jejichž porušení s sebou může nést výše popsany následek.<sup>40</sup> V souvislosti s právem nekalé soutěže v prostředí internetu si však dovoluji vyzdvihnout zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. Tento zákon rozděluje nekalé obchodní praktiky na klamavé a agresivní. Vedle toho vymezuje kategorii vždy zakázaných nekalých obchodních praktik, jejichž souhrn je označován jako tzv. černá listina. Mezi klamavými obchodními praktikami zařazenými na černé listině lze například najít propagování výrobku způsobem, který u spotřebitele může vyvolat dojem, že byl vyroben určitým výrobcem, ačkoliv tomu tak není.

Druhá kategorie, jednání nenaplňující znaky zákonných (pojmenovaných) skutkových podstat nekalé soutěže, ale těmto se blíží, zahrnuje především praktiky podobné klamavé reklamě a klamavému označení zboží nebo služby, praktiky podobné dotěrnému obtěžování, praktiky podobné parazitování na pověsti či praktiky podobné vyvolání nebezpečí záměny. K těmto praktikám se v rámci nekalosoutěžního jednání na internetu řadí zejména různé formy zneužití doménových jmen.<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup> O tomto jevu se budu podrobněji zmiňovat v podkapitole 4.4 této práce, jakož i v oddílu 4.5.3.

<sup>39</sup> Srov. ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář*, s. 55 - 56.

<sup>40</sup> Jedná se například o zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů, či zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

<sup>41</sup> Případům zneužití doménových jmen se budu podrobně věnovat v podkapitole 4.6 této práce.

Třetí kategorie je zbytková, do které spadají jednání nezařaditelná do předchozích dvou skupin. V praxi se jedná například o tzv. guerilla marketing, ambush marketing či jiné formy agresivního marketingu.

### **3. Prostředí internetu a vymezení pojmů s ním souvisejících**

Přestože internet používají již více než tři miliardy obyvatel planety Země,<sup>42</sup> a to jak k práci, tak k zábavě, není většině z nich znám význam pojmů s prostředím internetu nerozlučně spojených, případně jsou tyto pojmy interpretovány nepřesně či neúplně. Z tohoto důvodu jsem se rozhodla na tomto místě zařadit kapitolu, která nejdůležitější pojmy alespoň rámcově vysvětluje, avšak zcela dostatečně pro potřeby této práce.

#### **3.1 Internet**

Internet je globální systém navzájem propojených počítačových sítí,<sup>43</sup> v rámci kterého jednotlivé sítě a počítače navzájem komunikují prostřednictvím rodiny protokolů TCP/IP.<sup>44</sup>

Internet bývá označován též jako „sítí sítí“, skládající se z milionů sítí charakteru veřejného i soukromého, akademického, obchodního nebo státního, místního či celosvětového.

V rámci internetu je poskytována široká škála služeb, přičemž mezi nejznámější z nich patří World Wide Web, který slouží k prohlížení webových stránek, elektronická pošta umožňující zaslání e-mailů nebo protokol FTP zajišťující přenos souborů.

#### **3.2 World Wide Web**

World Wide Web, známý pod zkratkou WWW a zkráceně též označovaný jako „web“, tvoří systém propojených hypertextových dokumentů, jež jsou přístupné v rámci internetu. Jednotlivé dokumenty, které jsou označovány jako webové stránky, si uživatelé internetu mohou prohlížet prostřednictvím internetových prohlížečů.

---

<sup>42</sup> Internet Users. *Internet Live Stats* [online]. 31. 5. 2015 [cit. 2015-05-31]. Dostupné z: <http://www.internetlivesstats.com/internet-users/>.

<sup>43</sup> HLAVENKA, Jiří et al. *Výkladový slovník výpočetní techniky a komunikací*. 3. vyd. Praha: Computer Press, 1997. s. 209. ISBN 80-7226-023-5.

<sup>44</sup> Jedná se o zkratku pojmů Transmission Control Protocol a Internet Protocol, tedy prvních síťových protokolů definovaných v rámci tohoto standardu.

Webové stránky mohou obsahovat text, obrázky, videa, jiný multimediální obsah, jakož i nástroje webové navigace, kterými jsou hyperlinky, o kterých se budu podrobněji zmiňovat v podkapitole 3.7 této práce.<sup>45</sup> Každá webová stránka je uložena na serveru nebo disku ve formě zdrojového kódu, který je psán v jazyce HTML.<sup>46</sup>

Webové stránky a jiný multimediální obsah, které jsou přiřazeny pod jednotné doménové jméno, se souhrnně nazývají jako website. V rámci každé website se nachází jedna webová stránka, označena jako homepage (česky domovská stránka), kterou uživatel internetu navštíví zpravidla jako první. Tato stránka je obvykle koncipována tak, aby upoutala pozornost internetových uživatelů. Slouží též jako jakýsi rozcestník s velkým množstvím odkazů na ostatní webové stránky dané website, což usnadňuje orientaci v jejím obsahu.

### **3.3 IP adresa**

IP adresa je numerický identifikátor každého zařízení, které je připojeno k síti internet.<sup>47</sup> V současné době je nejrozšířenější verze protokolu IPv4, která využívá 32bitové adresy. Ty se skládají ze čtyř množin čísel oddělených tečkami.<sup>48</sup> Vzhledem k rapidnímu růstu zařízení připojených k internetu se postupně přechází na protokol IPv6 umožňující připojení většího množství zařízení. Ten používá 128bitové adresy, které sestávají z osmi skupin čtyř hexadecimálních čísel oddělených od sebe dvojtečkami.<sup>49</sup> Za přidělování a správu IP adres jsou zodpovědné organizace IANA<sup>50</sup> a ICANN.<sup>51</sup>

---

<sup>45</sup> HLAVENKA, Jiří et al. *Výkladový slovník výpočetní techniky a komunikací*, s. 443.

<sup>46</sup> Celým názvem HyperText Markup Language. Jedná se o kódovaný jazyk, která se používá k tvorbě webových stránek.

<sup>47</sup> Označení IP nese podle již výše zmíněného pojmu Internet Protocol, který označuje jeden z druhů protokolů, prostřednictvím něhož mezi sebou počítače komunikují.

<sup>48</sup> Tato čísla mohou nabývat hodnot od 0 do 255, např. 86.30.43.126. Srov. SMEJKAL, Vladimír. *Internet a §§§*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: Tiskárny Havlíčkův Brod a.s., 2001. s. 97. ISBN 80-247-0058-1.

<sup>49</sup> Hexadecimální číslice jsou tvořeny čísly 0 až 9 a písmeny A až F (ta představují čísla 10 až 15). IP adresa verze 6 tedy může vypadat například takto: 2001:db8:0:1234:0:567:8:1.

<sup>50</sup> Celým názvem Internet Assigned Numbers Authority.

<sup>51</sup> Celým názvem Internet Corporation for Assigned Names and Numbers.

### 3.4 DNS

DNS neboli Domain Name System vznikl za účelem usnadnění orientace v rámci internetu. Tento systém umožňuje pro přístup k jednotlivým připojeným zařízením využívat místo IP adres slovní označení, tzv. doménová jména. Propojení doménového jména s příslušnou IP adresou pak zajišťují DNS servery, které identifikují faktickou IP adresu náležející k zadanému doménovému jménu.

### 3.5 Doménové jméno

Struktura doménových jmen spočívá na tzv. hierarchickém principu. To znamená, že každé doménové jméno obsahuje domény několika úrovní, které jsou od sebe odděleny tečkou.

Například doménové jméno prf.cuni.cz je tvořeno následujícími částmi. Koncovka „cz“ je doménou prvního, nejvyššího řádu. Doménou druhého řádu je v tomto případě „cuni“. Tu předchází doména třetího řádu, a to „prf“. Před ní by se mohly nacházet i další domény čtvrtého, pátého či jiného řádu.

#### 3.5.1 Domény nejvyššího řádu

Domény nejvyššího řádu, které jsou anglicky označovány jako Top Level Domains či zkráceně TLDs, lze rozdělit do několika skupin, a to:

1. generické domény nejvyššího řádu (anglicky generic Top Level Domains nebo gTLDs),
2. národní domény nejvyššího řádu (anglicky country code Top Level Domains nebo ccTLDs),
3. infrastrukturní domény nejvyššího řádu (anglicky infrastructure Top Level Domains).

**Generické domény nejvyššího řádu** jsou používány již od roku 1984. Jedná se o nejstarší skupinu domén nejvyššího řádu. Počet generických domén nejvyššího řádu se dlouhou dobu zastavil na čísle 22, avšak organizace ICANN v nedávné době zveřejnila záměr uvést v život přes 500 dalších gTLDs, a to již v příštích několika



letech.<sup>52</sup> Některé existující generické domény nejvyššího řádu jsou vyhrazeny konkrétním subjektům, jiné si může kdokoliv volně registrovat. Mezi nejstarší a nejnámější gTLDs patří zejména:

- gov - vyhrazena pouze pro vládu USA,
- edu - vyhrazena pro vzdělávací instituce USA,
- mil - vyhrazena pouze pro armádu USA,
- com - vyhrazena pro obchodní subjekty,
- org - původně vyhrazena pro subjekty nezapadající pod ostatní druhy generických TLDs, dnes volně dostupná,
- net - původně vyhrazena pro subjekty spravující síť, dnes volně dostupná.

**Národní domény nejvyššího řádu**, jak sám název vypovídá, jsou domény rezervované pro jednotlivé státy či závislá území.<sup>53</sup> Ty jsou přidělovány v souladu se standardem ISO 3166-1, který definuje dvoumístné kódy jednotlivých zemí.<sup>54</sup> Registraci doménových jmen v rámci jednotlivých ccTLDs zajišťují národní správci, kteří jsou oprávněni stanovit konkrétní podmínky pro registraci národní domény, jež se tak liší stát od státu. V České republice je národním správcem zájmové sdružení právnických osob CZ.NIC.<sup>55</sup>

V současné době jedinou **infrastrukturní doménou nejvyššího řádu** je arpa (zkratka Address and Routing Parameter Area), která umožňuje dohledat doménové jméno podle zadané IP adresy. Jelikož tato doména splnila svoji hlavní funkci při přechodu z počítačové síť ARPANET<sup>56</sup> na DNS, uvažovalo se dlouhá léta nad jejím zrušením. V roce 2000 však padlo definitivní rozhodnutí, dle kterého má být doména arpa zachována.

---

<sup>52</sup> 500+ New gTLDs Introduced into the Internet. *Icann.org*. [online]. 6. 2. 2015 [cit. 2015-05-31]. Dostupné z: <https://www.icann.org/news/announcement-2-2015-02-06-en>.

<sup>53</sup> Výjimkou je doména eu, která slouží nadnárodními celku, a to Evropské unii.

<sup>54</sup> Výjimkou je doména Velké Británie (uk), která by dle zmíněného standardu měla nést označení gb.

<sup>55</sup> SMEJKAL, Vladimír a kol. *Právo informačních a telekomunikačních systémů*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2001. s. 410 - 413. ISBN 80-7179-552-6.

<sup>56</sup> Jednalo se o předchůdce síť internet.

### 3.6 URL

Pojem URL neboli Uniform Resource Locator (česky jednotná adresa zdroje) označuje řetězec znaků s definovanou strukturou, který slouží k přesné specifikaci umístění dokumentu nebo jiného obsahu v dané síti, mimo jiné též na internetu. Pokud tedy mluvíme o internetové adrese, máme na mysli URL.<sup>57</sup>

Nedílnou součástí URL je označení protokolu (http://, https:// nebo další) a doménového jména. Ve většině případů však obsahuje též adresářovou cestu a jméno daného souboru nebo jiného obsahu.<sup>58</sup>

### 3.7 Hyperlink

Hyperlink, pro nějž se v poslední době vžilo kratší označení link (česky odkaz), označuje funkci, která po kliknutí kurzorem myši na určitý text nebo jiný internetový obsah přesměruje uživatele na jiný webový obsah. Text nebo obsah, který toto umožňuje, je zpravidla vizuálně odlišen (barevně, podtržením nebo rámečkem) a je označován jako tzv. hypertext a hypermédium.<sup>59</sup>

Nejčastěji bývají linky využívány v rámci WWW, kde umožňují snadný a rychlý přesun mezi jednotlivými webovými stránkami.<sup>60</sup>

---

<sup>57</sup> Někdy bývá jako internetová adresa chybně označováno doménové jméno, které je pouze její významnou součástí.

<sup>58</sup> Srov. HLAVENKA, Jiří et al. *Výkladový slovník výpočetní techniky a komunikací*, s. 421.

<sup>59</sup> *Ibid.*, s. 195 a 238.

<sup>60</sup> Hyperlink. *TechTerms.com: The Tech Terms Computer Dictionary*. [online]. [cit. 2015-07-15]. Dostupné z: <http://techterms.com/definition/hyperlink>.

## 4. Nekalá soutěž v prostředí internetu

### 4.1 Linking

Jak název této metody napovídá, linking spočívá v umístování linků neboli odkazů,<sup>61</sup> které směřují uživatele internetu z původní webové stránky na jiné stránky. Takové jednání samo o sobě je z hlediska práva nekalé soutěže zcela nezávadné, některé jeho agresivnější podoby však již mohou podmínky generální klauzule nekalé soutěže naplnit.

#### 4.1.1 Aktivní linking

Při použití metody aktivního linkingu je internetový uživatel automaticky přesměrován na jinou webovou stránku ihned po zadání doménového jména do příkazového řádku v internetovém prohlížeči. V takovém případě si uživatel často ani neuvědomí, že se nenachází (a vlastně ani nikdy nenacházel) na webové stránce, kterou si přál navštívit. Aktivní linking bývá soutěžiteli často využíván při registraci doménových jmen, která jsou shodná či nápadně podobná s obchodní firmou, ochrannou známkou či některým dalším chráněným označením<sup>62</sup> užívaným jiným soutěžitelem.<sup>63</sup>

Soutěžitelé se tak snaží zákazníky nasměrovat na své webové stránky, přičemž ti se mylně domnívají, že si prohlížejí webové stránky náležející konkurenci. Okamžitým přesměrováním jim však není umožněno, aby se v dané situaci dostatečně zorientovali.<sup>64</sup>

---

<sup>61</sup> O odkazech jsem se podrobněji zmiňovala v podkapitole 3.7 této práce.

<sup>62</sup> Pojmem „chráněné označení“ se pro účely této práce rozumí zejména obchodní firma, ochranná známka, zvláštní označení obchodního závodu, pobočky nebo odštěpného závodu a označení služeb či zboží.

<sup>63</sup> Tato forma linkingu úzce souvisí s cybersquattingem, kterému se podrobněji věnuji v podkapitole 4.6 této práce.

<sup>64</sup> Srov. POLČÁK, Radim. Nekalá soutěž na internetu - vymezení, typologie a příklady nekalosoutěžních praktik založených na nepřiměřeném lákání a parazitismu. *Obchodní právo: časopis pro obchodně právní praxi*. 2005, roč. 14, č. 5, s. 2 - 8. ISSN 1210-8278. Dostupné z: <http://is.muni.cz/el/1422/podzim2006/MVV793K/um/atrakce-internet.pdf>.

## 4.1.2 Pasivní linking

Pasivní linking, na rozdíl od linkingu aktivního, vyžaduje aktivitu samotného uživatele internetu, kdy soutěžitel umístí na své webové stránky odkaz a záleží pouze na uživateli, zda na tento odkaz klikne a nechá se přesměrovat na jiné webové stránky.

Při použití pasivního linkingu je významným hlediskem zejména to, zda odkaz směřuje na domovskou stránku dané website (označováno jako tzv. surface linking nebo clean linking) nebo na některou její jinou webovou stránku (označováno jako tzv. deep linking).<sup>65</sup> Zatímco surface linking umožňuje ve většině případů uživatelům jednoduše rozpoznat, že jsou přesměrováni na zcela jinou website, v případě deep linkingu to tak jednoznačné není. Především se může uživatel domnívat, že původní webová stránka a ta, na kterou je odkázán, jsou navzájem propojené, případně že náleží témuž soutěžiteli.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Srov. GURWIN, David A.; SUSSMAN, Andrew D. Linking and Framing: Unfair Competition on the Internet. In: *Buchanan Ingersoll Professional Corporation*. [online]. [cit. 2015-07-15]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20020330003449/http://www.bipc.com/articles-f-m/linking.htm>. Dále pak NEIL, James; MIDDLETON, Thomas. To link, or not to link? The legal risks of linking. In: *Internet Law Bulletin* [online]. 2010, roč. 7, č. 1, s. 3 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://www.claytonutz.com/publications/news/201404/01/to-link-or-not-to-link-the-legal-risks-of-linking-page>.

<sup>66</sup> Umístění odkazu směřujícího mimo domovskou stránku s sebou též může nést významné finanční ztráty. Jednou z variant, jak mohou vlastníci webových stránek generovat zisk, je totiž umístění reklamy. Ta je zpravidla zobrazována na homepage, která je nejvíce navštěvovanou webovou stránkou dané website. Vlastník webové stránky pak může být inzerenty odměňován několika způsoby. Mezi ty nejjednodušší a nejpoužívanější patří:

- „pay per view“ neboli platba za každé zobrazení reklamy,
- „cost per thousand“ neboli platba za každých 1000 zobrazení reklamy,
- „pay per click“ neboli platba za kliknutí na reklamu, nikoliv za každé zobrazení reklamy.

Ať bude v konkrétním případě zvolen kterýkoli z výše uvedených modelů, je zřejmé, že spolu se snížením počtu návštěv homepage dojde ke snížení počtu zobrazení reklamy, případně kliknutí na ní, tudíž i poklesu zisku vlastníka webové stránky.

### 4.1.3 Linking z hlediska práva nekalé soutěže

Z hlediska práva nekalé soutěže jsou významné především právní důsledky spojené s umístěním linku jako takového. V této souvislosti lze tedy hovořit o odpovědnosti za odkaz samotný.<sup>67</sup> Pro posouzení, zda je umístění linku nekalou soutěží nebo ne, je třeba zohlednit několik faktorů. Mezi ně patří zejména otázka, zda se jedná o linking pasivní nebo aktivní, jaký je obsah webové stránky, na které je link umístěn, jakož i obsah webové stránky, na kterou odkazuje, či způsob umístění linku v rámci webové stránky a text k němu se vztahující.

Jak jsem zmiňovala již výše, aktivní linking bývá nejčastěji zneužíván v souvislosti s registrací doménového jména, které je podobné či dokonce shodné s obchodní firmou, ochrannou známkou či některým dalším chráněným označením používaným jiným soutěžitelem. Pro posouzení, zda soutěžitel umístěním aktivního linku jednal nekalosoutěžně, tak bude podstatná zejména otázka, jaké doménové jméno odkazovalo na předmětnou webovou stránku, ze které byl uživatel automaticky přesměrován, a jestli má toto jméno jakoukoliv souvislosti s chráněným označením či činností jiného soutěžitele.

Kupříkladu ve chvíli, kdy dochází ke změně obchodní firmy, si lze vcelku snadno představit situaci, ve které soutěžitel přemístí veškerý internetový obsah na website přístupnou z doménového jména odpovídajícího nové obchodní firmě. Pro jistotu však umístí aktivní link na webovou stránku přístupnou pod doménovým jménem shodným s původním názvem obchodní firmy, čímž si zajistí, že se uživatelé internetu, kteří změnu obchodní firmy nezaznamenali, na jeho website pohodlně dostanou. Z výše uvedeného vyplývá, že soutěžitel nejednal v úmyslu poškozovat jiné soutěžitele, ani své postavení proti ostatním soutěžitelům jakkoli zvýhodňovat. K zcela opačnému závěru lze dojít za hypotetické situace, kdy by si soutěžitel provozují e-shop

---

<sup>67</sup> V odborné literatuře se lze setkat též s posouzením linkingu z hlediska obsahu webové stránky, na kterou link odkazuje, a s tím spojenou odpovědností za obsah, na který je odkazováno. O vzniku takové odpovědnosti lze uvažovat jen v případě, že link směřuje uživatele internetu na webovou stránku, jejíž obsah je cizí a porušuje práva třetích osob. Pokud by porušení práv třetích osob spočívalo v porušení autorských práv, případně by šlo označit za nekalosoutěžní, lze uvažovat též o odpovědnosti toho, kdo link odkazující na takový obsah na své webové stránky umístí, a to právě na základě ustanovení o nekalé soutěži v Občanském zákoníku. Srov. ČERMÁK, Jiří. Právní aspekty odkazů (hyperlinks) - část I: Úvod. In: *IT Právo* [online]. 25. 2. 2002. [cit. 2015-07-15]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=71655>, a ČERMÁK, Jiří. Právní aspekty odkazů (hyperlinks) - část II: Odpovědnost za odkazovaný cizí obsah. In: *IT Právo* [online]. 5. 6. 2002. [cit. 2015-07-15]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=92888>.

s elektronikou zaregistroval doménové jméno electroword.cz (tedy doménové jméno téměř shodné a snadno zaměnitelné s doménovým jménem electroworld.cz, které náleží jednomu z největších prodejců elektroniky v České republice), a k němu připojil aktivní link, který by uživatele internetu přesměroval na jeho website. Za takovým jednáním lze pozorovat zřejmý úmysl parazitovat na pověsti známého prodejce elektra a naplnění generální klauzule nekalé soutěže by bylo více než pravděpodobné.

Ani pasivní linking nelze označit za zcela nezávadný. Přestože je v tomto případě uživatel přesměrován na jiné webové stránky ze své vlastní vůle, může být při svém rozhodování významně ovlivněn obsahem webové stránky, na které se původně nacházel. V tomto případě je tedy třeba pečlivě posoudit i další faktory, jako je kontext a ostatní obsah webové stránky, v jakém je link umístěn, a případně též jeho souvislost s obsahem webové stránky, na kterou link odkazuje.

Jako nežádoucí se může například jevit asociace určitého soutěžitele a jeho website s webovými stránkami závadného obsahu.<sup>68</sup> Tato kategorie je poměrně široká a může se jednat jak o obsah explicitní, tak o obsah vrhající negativní světlo na daného soutěžitele v souvislosti s jeho hospodářskou nebo jinou činností (kupříkladu odkaz na webové stránky soutěžitele v článku pojednávajícím o dětské práci, špatných hygienických podmínkách v provozu, nepříznivých pracovních podmínkách etc.). V tomto případě by bylo možné uvažovat o naplnění zákonné skutkové podstaty nekalé soutěže, a to zlehčování dle § 2984 ObčZ.

Obdobným příkladem je vyvolání nežádoucí asociace s jiným soutěžitelem. Taková situace může nastat tehdy, kdy v daném odvětví méně úspěšný soutěžitel, začínající soutěžitel nebo soutěžitel poskytující zboží nebo služby horší kvality umístí na svoji website odkaz na webové stránky úspěšnějšího soutěžitele, zavedeného soutěžitele nebo soutěžitele poskytujícího zboží a služby vyšší kvality. Takové jednání je za určitých okolností způsobilé vyvolat v uživateli internetu mylný dojem, že oba soutěžitelé jsou ekonomicky či jinak propojeni. To může u zákazníka vést též k zcela oprávněné domněnce, že výrobky nebo služby poskytované oběma soutěžiteli jsou stejné, případně že disponují totožnou kvalitou či shodnými vlastnostmi. V případě naplnění požadavků generální klauzule by takové jednání mohlo vést k naplnění některých zákonných skutkových podstat nekalé soutěže, a to zejména

---

<sup>68</sup> Taková asociace vznikne v případě, kdy je odkaz na webovou stránku soutěžitele umístěn na webové stránce, která takový závadný obsah zobrazuje.

vyvolání nebezpečí záměny dle § 2981 ObčZ či parazitování na pověsti dle § 2982 ObčZ.

Jako nežádoucí se též jeví umístění odkazu za účelem srovnání nabízených výrobků a služeb obou soutěžitelů, a to zejména v souvislosti s kritikou zboží či služeb poskytovaných soutěžitelem, na jehož webovou stránku je odkazováno. Jak vyplývá z ustanovení § 2980 odst. 2 ObčZ, srovnávací reklama je přípustná jen za splnění podmínek uvedených v tomto ustanovení. V případě, že by tyto podmínky zachovány nebyly, jednalo by se o nedovolenou srovnávací reklamu, která by naplnila zákonnou skutkovou podstatu nekalé soutěže dle § 2980 ObčZ.<sup>69</sup>

Osobně považuji metodu linkingu za značně podceňovanou, a to zejména ze strany soutěžitelů, kteří si neuvědomují, jak významný dopad může mít „pouhé“ umístění linku, přičemž toto se týká jak soutěžitelů, kteří odkazy na webové stránky umisťují, tak soutěžitelů, jejichž odkazy jsou umisťovány. Je tak pravděpodobné, že při prostudování webového obsahu by byly nalezeny desítky až stovky případů umístění linků, které jsou způsobilé naplnit generální klauzuli nekalé soutěže, avšak právě z důvodu nízkého podvědomí o této metodě, jakož i jejich následcích, zůstanou „nepotrestány“. Jako takovou tedy považuji tuto metodu za stále aktuální a schopnou naplnit generální klauzuli nekalé soutěže v širokém množství různých případů, jak jsem nastínila v tomto oddílu výše.

#### 4.1.4 Judikatura

Patrně nejznámějším případem zabývajícím se použitím metody linkingu je *Ticketmaster vs. Tickets.com*.<sup>70</sup> Žalobci byly společnosti Ticketmaster Corporation a Ticketmaster Online-CitySearch, Inc., které provozovaly website umožňující zakoupení lístků na společenské události online. Domovská stránka jejich website přitom odkazovala na webové stránky vztahující se ke konkrétním událostem. Vedle

---

<sup>69</sup> Srov. VERMEER, Marike. Unfair Competition Online and the European Electronic Commerce Directive. In: *Annual Survey of International & Comparative Law* [online]. 2010, roč. 7, č. 1, s. 3 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://digitalcommons.law.ggu.edu/annlsurvey/vol7/iss1/7>.

<sup>70</sup> Rozhodnutí United States District Court for the Southern District of California ze dne 27. března 2000, sp. zn. CV 99-7654 HLH (BQRx). Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20110101042031/http://www.internetlibrary.com/pdf/Ticketmaster-Tickets.com-CD-Ca-Mtn-Dismiss.pdf>.

toho žalovaný, společnost Tickets.com, provozovala website s obdobným obsahem. Zásadním rozdílem však bylo, že žalovaný neprodával lístky na všechny události, které na svých webových stránkách prezentoval. Pokud se jednalo o lístky na události, k nimž měl výhradní právo prodeje žalobce, umístil žalovaný k příslušné události odkaz na webovou stránku žalobce. Jednalo se však o deep link směřující mimo domovskou stránku žalobcovy website, konkrétně na webové stránky týkající se vybraných událostí.

Jako jeden z žalobních důvodů uvedl žalobce též nekalosoutěžní jednání, kterého se měl žalovaný umístěním deep linků dopustit. Soud v americké Kalifornii rozhodl, že samotný linking sám o sobě nekalou soutěží není, pokud je zřejmé, kdo je vlastníkem webové stránky, na kterou je odkazováno, a pokud se některý soutěžitel nesnažil napodobit webové stránky někoho jiného.<sup>71</sup>

Ze závěru amerického soudu lze vyčíst požadavek na používání linků „transparentním“ způsobem, tedy tak, aby byl uživatel internetu náležitě obeznámen s důvodem umístění linku a spojitostí mezi webovou stránkou, na které je link umístěn, a na kterou odkazuje. Soutěžitelé by se též měli vyhnout tomu, aby jejich webové stránky nápadně připomínaly webové stránky jiného soutěžitele, a to zejména pokud poskytují zboží nebo služby stejného, zaměnitelného či podobného druhu.

---

<sup>71</sup> FIELDS, Robin; HUFFSTUTTER, P.J. Judge Rules Online Firms May Link to Rival Web Sites. In: *Los Angeles Times* [online]. 29. 3. 2000. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://articles.latimes.com/2000/mar/29/business/fi-13712>.



## 4.2 Framing

Tzv. framing, česky označovaný jako rámování, posouvá metodu linkingu o krok dále, a to díky rozvoji moderních technologií, které umožňují zobrazení více tzv. frames (česky oken) v rámci jedné webové stránky. Tato funkce se objevila poprvé v roce 1996 v rámci tehdy populárního internetového prohlížeče s názvem Netscape Navigator 2.0 a od té doby byla začleněna do řady dalších internetových prohlížečů. Jako taková je tato funkce též součástí jazyka HTML.<sup>72</sup>

Okna umožňují rozdělit obsah dané webové stránky do několika sekcí, přičemž každá taková sekce je schopná operovat nezávisle na ostatních. Okna též mohou obsahovat jakýkoliv myslitelný obsah, a to text, ikony, grafické prvky nebo linky. Jako primární bývá označováno okno s hlavním sdělením dané webové stránky, sekundární okna pak zobrazují například obsah, logo, případně další funkční prvky dané webové stránky.<sup>73</sup> Tato funkce je též užívána pro zobrazování reklamy, a to ve zvláštním oknu pro to určeném. Touto cestou tak může být reklama zobrazena kontinuálně po celou dobu prohlížení dané webové stránky bez ohledu na druh obsahu.<sup>74</sup>

### 4.2.1 Framing z hlediska práva nekalé soutěže

Samotné používání oken není v rozporu s právem nekalé soutěže (zejména pokud do nich soutěžitelé umísťují pouze vlastní obsah), a díky výraznému zvýšení funkcionality webových stránek je velmi oblíbeným prvkem jak ze strany webových designerů, tak internetových uživatelů. Jako problematická se však jeví situace, kdy soutěžitel umístí do oken nacházejících se na jeho webové stránce část webové stránky jiného soutěžitele bez jeho souhlasu a náležitého označení, že se jedná o obsah převzatý.

---

<sup>72</sup> GOMEZ, Frank C. *Washington Post v. Total News, Inc.* In: *Berkeley Technology Law Journal* [online]. 1998. roč. 13, č. 2 [cit. 2015-05-25]. ISSN 1086-3818. Dostupné z: <http://scholarship.law.berkeley.edu/btlj/vol13/iss1/2>.

<sup>73</sup> CHAN, Raymond. *Internet Framing: Complement or Hijack.* In: *Michigan Telecommunications and Technology Law Review* [online]. 1999. roč. 5, č. 11 [cit. 2015-05-25]. ISSN 1528-8625. Dostupné z: <http://repository.law.umich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1159&context=mttlr>.

<sup>74</sup> GURWIN, David A.; SUSSMAN, Andrew D. *Linking and Framing: Unfair Competition on the Internet.*

Specifikem této metody též je, že se uživatel v příslušné kolonce jeho internetového prohlížeče zobrazuje pouze URL webové stránky, na které se nacházejí daná okna, nikoli už URL webových stránek, jejichž obsah se v jednotlivých oknech zobrazuje. To podstatně zvyšuje riziko, že uživatel internetu nerozpozná přítomnost cizího obsahu na webové stránce, pokud na něj nebude dostatečně upozorněn. Představit si lze též situaci, kdy soutěžitel za tímto účelem zcela úmyslně přizpůsobí vzhled svých webových stránek vzhledu webových stránek soutěžitele, jehož obsah neoprávněně užívá.

Domnívám se, že nekalosoutěžní potenciál metody framingu je při splnění výše uvedených předpokladů mnohem zřetelnější než v případě dříve zmiňovaného linkingu, který se projevuje pouhým, a pro někoho poněkud „abstraktním“, zobrazením linku. Ukázkovým případem framingu může být například použití určité databáze či funkčního prvku umístěného na webových stránkách jiného soutěžitele, prostřednictvím kterého tento soutěžitel poskytuje uživatelům internetu své služby. To, že si ho jiný soutěžitel takto neoprávněně „přisvojí“, je nepochybně jednáním v rozporu s dobrými mravy soutěže, které je způsobilé přivodit jinému soutěžiteli újmu.

V souvislosti s výše uvedeným jednáním lze zejména uvažovat o naplnění zákonné skutkové podstaty parazitování na pověsti ve smyslu § 2982 ObčZ. Neoprávněným užíváním obsahu jiného soutěžitele může též dojít k porušení autorských práv.

O judikatuře vztahující se k framingu se budu podrobněji zmiňovat v oddílu 4.3.2 této práce.

### 4.3 Inline linking

Tzv. inline linking v sobě nese některé prvky typické jak pro linking, tak pro framing. Jedná se o situaci, kdy soutěžitel umístí na své webové stránce objekt, nejčastěji grafický prvek nebo obrázek, nacházející se na jiné webové stránce, a to za pomoci odkazu. V tomto případě se však předmětný prvek zobrazí přímo na webové stránce jako v případě framingu, nikoli tedy pouze ve formě odkazu, jako tomu je u linkingu.

#### 4.3.1 Inline linking z hlediska práva nekalé soutěže

Stejně jako v případě framingu může mít přenášený obsah charakter vlastní nebo cizí. Pokud se jedná o vlastní obsah, tedy obsah pocházející od samotného soutěžitele, který jej takto opětovně „použije“, nezpůsobuje takový stav v zásadě žádné právní problémy. Problematická je situace, kdy soutěžitel takto odkáže na obsah jiného soutěžitele, a to zejména v případě, kdy tak činí bez jeho vědomí a souhlasu.

Obdobně jako při využití metody framingu zde existuje zvýšená míra rizika, že zákazník nebude schopen rozpoznat, že je obsah nebo jeho část přenášen z webové stránky jiného soutěžitele.<sup>75</sup>

Z hlediska práva nekalé soutěže má použití metody inline linkingu obdobné dopady jako použití linkingu nebo zejména pak framingu, o kterých jsem se zmiňovala v oddílech 4.1.3 a 4.2.1 této práce.

#### 4.3.2 Judikatura

Případy zneužití inline linkingu a framingu byly doposud řešeny zejména v USA a v zemích západní Evropy, přičemž na tomto místě se budu podrobněji zabývat rozhodnutím ve sporu *Kelly v. Arriba Soft Corporation*.<sup>76</sup> Přestože se soud v tomto případě zabýval především otázkou porušení autorských práv a aspekty

---

<sup>75</sup> FISHER, Mark A.; PERLE E. Gabriel; WILLIAMS John Taylor. *Perle, Williams & Fischer on Publishing Law*. 4. vyd. Gaithersburg: Aspen Publishers Inc., 2013, s. 3-78. ISBN 978-07-3556-718-4.

<sup>76</sup> Rozhodnutí United States Court of Appeals for the Ninth Circuit ze dne 7. července 2003, sp. zn. 280 F.3d 934. Dostupné z: [https://www.eff.org/files/filenode/Kelly\\_v\\_Arriba\\_Soft/20030707\\_9th\\_revised\\_ruling.pdf](https://www.eff.org/files/filenode/Kelly_v_Arriba_Soft/20030707_9th_revised_ruling.pdf).

s tím souvisejícími, je dle mého názoru tento příklad dostačující pro ilustraci použití obou výše zmíněných metod i z pohledu nekalosoutěžního.

V případě Kelly v. Arriba Soft Corporation byl žalobcem fotograf Leslie A. Kelly, který na website, již provozoval, umíšťoval své autorské fotografie. Žalovaným pak byla společnost Arriba Soft Corporation, později přejmenovaná na Ditto.com, která provozovala internetový vyhledávač. Ten umožňoval vyhledávat též obrázky, přičemž výsledky byly po zadání klíčového slova zobrazeny formou náhledů, tedy miniatur obrázků odpovídajících výsledkům vyhledávání. Tyto miniatury navíc na rozdíl od originálů disponovaly menším rozlišením a kvalitou.

V případě použití vyhledávače od ledna roku 1999 do června roku 1999 se uživateli po kliknutí na některý z náhledů zobrazila plná verze daného obrázku, a to spolu s informací o jeho velikosti, linkem odkazujícím na webovou stránku, na které byl tento obrázek originálně umístěn, bannerem žalovaného a reklamou umístěnou též žalovaným. Tohoto výsledku společnost Arriba Soft Corporation docílila za pomoci metody inline linking, která umožnila zobrazení plné verze obrázku umístěného na původní webové stránce, avšak na stránkách společnosti Arriba Soft Corporation.

Od července roku 1999 do srpna roku 2000 žalovaný pozměnil způsob fungování jejího internetového vyhledávače, a to následujícím způsobem. U každého z náhledů byly zobrazeny dvě funkce, a to „details“ (česky detaily) a „source“ (česky zdroj). V případě, že uživatel kliknul na funkci „details“, zobrazilo se mu nové okno, které obsahovalo miniaturu vybraného obrázku spolu s linkem odkazujícím na webovou stránku, na které byl tento obrázek původně umístěn. Naopak pokud uživatel využil funkce „source“, otevřely se mu za pomoci metody framingu dvě okna. První z nich, které se nacházelo v popředí, zobrazovalo vyhledaný obrázek v plné velikosti, opět importovaný z webové stránky, na které byl umístěn původně. Až druhé okno, které se nacházelo pod tím prvním, zobrazovalo webovou stránku, na které byl obrázek originálně umístěn.<sup>77</sup>

Žalobce se domníval, že použitím jeho fotografií jakožto miniatur při zobrazení všech výsledků hledání a též následně v plné velikosti za využití metody inline linking

---

<sup>77</sup> Po srpnu roku 2000 se uživateli tohoto internetového vyhledávače po kliknutí na vybraný náhled zobrazila přímo webová stránka, na které byl daný obrázek originálně umístěn.

a framingu došlo ze strany společnosti Arriba Soft Corporation k porušení jeho autorských práv.

Soud následně uzavřel, že zobrazení pouhých miniatur do autorského práva žalobce nezasahovalo, tím bylo až zobrazení plné verze obrázků za použití inline linkingu a framingu, čímž žalovaný autorská díla žalobce neoprávněně zpřístupňoval veřejnosti.

Ačkoliv se soud nezabýval nekalosoutěžními aspekty tohoto případu, lze se domnívat, že by se o nekalou soutěž mohlo též jednat.<sup>78</sup> Z pohledu české právní úpravy vznikl mezi žalobcem a žalovaným nepřímý soutěžní vztah, a to jejich „působením“ v oblasti internetu. Co se týče druhé podmínky generální klauzule, a to rozporu s dobrými mravy soutěže, je nutné upozornit na jednání žalovaného, který zcela zjevně „upřednostňoval“ zobrazení obrázku za použití inline linkingu a framingu na svých webových stránkách místo toho, aby spolu se zobrazením pouhé miniatury obrázku uživatele odkázal přímo na website žalobce. Je zjevné, že pokud internetový vyhledávač nabídne uživatelům plnou verzi hledaného obrázku, již pravděpodobně nebudou mít potřebu navštěvovat webovou stránku, na které je tento obrázek originálně umístěn. Dle mého názoru je závažnost takového jednání v tomto případě třeba posoudit zejména s ohledem na citlivost předmětného obsahu, kterým byly autorské fotografie žalobce.<sup>79</sup> Způsobilst přivodit újmu žalobci je pak v kontextu výše uvedených skutečností více než pravděpodobná.

---

<sup>78</sup> Srov. LOEBL, Zdeněk. Nekalá soutěž v souvislosti s internetem (2. část). *CEAG – Central European Advisory Group*. 2002. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].

<sup>79</sup> Jak jsem zmínila již v oddílu 2.1.2 této práce, pojem „dobré mravy soutěže“ není definován a posouzení druhé podmínky generální klauzule nekalé soutěže je otázkou právní, čili dává poměrně široký prostor rozhodovací praxi soudů. Rozbor vychází z veřejně dostupných zdrojů a je možné, že by se naplnění druhé podmínky generální klauzule ukázalo mnohem jednoznačnější, případně by bylo vyloučeno.

## 4.4 Meta-tagging

Metoda meta-taggingu je, jak sám její název napovídá, nerozlučně spojena s pojmem meta-tag. Ten označuje jeden z několika druhů tagů obsažených ve zdrojovém kódu webové stránky, který je psaný v jazyce HTML. První část pojmu meta-tag vychází se slova metadata, které znamená informace o jiných informacích. Proto pojem meta-tag označuje informace o obsahu webové stránky.<sup>80</sup>

Přestože se meta-tagy při běžném prohlížení webových stránek nezobrazují, hrají v rámci internetového prostředí poměrně významnou roli. Hlavním důvodem, proč jsou meta-tagy hojně využívány, je jejich funkce v rámci SEO.<sup>81</sup> Umístění vhodných meta-tagů do zdrojového kódu webové stránky totiž přispívá k lepšímu umístění dané webové stránky v rámci výsledků vyhledávání pro zadané klíčové slovo nebo slova, jelikož valná většina internetových vyhledávačů meta-tagy zohledňuje při indexaci webových stránek.<sup>82</sup>

Do zdrojového kódu webové stránky je možné umístit poměrně velký počet druhů meta-tagů, avšak internetové vyhledávače při indexaci zohledňují jen některé z nich. Těmi jsou zejména meta-tagy obsahující titulek dané webové stránky (anglicky title meta-tag), které jsou zpravidla odlišné od titulků zobrazených na samotných webových stránkách, případně též meta-tagy obsahující základní popis jejího obsahu (anglicky description meta-tag). Dříve byly při indexaci zohledňovány též tzv. key-words meta-tagy.<sup>83</sup> Z toho však již sešlo, protože meta-tagy ve formě key-words začaly být ve velké míře zneužívány ze strany vlastníků webových stránek, kteří do nich umísťovali klíčová slova nesouvisející s danou stránkou.

---

<sup>80</sup> Srov. SULLIVAN, Danny. The New Meta Tags Are Coming — Or Are They? In: *Search Engine Watch*. [online]. 3. 12. 1997 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://searchenginewatch.com/sew/study/2066807/the-new-meta-tags-are-coming-or-are-they>.

<sup>81</sup> Zkratka SEO označuje slovní spojení Search Engine Optimization (česky optimalizace pro vyhledávače). Jedná se o metodiku vytváření webových stránek takovým způsobem, aby byl jejich obsah vhodný pro automatické zpracování, které provádějí internetové vyhledávače. Jejím cílem je zajistit dané webové stránce lepší pozici ve výsledcích vyhledávání (tedy aby byl odkaz na ni umístěn mezi prvními), což samozřejmě vede k větší návštěvnosti webové stránky.

<sup>82</sup> Indexaci webové stránky se rozumí zjišťování jejich obsahu, které vede k vytvoření jakéhosi rejstříku, tzv. indexu, z velkého množství webových stránek. Internetový vyhledávač následně vyhledává nejvhodnější výsledky právě v rámci svého indexu, který si za tímto účelem vytvoří. Tato skutečnost vyvrací mylnou domněnku řady uživatelů internetu, že internetové vyhledávače hledají relevantní výsledky v rámci celého internetu.

<sup>83</sup> Meta-tagy ve formě key-words sloužily k vymezení klíčových slov vyskytujících se na dané webové stránce, a to za účelem co možná nejvýstižnější definice textu.

Na to samozřejmě zareagovaly internetové vyhledávače, které je jako jedno z kritérií při indexaci webových stránek vypustily.<sup>84</sup>

#### 4.4.1 Meta-tagging z hlediska práva nekalé soutěže

Jednání, které může naplňovat znaky nekalé soutěže, spočívá nejčastěji v situaci, kdy soutěžitel umístí do zdrojového kódu své webové stránky meta-tagy, které s obsahem dané webové stránky nemají nic společného, ale svoji atraktivitou zajistí dobré umístění webové stránky v rámci výsledků vyhledávání, nebo slova, která způsobí její asociaci s jiným soutěžitelem, případně též s jeho výrobky a službami. V druhém případě se jedná zejména o situace, kdy je jako meta-tag užitá obchodní firma, ochranná známka, název některého výrobku nebo služby či jiné chráněné označení odlišného soutěžitele.

V souvislosti s výše popsaným jednáním lze předpokládat, že kromě naplnění generální klauzule nekalé soutěže může dojít k naplnění skutkových podstat vyvolání nebezpečí záměny ve smyslu § 2981 ObčZ a parazitování na pověsti dle § 2982 ObčZ. Jak vyplývá ze související judikatury podrobně rozebrané v následujícím oddílu této práce, lze vyzorovat též tendence pohlížet na umístění meta-tagu jako na srovnávací reklamu.

V případě, že je jako meta-tag použita ochranná známka, lze takové jednání kvalifikovat rovněž jako porušení práv k ochranné známce ve smyslu § 8 zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon o ochranných známkách“). Pokud bude jako meta-tag použita obchodní firma jiného soutěžitele, je možné uvažovat též o porušení práva k obchodní firmě ve smyslu § 423 odst. 2 ObčZ

Při pohledu na meta-tagging z hlediska práva nekalé soutěže je třeba vzít v potaz skutečnost, jak velkou roli hraje umístění odkazu v rámci výsledků vyhledávání, na které má právě vhodná volba meta-tagu vliv. Studie, která se zabývala významem

---

<sup>84</sup> Kupříkladu největší a nejznámější internetový vyhledávač Google v září roku 2009 oficiálně oznámil, že key-words meta-taggy nepoužívá k indexaci webových stránek. Srov. Google does not use the keywords meta tag in web ranking. *Google Webmaster Central Blog*. [online]. 21. 9. 2009 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://googlewebmastercentral.blogspot.cz/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag.html>. Dále pak Meta tags that Google understands. *Google: Search Console Help*. [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/79812?hl=en>.

umístění v rámci výsledků vyhledávání při užití internetového vyhledávače Google,<sup>85</sup> došla k závěru, že převážná většina uživatelů klikne pouze na výsledky vyhledávání zobrazené na první straně, přičemž konkrétně se jedná o 91,5 % z nich. Odkazy umístěné na druhé straně výsledků vyhledávání už navštíví pouze 4,8 % uživatelů a s přibývajícimi stranami toto číslo dále významně klesá (např. na sedmé straně je to pouze 0,1 %). Studie se též zaměřila na postavení jednotlivých výsledků vyhledávání na první straně. Dle výsledků klikne na první odkaz 32,5 % uživatelů, na druhý už jen 17,6 %, tedy polovina. Osmý odkaz pak navštíví pouhé 3,1 % uživatelů. Na tato čísla je třeba pohlížet též optikou zisku, který mají vlastníci webových stránek za umístění reklamy, a zejména zisku, který jim tito uživatelé, resp. noví zákazníci mohou přinést.

Posouzení meta-taggingu jakožto jednání nekalosoutěžního může být dle mého názoru problematické s ohledem na skutečnost, že internetové vyhledávače negenerují výsledky vyhledávání stejným způsobem, respektive používají různá kritéria pro jejich indexaci.<sup>86</sup> Je tak více než pravděpodobné, že při zadání stejného hesla do několika vyhledávačů nebudou uživateli zobrazeny naprosto totožné výsledky vyhledávání. Mám za to, že tato skutečnost je významná zejména z hlediska posouzení třetí podmínky generální klauzule nekalé soutěže, a to způsobnosti přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům. Ta vyžaduje, aby umístění meta-tagu ovlivnilo výsledky vyhledávání způsobem, který mohl jiným soutěžitelům či zákazníkům způsobit újmu v rozsahu nikoliv nezanedbatelném.<sup>87</sup> Splnění této podmínky bude záležet na okolnostech daného případu, přičemž bude otázkou, zda v konkrétní situaci postačí ovlivnění výsledků vyhledávání pouze jednoho či více internetových vyhledávačů. Domnívám se, že pro takové posouzení bude třeba zejména zohlednit statistiku návštěvnosti webových stránek soutěžitele, který meta-tag do zdrojového kódu umístil, jakož i webových stránek soutěžitele, jehož ochranná známka či jiné chráněné označení bude takto „zneužito“, a to v období před umístěním předmětného meta-tagu do zdrojového kódu, jakož i po něm.

---

<sup>85</sup> The Value of Google Result Positioning. *Chitika*. [online]. 7. 6. 2013 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <https://chitika.com/google-positioning-value>.

<sup>86</sup> Konkrétní informace, jakým způsobem probíhá indexace, internetové vyhledávače zpravidla veřejně nepřístupují.

<sup>87</sup> Srov. rozsudek Nejvyššího soudu České republiky ze dne 29. dubna 2008, sp. zn. 32 Cdo 139/2008. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].



Metodu meta-taggingu považují za stále aktuální, a to přestože internetové vyhledávače v dnešní době při indexaci zohledňují, kromě samotných meta-tagů, také značné množství dalších kritérií. Tato skutečnost ale dle mého názoru nemá vliv na posouzení meta-taggingu z hlediska práva nekalé soutěže, a to do té doby, dokud bude mít umístění meta-tagu, byť i s ohledem na jiné prvky webové stránky, vliv na umístění ve výsledcích vyhledávání.

#### 4.4.2 Judikatura

V rámci případu *Genertel SpA v. Crowe Italia Srl*<sup>88</sup> padlo v roce 2001 jedno z prvních evropských rozhodnutí zabývajících se problematikou užití meta-tagů. Žalobce, italská pojišťovna Genertel SpA, v tomto sporu žaloval jednoho z jejích konkurentů, a to pojišťovnu Crowe-Italia Srl, které vytýkala, že do zdrojového kódu své webové stránky umístila meta-tag obsahující obchodní firmu žalobce, což pochopitelně ovlivnilo výsledky vyhledávání ve prospěch žalovaného. Italský soud tehdy rozhodl, že šlo o nekalosoutěžní jednání spočívající v nekalé snaze získat zákazníky pojišťovny Genertel SpA za účelem dosažení zisku.<sup>89</sup>

Obdobným způsobem jako v případě Genertel SpA v. Crowe Italia Srl následně rozhodla ve skutkově srovnatelných případech řada evropských soudů.<sup>90</sup> Jako jedno z nejvýznamnějších rozhodnutí považují rozhodnutí německého Spolkového soudního dvora (německy Bundesgerichtshof) z 18. května 2006 v případě známém jako *Impuls*, které sjednotilo rozhodovací praxi německých odvolacích soudů týkající

---

<sup>88</sup> Rozhodnutí Tribunale di Roma ze dne 18. ledna 2001. Dostupné z: <http://www.apogeeonline.com/webzine/2001/03/16/12/200103161201>.

<sup>89</sup> LOEBL, Zdeněk. *Nekalá soutěž v souvislosti s internetem (2. část)*.

<sup>90</sup> V této souvislosti si dovoluji odkázat na rozhodnutí polského soudu, konkrétně Sąd Okręgowy w Warszawie z 25. září 2009, sp. zn. XXII GWzt 8/09, dostupné z: [http://www.warszawa.so.gov.pl/tl\\_files/sow/orzeczenia/XXII%20Wydzial/10/ZT\\_8\\_09.pdf](http://www.warszawa.so.gov.pl/tl_files/sow/orzeczenia/XXII%20Wydzial/10/ZT_8_09.pdf). Žalovaný, společnost Display Flash Poland Sp. z o.o., umístil do zdrojového kódu svých webových stránek jako meta-tagy slova “Marin’s” and “Lama”, které měla registrované jako celosvětové ochranné známky společnost Marin’s International, a nositelem jejich licence na území Polska byla výhradně společnost Marin’s Central Europe Sp. z o.o. Soud rozhodl, že žalovaný se kromě porušení práva k ochranným známkám dopustil též nekalosoutěžního jednání, jelikož jeho počínání odporovalo dobrým obchodním praktikám a mělo nepříznivý dopad na zájmy žalobců. Srov. DYNOWSKI, Piotr. Trade marks and meta tags – fair use or unfair competition? In: *Bird & Bird*. [online]. 21. 6. 2010 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.twobirds.com/en/news/articles/2012/trade-marks-meta-tags-fair-use-unfair-competition>.

se problematiky meta-tagů.<sup>91</sup> Spolkový soudní dvůr došel k závěru, že užití obchodní firmy soutěžitele, která je navíc registrovaná jako ochranná známka, jako meta-tagu ve zdrojovém kódu webových stránek jiného soutěžitele, by bylo ospravedlnitelné pouze v případě, kdyby na této webové stránce byly porovnávány výrobky nebo služby obou těchto soutěžitelů, a to v souladu s právem nekalé soutěže. Spolkový soudní dvůr uzavřel, že v případě, kdy takové začlenění meta-tagů sleduje pouze přilákání širšího okruhu uživatelů internetu, jedná se o nedovolenou formu srovnávací reklamy.

Obdobným způsobem se k problematice používání meta-tagů postavil Soudní dvůr Evropské unie (dále jen „Soudní dvůr EU“) v případě *Belgian Electronic Sorting Technology*,<sup>92</sup> ve kterém se zabýval předběžnou otázkou, kterou mu položil belgický soud. V původním řízení se žalobce, společnost Belgian Electronic Sorting Technology NV, zabývající se vývojem, výrobou a prodejem třídících strojů a systémů vybavených laserovou technologií, domáhal určení, že jeho konkurenční společnost, Visys NV, a její zakladatel, Bert Peealers, zasáhli do jeho práv k ochranné známce a obchodní firmě a porušili relevantní ustanovení týkající se klamavé a srovnávací reklamy.

Závadné jednání žalovaných přitom mělo spočívat v tom, že si vedle doménových jmen [visys.be](http://visys.be) a [visysglobal.be](http://visysglobal.be) zaregistrovali též doménové jméno [bestlasersorter.com](http://bestlasersorter.com), a že do jejich zdrojových kódů umístili jako meta-tagy slova, jež zcela nepochybně souvisela s podnikatelskou činností žalobce, jakož i produkty jím nabízenými, jako Helius sorter, LS9000, Genius sorter, Best+Helius, Best+Genius a další. Belgický soud, který ve věci rozhodoval o mimořádném opravném prostředku, zamítl žalobní důvody vznesené žalobcem s výjimkou žalobního důvodu vycházejícího z porušení právních předpisů v oblasti klamavé a srovnávací reklamy v souvislosti s užitím výše uvedených meta-tagů, a rozhodl se položit Soudnímu dvoru Evropské Unie následující otázku: „*Je třeba pojem ‚reklama‘ v článku 2 Směrnice Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o sblížování právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy, ve znění směrnice Evropského parlamentu a Rady*

---

<sup>91</sup> Rozhodnutí Bundesgerichtshof ze dne 18. května 2006, sp. zn. I ZR 183/03. Dostupné z: <http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&sid=5648668dac6ed4cb9694994324c129ae&nr=37885&pos=7&anz=16>.

<sup>92</sup> Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 11. července 2013, sp. zn. C-657/11. Dostupný z: [http://curia.europa.eu/juris/document/document\\_print.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30db49e5eed43a724489b7e1d49868af9790.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuLc3j0?doclang=CS&text=&pageIndex=2&part=1&mode=DOC&docid=139411&occ=first&dir=&cid=25749](http://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30db49e5eed43a724489b7e1d49868af9790.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuLc3j0?doclang=CS&text=&pageIndex=2&part=1&mode=DOC&docid=139411&occ=first&dir=&cid=25749).

97/55/ES ze dne 6. října 1997, kterou se mění směrnice 84/450/EHS o klamavé reklamě tak, aby zahrnovala srovnávací reklamu, a v článku 2 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě vykládat v tom smyslu, že zahrnuje používání metatagů v metadatech určité internetové stránky? “

Dle rozhodnutí Soudního dvora EU je používáním meta-tagů, které odpovídají názvům výrobků konkurenta a jeho obchodní firmě, uživateli internetu naznačováno, že daná webová stránka nabízí alternativu k výrobkům takového konkurenta nebo že výrobky konkurenta přímo nabízí, a to tím spíše, pokud se webová stránka, obsahující takové meta-tagy ve svém zdrojovém kódu, nachází na předních příčkách výsledků vyhledávání. Z tohoto důvodu je tedy takové použití meta-tagů považováno za předvedení, jehož cílem je podpora odbytu zboží nebo poskytnutí služeb ve smyslu čl. 2 bodu 1 Směrnice o klamavé reklamě a čl. 2 písm. a) Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě. Soudní dvůr EU uzavřel, že: „*Na rozdíl od toho, co tvrdí B. Peelaers a Visys, je v tomto ohledu irelevantní, že metatagy zůstávají pro uživatele internetu neviditelné a že jejich přímým adresátem není tento uživatel, nýbrž vyhledávač. V této souvislosti je třeba konstatovat, že podle uvedených ustanovení zahrnuje pojem „reklama“ výslovně každé předvedení, takže zahrnuje i nepřímé formy sdělení, a fortiori pokud tyto nepřímé formy sdělení mohou ovlivnit ekonomické chování spotřebitelů, a dotknout se tak konkurenta, na jehož firmu nebo výrobky metatagy odkazují. Není ani pochyb o tom, že takové používání metatagů představuje reklamní strategii v tom, že jejím cílem je pobídnout uživatele internetu k tomu, aby navštívili stránku osoby používající metatagy a zajímali se o její výrobky nebo služby.*“ Soudní dvůr EU tedy rozhodl, že i samotné umístění meta-tagu do zdrojového kódu webové stránky lze označit za reklamu. Pokud takové umístění meta-tagu nebude splňovat podmínky stanovené v čl. 4 Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě<sup>93</sup> pro dovolenou srovnávací reklamu, je možné jej označit za nepovolenou srovnávací reklamu, která je zakázána.

---

<sup>93</sup> Čl. 4 Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě stanovuje osm podmínek, které je třeba kumulativně naplnit, aby byla předmětná srovnávací reklama povolena.

Problematikou meta-tagů se v minulosti zabýval též Vrchní soud v Praze v řízení se sp. zn. 3 Cmo 194/2001, a to v souvislosti s užitím meta-tagu **JOBMASTER**.<sup>94</sup> Žalobcem byla společnost vydávající inzertní noviny s názvem **JOBMASTER**, které byly určeny zájemcům o zaměstnání a které byly od roku 1996 umístěny i na stejnojmennou website žalobce. Žalobce byl též vlastníkem slovní ochranné známky ve znění „**JOBMASTER**“. Žalovaným byla společnost podnikající ve stejném oboru jako žalobce a provozující webové stránky pod názvem **PROFESE**, která do zdrojového kódu své webové stránky umístila key-word meta-tag **JOBMASTER**. Při zadání slova „**JOBMASTER**“ do vyhledávače tedy byly mezi výsledky nabídnuty jak webové stránky žalobce, tak stránky žalovaného. Tento stav přirozeně vedl k poklesu návštěvnosti stránek žalobce, což bylo zdokumentováno též posudkem znalce.

Jak soud prvního stupně, tak odvolací soud došly k závěru, že jednání žalovaného bylo učiněno v hospodářské soutěži a že byly též splněny zbývající podmínky generální klauzule nekalé soutěže. Umístěním předmětného met-tagu tedy žalovaný záměrně dosáhl výhodnějšího postavení na trhu, jelikož mu údaje o označení časopisu žalobce a o jeho webové stránce musely být zcela zřejmě známy. Jeho jednání tedy bylo jednáním parazitujícím na pověsti žalobce a jím poskytovaných služeb dle § 48 ObchZ.<sup>95</sup>

Navzdory výše uvedeným skutečnostem je však důležité uvědomit si, že ne každé umístění meta-tagu shodného s chráněným označením jiného soutěžitele je nekalosoutěžním jednáním. Kupříkladu ve sporu *Playboy Enterprises, Inc. v. Welles*<sup>96</sup> použila žalovaná Terri Welles, playmate časopisu Playboy za rok 1981, na své webové stránce meta-tagy jako **PLAYBOY**, **PLAYMATE** a **Playmate of the Year 1981**. Společnost **Playboy Enterprises, Inc. v. Welles**, která časopis **Playboy** vydávala a která měla též registrované ochranné známky jako **PLAYBOY**

---

<sup>94</sup> Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 16. prosince 2002, sp. zn. 3 Cmo 194/2001. In: MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže. II. díl.* Praha: C. H. Beck, 2011, s. 169 - 172. ISBN 978-80-7400-410-0. Zmíněný zdroj obsahoval anonymizovanou verzi rozhodnutí. Neanonymizovaná verze mi byla poskytnuta na základě žádosti podané Vrchnímu soudu v Praze dle zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů.

<sup>95</sup> V současné době lze tuto zákonnou skutkovou podstatu nalézt v téměř totožném znění v ustanovení § 2982 ObčZ.

<sup>96</sup> Rozhodnutí United States District Court for the Southern District of California ze dne 1. prosince 1999, sp. zn. 98-CV-0413-K (JFS). Dostupné z: [http://www.loundy.com/CASES/Playboy\\_v\\_Wells.html](http://www.loundy.com/CASES/Playboy_v_Wells.html).

PLAYMATE, PLAYMATE OF THE MONTH a PLAYMATE OF THE YEAR, se proto u soudu domáhala určení, že žalovaná porušila její práva k ochranným známkám a též že se v této souvislosti dopustila nekalosoutěžního jednání. Soud však nároky společnosti Playboy Enterprises, Inc. odmítl. Přestože Terri Welles užila jako meta-tagy slova, která byla ochrannými známkami žalobce, neměla dle soudu jinou možnost, protože použití jakýchkoliv jiných slov, kterými by se snažila sebe samu charakterizovat, by vedlo pouze k absurdním popisům, jež by neodpovídaly skutečnosti.

## **4.5 Prodej klíčových slov**

Klíčová slova (anglicky tzv. key-words) jsou pro právo nekalé soutěže v prostředí internetu relevantní z hlediska jejich užití pro optimalizaci placené inzerce.

Internetové vyhledávače umožňují inzerentům vybrat si za úplatu jedno nebo několik klíčových slov, která mají být spojená s jejich reklamou. Pokud tak některý inzerent učiní a uživatel internetu ve vyhledávači vyhledá klíčové slovo shodné s tím, které si inzerent vybral, zobrazí se odkaz na webové stránky inzerenta včetně krátkého obchodního sdělení ve speciálním panelu pro to určeném, avšak stále spolu s ostatními „běžnými“ výsledky vyhledávání. Tento reklamní panel bývá umístěn buď nad samotnými výsledky hledání, nebo vedle nich, obvykle je též vizuálně odlišen.

Internetový vyhledávač Google poskytuje službu popsanou výše pod názvem AdWords (jedná se o zkratku anglických slov „advertising words“, česky reklamní slova), v českém prostředí ji nabízí například vyhledávač Seznam označenou jako Sklik.

### **4.5.1 Klíčová slova z hlediska práva nekalé soutěže**

Z hlediska práva proti nekalé soutěži se jako problematická jeví zejména situace, kdy si soutěžitel od některého z provozovatelů internetových vyhledávačů jakožto klíčové slovo zakoupí slovo stejné nebo zaměnitelné s obchodní firmou, ochrannou známkou či nějakým jiným chráněným označením používaným odlišným soutěžitelem, a způsobí tak nežádoucí asociaci s tímto soutěžitelem.

V této souvislosti si též dovoluji odkázat na výsledky studie o významu umístění odkazu v rámci výsledků vyhledávání.<sup>97</sup> Jak jsem uvedla již výše, pokud soutěžitel využije nabídky některého internetového vyhledávače a zakoupí si klíčové slovo, je jeho „inzerát“, respektive odkaz, zobrazen buď ještě nad samotnými výsledky vyhledávání, nebo přímo vedle nich, což významně zvyšuje pravděpodobnost, že uživatel internetu na takový odkaz klikne.

Při posuzování zakoupení key-words z hlediska práva nekalé soutěže je dle mého názoru klíčová odpověď na otázku, zda měl soutěžitel právo užít předmětné chráněné označení či zda měl alespoň legitimní důvod užít takové slovo

---

<sup>97</sup> O této studii jsem se podrobně zmiňovala na str. 33 a 34 této práce.

na svoji propagaci. Tedy zda konkrétní slovo nelze nahradit kupříkladu synonymem, které by nezasahovalo do chráněného označení jiného soutěžitele, případně zda se nejedná o účelové užití klíčového slova, jež má za cíl přilákat zákazníky konkurence, kteří budou uvedeni v omyl. Pokud se ukáže, že výběr klíčového slova byl ze strany soutěžitele učiněn s výše popsaným „nekalým“ úmyslem, bude naplnění generální klauzule nekalé soutěže dle mého názoru více než pravděpodobné.

V případě, že dojde k naplnění generální klauzule nekalé soutěže, lze vzhledem k charakteru výše popsaného jednání předpokládat zejména naplnění skutkové podstaty vyvolání nebezpečí záměny dle § 2981 ObčZ a parazitování na pověsti dle § 2982 ObčZ. Pokud soutěžitel zvolí jako klíčové slovo ochrannou známku, kterou si registroval soutěžitel jiný, je možné též uvažovat o porušení práv k ochranné známce ve smyslu § 8 Zákona o ochranných známkách. V případě použití obchodní firmy jiného soutěžitele lze uvažovat o porušení práva k obchodní firmě ve smyslu § 423 odst. 2 ObčZ

#### 4.5.2 Judikatura

S problematikou prodeje klíčových slov, a to zejména v rámci služby AdWords, se pojí poměrně bohatá judikatura zahraničních soudů a též Soudního dvora EU.<sup>98</sup> Avšak i Česká republika se v minulosti již dočkala svého rozhodnutí ve věci prodeje klíčových slov, a to ve vztahu k „české“ službě Sklik, proto jsem se rozhodla v následujícím textu věnovat pozornost primárně tomuto judikátu.

---

<sup>98</sup> Soudní dvůr EU se službou AdWords v minulosti zabýval již několikrát, a to jak z pohledu provozovatelů internetových vyhledávačů, tak inzerentů, avšak pouze co se porušení práv k ochranné známce týče. Ve spojených věcech C-236/08 až C-238/08 došel Soudní dvůr EU k závěru, že provozovatelé internetových vyhledávačů nenesou přímou odpovědnost za zásah do práv k ochranné známce třetí osoby, a to s výjimkou případů, kdy tito provozovatelé data neprodleně neodstranili ihned poté, co se dozvěděli o jejich protiprávním charakteru. Co se týče odpovědnosti inzerentů, Soudní dvůr EU uzavřel, že mohou být odpovědní za porušení práv vlastníka ochranné známky v případě, že jako klíčová slova používají jeho ochranné známky, a to v souvislosti s reklamou na výrobky a služby totožné s těmi, pro které je ochranná známka zapsána. K takovému porušování práv k ochranné známce dochází v případě, kdy „*reklama průměrnému uživateli internetu neumožňuje nebo mu umožňuje jen obtížně zjistit, zda výrobky nebo služby, kterých se inzerce týká, pocházejí od majitele ochranné známky nebo od podniku, který je s ním hospodářsky propojen, či naopak od třetí osoby.*“ Srov. rozsudek Soudního dvora EU ze dne 23. března 2010, sp. zn. C-236/08 až C-238/08. Dostupný z: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d0f130d597b0ec6b2549451eb404ab08c137f58f.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4ObNuRe0?text=&docid=83961&pageIndex=0&doclang=CS&m ode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=406157>.

Konkrétně se jedná o rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 21. října 2009, sp. zn. 3 Cmo 121/2009 ve věci zakoupení klíčového slova „**hyposervis**“.<sup>99</sup> V předmětném sporu se žalobce, jenž podnikal pod obchodními firmami Hyposervis, a.s. a HYPO-centrum, s.r.o., domáhal vydání rozsudku, jímž by byla žalovanému uložena povinnost zdržet se vyvolání nebezpečí záměny s firmou žalobce, a to zejména tím, aby ve své reklamě, v souvislosti s ní a při propagaci svých služeb, především pak na internetových portálech, přestal užívat označení „hyposervis“. Žalobce totiž zjistil, že při vyhledání slova „hyposervis“ prostřednictvím internetového vyhledávače Seznam se v reklamním panelu zobrazil odkaz na webovou stránku hypo-centrum.cz, která obsahovala reklamní sdělení žalovaného včetně nabídky jeho služeb. Bylo tedy zcela zřejmé, že si žalovaný předmětné klíčové slovo „hyposervis“ zakoupil v rámci služby Sklik. Žalovaný se bránil tvrzením, že je slovo „hyposervis“ používáno jako synonymum pro komplexní služby poskytované v oblasti hypotečního financování, a to jak při komunikaci mezi hypotečními makléři, tak i při běžné komunikaci se zákazníky.

Soud prvního stupně žalobu zamítl s odůvodněním, že je označení „hyposervis“ používáno běžně, a to jako synonymum pro hypoteční službu nebo službu na trhu s hypotékami. Dle soudu je navíc spojením slov hypo a servis vymezen typ poskytovaného produktu, a to služeb spojených s hypotékami. Žalobce se proti rozsudku v plném rozsahu odvolal.

Odvolací soud se se závěry soudu prvního stupně, zejména že slovo „hyposervis“ je slovem obecným a běžně používaným pro označení druhu služeb, neztotožnil. Naopak dle odvolacího soudu lze situaci, kdy žalovaný jako klíčové slovo zvolil slovo zcela totožné se zněním celého kmene obchodní firmy žalobce, a to za účelem vlastní propagace, považovat za jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže. Své rozhodnutí soud odůvodnil skutečností, že uživatelé internetu, kteří zadají do internetového vyhledávače klíčové slovo shodné s obchodní firmou žalobce, očekávají, že se jim zobrazí výlučně nabídka služeb žalobce a odkaz na jeho webové stránky. Toho žalovaný zneužil, přestože existovalo značné množství jiných vhodných klíčových slov, které mohl pro svou reklamu využít.

---

<sup>99</sup> In: MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*, s. 430 - 437.



Na základě výše uvedených skutečností odvolací soud došel k závěru, že žalovaný svým jednáním naplnil generální klauzuli nekalé soutěže a zákonnou skutkovou podstatu klamavé označení zboží a služeb dle § 46 ObchZ, vyvolání nebezpečí záměny dle § 47 ObchZ a parazitování na pověsti ve smyslu § 48 ObchZ.<sup>100</sup>

#### 4.5.3 Reakce ze strany internetových vyhledávačů

Internetové vyhledávače zareagovaly na velké množství soudních sporů, které vznikly v souvislosti s prodejem klíčových slov, a to zvláště těch, jež jsou též ochrannými známkami. Například vyhledávač Google zpřístupnil formulář Trademark Complaint Form,<sup>101</sup> který vlastníkům ochranných známek umožňuje požádat o úplné omezení používání jejich ochranných známek v rámci služby AdWords, případně částečné omezení vůči některým inzerentům.<sup>102</sup> Ani tento krok nezabránil sporům mezi vlastníky ochranných známek a inzerenty, kteří službu AdWords využívají.

Německý Spolkový soudní dvůr na jaře roku 2015 řešil soudní spor týkající se omezení užívání ochranné známky v rámci služby AdWords právě na základě formuláře Trademark Complaint Form.<sup>103</sup> Žalobcem byla společnost vykupující a následně prodávající použité hodinky značky Rolex. Žalovaným pak byla společnost, která hodinky značky Rolex vyrábí a je též vlastníkem stejnojmenné ochranné známky Společenství. Žalobce měl zájem propagovat jeho činnost prostřednictvím služby AdWords a klíčového slova „Rolex“, což mu nebylo umožněno na základě žádosti žalovaného, který jakožto vlastník ochranné známky „Rolex“ omezil její užití v rámci služby AdWords. Toto jednání však žalobce považoval za úmyslné zabraňování jinému

---

<sup>100</sup> Dle Občanského zákoníku by se jednalo analogicky o klamavé označení zboží a služby dle 2978 ObčZ, vyvolání nebezpečí záměny ve smyslu § 2981 ObčZ a parazitování na pověsti ve smyslu § 2882 ObčZ.

<sup>101</sup> Trademark Complaint Form. *Google AdWords*. [online]. 7. 7. 2015 [cit. 2015-07-07]. Dostupné z: [https://services.google.com/inquiry/aw\\_tmcomplaint](https://services.google.com/inquiry/aw_tmcomplaint).

<sup>102</sup> Obdobný formulář je též zpřístupněn v rámci služby Sklik na následující webové stránce: <http://napoveda.sklik.cz/pravidla/ochranne-znamky/>.

<sup>103</sup> Rozhodnutí Bundesgerichtshof ze dne 12. března 2015, sp. zn. I ZR 188/13. Dostupné z: <http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&Datum=Aktuell&Sort=12288&nr=70827&pos=29&anz=526&Blank=1.pdf>.

soutěžiteli dle § 4 odst. 10 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb<sup>104</sup> (česky Zákon proti nekalé soutěži), které je v Německu považováno za nekalou obchodní praktiku.

Spolkový soudní dvůr se s tvrzením žalobce ztotožnil a rozhodl, že žalobce byl oprávněn užít slovo „Rolex“ jako klíčové slovo v rámci služby AdWords, jelikož již došlo k vyčerpání práv k ochranné známce žalovaného vzhledem ke zboží, které mělo být předmětem reklamy žalobce. Žalovaný tedy nebyl oprávněn zakázat užití jeho ochranné známky v rámci služby AdWords.

Na druhou stranu Spolkový soudní dvůr zdůraznil, že k výše uvedenému závěru by nedospěl, pokud by práva k předmětné ochranné známce nebyla vyčerpána a docházelo by k zásahu do práv k ochranné známce,<sup>105</sup> a v souvislosti s tím pravděpodobně i k nekalosoutěžnímu jednání.

Výše uvedený případ dokazuje, že i snaha internetových vyhledávačů o omezení sporů souvisejících s prodejem klíčových slov není zcela efektivním řešením, nelze však popřít určitý posun k lepšímu. Je však třeba pamatovat na to, že tato iniciativa se týká pouze klíčových slov shodných s ochrannými známkami, nikoliv jiným chráněným označením.

---

<sup>104</sup> Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ze dne 3. července 2004, dostupný z: [http://www.gesetze-im-internet.de/uwg\\_2004/](http://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/).

<sup>105</sup> Srov. ROHLFING, Stephanie. German Federal High Court qualifies refusal of consent for legal Adword-advertisement of a competitor as unfair commercial practice. In: *IPT GERMANY BLOG*. [online]. 15. 6. 2015 [cit. 2015-07-07]. Dostupné z: <http://blogs.dlapiper.com/iptgermany/2015/06/15/german-federal-high-court-qualifies-refusal-of-consent-for-legal-adword-advertisement-of-a-competitor-as-unfair-commercial-practice/>. Dále též FEDERAL COURT OF JUSTICE ON LUXURY BRANDS IN GOOGLE ADWORD ADS. *Noerr*. [online]. 18. 5. 2015 [cit. 2015-07-07]. Dostupné z: <http://www.noerr.com/en/press-publications/News/federal-court-of-justice-on-luxury-brands-in-google-adword-ads.aspx>.

## 4.6 Cybersquatting

### 4.6.1 Obecně

Definice pojmu cybersquatting existuje v dnešní době nepřehledné množství. Kupříkladu Radim Polčák<sup>106</sup> jej definuje jako specifickou formu zabraňovací soutěže, která spočívá ve zneužití principů přidělování doménových jmen, a subjekt, který předmětné doménové jméno registruje, čímž vylučuje možnost další registrace doménového jména ve shodném znění.<sup>107</sup> Poněkud konkrétnější definici přináší Lukáš Jansa,<sup>108</sup> který cybersquatting vysvětluje následovně:

*„Cybersquattingem se rozumí spekulativní registrace doménového jména, a to např.:*

- a) shodného s obchodní firmou, názvem výrobku nebo ochrannou známkou jiné osoby, a to s jakoukoliv koncovkou, např. .cz, .com nebo .net;*
- b) zaměnitelného s obchodní firmou, názvem výrobku nebo ochrannou známkou jiné osoby, kdy podobnost bráno z pohledu běžného uživatele internetu je evidentní;*

*to vše s cílem získání jakéhokoliv majetkového či nemajetkového prospěchu na úkor jiné osoby.*<sup>109</sup>

Vlastní definici cybersquattingu přináší též Zásady jednotného řešení doménových sporů (v originále The Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy a dále jen „UDRP“),<sup>110</sup> které byly přijaty organizací ICANN<sup>111</sup> jakožto prostředek boje

---

<sup>106</sup> Radim Polčák působí jako vedoucí Ústavu práva a technologií na Právnické fakultě Masarykovy univerzity.

<sup>107</sup> POLČÁK, Radim. Nekalosoutěžní agrese na internetu. *Právní rozhledy*. 2005, roč. 13, č. 13, s. 473 - 477. ISSN 1210-6410.

<sup>108</sup> Lukáš Jansa patří mezi přední odborníky na právo informačních technologií v České republice.

<sup>109</sup> JANSÁ, Lukáš. Cybersquatting a jeho podoby. In: *Právo IT* [online]. 22. 9. 2008. [cit. 2015-09-14]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/cybersquatting-a-jeho-podoby>.

<sup>110</sup> Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy. *Icann.org* [online]. 24. 10. 1999 [cit. 2015-09-14]. Dostupné z: <https://www.icann.org/resources/pages/policy-2012-02-25-en>.

<sup>111</sup> ICANN je neziskovou organizací, která byla založena 18. září 1998. Mezi její úkoly mimo jiné patří přidělování a správa doménových jmen.

proti této formě doménového pirátství.<sup>112</sup> Čl. 4(a) UDRP stanovuje tři podmínky, které musí být splněny, aby se jednalo o cybersquatting. Těmi jsou:

1. doménové jméno je shodné nebo zaměnitelné s ochrannou známkou nebo označením služeb žalobce,
2. nedostatek práv nebo oprávněných zájmů k doménovému jménu,
3. registrace a užití doménového jména ve zlé víře.

Následující čl. 4(b) UDPR pak demonstrativně uvádí příklady jednání, které splňují výše uvedené podmínky, a lze je tedy označit jakožto cybersquatting. Jedná se o:

1. registraci nebo jiné získání doménového jména za účelem jeho dalšího prodeje, pronájmu nebo jiného převodu,
2. registraci doménového jména s cílem zabránit vlastníkovu ochranné známky v jejím užití v odpovídajícím doménovém jménu,
3. registraci doménového jména s cílem narušit obchodní činnost jiného soutěžitele,
4. užití doménového jména s cílem přilákat uživatele internetu na vlastní webové stránky vytvořením pravděpodobnosti záměny s ochrannou známkou jiného soutěžitele, a to za účelem dosažení zisku.

Kromě toho, že je jednání odpovídající cybersquattingu v rámci českého právního řádu způsobilé naplnit generální klauzuli nekalé soutěže a též některé její zákonné skutkové podstaty, o čemž se budu podrobněji zmiňovat v oddílu 4.6.3 této práce, může také směřovat k porušení práva k obchodní firmě ve smyslu § 423 odst. 2 ObčZ či práva k ochranné známce ve smyslu § 8 Zákona o ochranných známkách. V některých případech závažnějšího charakteru může být takovým jednáním naplněna skutková podstata trestných činů, jejichž objektem je hospodářská soutěž či duševní vlastnictví.<sup>113</sup>

---

<sup>112</sup> Srov. LOEBL, Zdeněk. Nekalá soutěž v souvislosti s internetem (1. část). *CEAG – Central European Advisory Group*. 2002. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].

<sup>113</sup> JANSA, Lukáš. *Cybersquatting a jeho podoby*.

## 4.6.2 Cybersquatting a jeho formy

Jak vyplývá z výše uvedených definic cybersquattingu, tento pojem zahrnuje poměrně širokou škálu praktik spočívajících v registraci doménového jména s cílem získání neoprávněné výhody, a to na úkor jiného soutěžitele. V této kapitole se proto budu podrobněji zabývat nejčastějšími formami projevu cybersquattingu v dnešní době.

### Cybersquatting v užším slova smyslu (též klasický cybersquatting)

Jedná se o spekulativní jednání spočívající v registraci doménového jména, které je shodné nebo zaměnitelné s ochrannou známkou, obchodní firmou či jiným chráněným označením, k němuž je oprávněna jiná osoba, přičemž hlavním cílem takového jednání je získání prospěchu. Cybersquatter v tomto případě zneužívá zásady „first come, first served“,<sup>114</sup> která se při registraci doménových jmen uplatňuje.

Cybersquatter může z výše popsaného jednání profitovat hned několik způsoby. V případě, že jako doménové jméno užije veřejnosti důvěrně známé označení, generuje zisk především prostřednictvím značného množství návštěv webové stránky, na níž doménové jméno odkazuje, jelikož ji uživatelé internetu navštěvují v důvěře, že ji provozuje vlastník chráněného označení. Dalším způsobem je možnost nabídnutí doménového jména k prodeji vlastníkovému chráněného označení nebo pouhé vyčkávání, až se na ně vlastník sám obrátí poté, co zjistí, že je doménové jméno již obsazeno. Pokud k prodeji nedojde, začnou někteří cybersquatteři umisťovat na danou website závadný obsah,<sup>115</sup> který má vlastníka chráněného označení motivovat k odkoupení doménového jména.<sup>116</sup> Pravděpodobněji nejznámějším cybersquatterem a „průkopníkem“ v této oblasti je Dennis Toepfen, který si v roce 1995 zaregistroval cca 200 doménových jmen korespondujících jak s obecnými jmény (např. hydrogen.com), tak s ochrannými známkami úspěšných společností

---

<sup>114</sup> Ve volném překladu tato zásada znamená „kdo první přijde, ten registruje“. V rámci jedné domény totiž není technicky možné registrovat doménové jméno vícekrát než jednou.

<sup>115</sup> Jako závadný obsah lze obdobně jako v případě metody linkingu označit obsah explicitní či obsah vrhající negativní světlo na soutěžitele, jenž předmětné chráněné označení oprávněně používá v obchodním styku.

<sup>116</sup> Srov. NATHENSON, Ira. Showdown at the Domain Name Corral: Property Rights and Personal Jurisdiction Over Squatters, Poachers and Other Parasites. In: *University of Pittsburgh Law Review* [online]. 1997, roč. 58, č. 4, s. 925 - 927 [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: [http://works.bepress.com/ira\\_nathenson/3](http://works.bepress.com/ira_nathenson/3).

(např. panavision.com nebo deltaairlines.com). Některé z postižených společností vedly s Teoppenem soudní spory, jiné od něj raději doménové jméno přímo odkoupily.<sup>117</sup>

### **Typosquatting**

Další z forem cybersquattingu je typosquatting, který spočívá v registraci doménového jména, jež se od ochranné známky či jiného chráněného označení a doménového jména, které s nimi koresponduje, liší jen nepatrně. Odlišnost pak nalézáme v rozdílném slovosledu (např. yuotube.com namísto youtube.com), vynechání některého písmene z názvu (např. gogle.com místo google.com) či jeho nahrazení písmenem jiným (např. fakebook.com namísto facebook.com). Typosquatteré však využívají i odlišných výslovností chráněného označení, které se odchyľují od jeho psané formy, zaměnění jednotného a množného čísla podstatných jmen, častých gramatických chyb či odlišného rozvržení klávesnice (např. seynam.cz místo seznam.cz).<sup>118</sup>

Tato forma cybersquattingu zaznamenává největší úspěch při zadávání doménového jména přímo do příkazového řádku internetového prohlížeče, kdy uživatel internetu nejpravděpodobněji udělá chybu a „překlikne“ se způsobem, který typosquatter předpokládá.

Typosquatter ze svého jednání může těžit po finanční stránce, a to zejména umístěním placené reklamy.<sup>119</sup> Za současného použití metody aktivního linkingu může též typosquatter uživatele internetu přeměřovat na website náležející konkurenci či na website s nevhodným obsahem, přičemž v obou případech takové jednání vede k poškození vlastníka chráněného označení, s nímž je typosquattingové doménové jméno zaměnitelné. Variantou je též umístění malware.<sup>120</sup>

---

<sup>117</sup> Dennis Toeppen ~ Suburban Express. *Toeppen: Domain Speculation*. [online]. [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: <http://www.toeppen.com/>.

<sup>118</sup> Srov. HALÁSZ, Bálint. The Changing World of Cybersquatting, Usual Methods, New Phenomena and Possible Answers. In: *Masaryk University Journal of Law and Technology* [online]. 2007, roč. 1, č. 1, s. 246 - 247 [cit. 2015-09-15]. ISSN 1802-5951. Dostupné z: <https://journals.muni.cz/mujlt/article/view/2446/2010>.

<sup>119</sup> Srov. poznámku pod čarou č. 66 této práce.

<sup>120</sup> Pojem „malware“ označuje software, jehož cílem je poškození určitého systému či dat. Srov. SZURDI, Janos; KOCSO, Balazs; CSEH, Gabor; SPRING, Jonathan; FELEGYHAZI, Mark; KANICH, Chris. *The Long “Taile” of Typosquatting Domain Names*. In: *USENIX*. [online]. 2014, s. 192 - 193 [cit. 2015-09-15]. ISBN 978-1-931971-15-7. Dostupné z: <https://www.usenix.org/system/files/conference/usenixsecurity14/sec14-paper-szurdi.pdf>.

## Reverse Domain Name Hijacking

Reverse Domain Name Hijacking je specifickou formou cybersquattingu, která vznikla jako nežádoucí důsledek a zneužití UDRP.<sup>121</sup> Definici tohoto pojmu nalezneme v čl. 1 Pravidel pro jednotné řešení doménových sporů (v originále Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy a dále jen „Pravidla UDRP“),<sup>122</sup> a to jako využití UDRP ve zlé víře při pokusu připravit držitele zaregistrovaného doménového jména o toto doménové jméno.

V tomto případě se zpravidla vlastníkem ochranné známky snaží účelově získat doménové jméno značné hodnoty, které je shodné s jeho ochrannou známkou a jež si registroval jiný subjekt, avšak v dobré víře a zpravidla ještě předtím, že vlastníkem ochranné známky podal přihlášku k registraci předmětné ochranné známky. Vlastník ochranné známky se tak snaží vyvolat umělý spor na základě pravidel stanovených v UDRP, která mu však nesvědčí.

Na výše popsanou situaci reaguje čl. 15 písm. e) Pravidel UDRP. Ten stanoví, že pokud byl žalobní návrh podán ve zlé víře, kterou se například myslí případy Reverse Domain Name Hijackingu nebo jeho podání s cílem obtěžovat držitele doménového jména, rozhodčí panel rozhodne, že žalobní návrh byl podán ve zlé víře a jako takový představuje zneužití administrativního procesu dle UDRP.

## Některé další formy cybersquattingu či zneužití doménových jmen

Cílem **blokační registrace** je primárně vyloučení možnosti registrace shodného doménového jména. Nejčastěji bývají takto registrována doménová jména shodná s chráněným označením, které oprávněně užívá jiný soutěžitel, jenž bude následkem takového jednání znevýhodněn, a to zejména tím, že bude pro své doménové jméno nucen hledat méně vhodné alternativy. Osoba, která za tímto účelem doménové jméno registrovala, jej ani nemusí fakticky užívat, protože svého cíle dosáhla již jeho pouhým obsazením.<sup>123</sup>

---

<sup>121</sup> Registration Abuse Policies Working Group Final Report. *Icann.org*. [online]. 29. 5. 2009 [cit. 2015-09-14]. Dostupné z: <http://gnso.icann.org/en/issues/rap/rap-wg-final-report-29may10-en.pdf>.

<sup>122</sup> Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy. *Icann.org* [online]. 30. 10. 2009 [cit. 2015-09-15]. Dostupné : <https://www.icann.org/resources/pages/rules-be-2012-02-25-en>.

<sup>123</sup> POLČÁK, Radim. *Nekalosoutěžní agrese na internetu*, s. 473 - 477.

V rámci **domain tastingu** spekulanti zneužívají tzv. Add Grace Period.<sup>124</sup> Jedná se o období v délce pěti dnů, které nastává po podání žádosti o registraci doménového jména a v rámci kterého je možné registraci zrušit za současného vrácení registračního poplatku. V tomto krátkém období se spekulanti snaží zejména odhadnout ekonomickou hodnotu a potenciál návštěvnosti předmětného doménového jména.<sup>125</sup> Vzhledem k tomu, že se tato praktika v minulosti „vymkla kontrole“ a byla masově zneužívána, zavedl ICANN omezující opatření.<sup>126</sup>

Na stejném principu jako domain tasting funguje metoda zvaná **domain kiting**. V tomto případě však spekulant opakovaně registruje totéž doménové jméno, přičemž v rámci výše zmíněné Add Grace Period registraci ruší, aby ji vzápětí opět obnovil. To vede k tomu, že spekulant užívá předmětné doménové jméno zcela zdarma.<sup>127</sup>

**Předběžná spekulace** operuje s označeními, která v době registrace doménového jména nemají žádnou hodnotu, avšak v budoucnu ji v souvislosti s některou předpokládanou skutečností získají.<sup>128</sup>

---

<sup>124</sup> AGP (Add Grace Period) Limits Policy. *Icann.org*. [online]. [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: <https://www.icann.org/resources/pages/agp-policy-2008-12-17-en>.

<sup>125</sup> Srov. HALÁSZ, Bálint. *The Changing World of Cybersquatting, Usual Methods, New Phenomena and Possible Answers*, s. 247.

<sup>126</sup> V případě, že počet zrušených registrací v průběhu Add Grace Period přesáhne v rámci jednoho měsíce stanovený limit, není registrátorovi vrácen registrační poplatek za každé zrušené doménové jméno, který takový limit přesáhne. Bez postihu je možné zrušit buď 10% doménových jmen z celkového počtu všech doménových jmen zaregistrovaných jedním registrátorem v daném měsíci nebo 50 doménových jmen, a to podle toho, která hodnota je vyšší. Zavedením tohoto opatření poklesl počet zrušených doménových jmen v Add Grace Period o 99,7 %. Srov. The End of Domain Tasting. Status Report on AGP Measures. *Icann.org*. [online]. 12. 8. 2009 [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: <https://www.icann.org/en/system/files/files/agp-status-report-12aug09-en.pdf>.

<sup>127</sup> Srov. HALÁSZ, Bálint. *The Changing World of Cybersquatting, Usual Methods, New Phenomena and Possible Answers*, s. 247.

<sup>128</sup> Rogers Cadenhead v roce 2005 registroval několik doménových jmen, která obsahovala potenciální jména budoucího papeže, a to na základě znalosti historických souvislostí. Nakonec se ukázalo, že jedno z registrovaných doménových jmen skutečně odpovídalo jménu budoucího papeže, a to BenedictXVI.com. Srov. McGUIRE, David. Florida Man Registers BenedictXVI.com Name. In: *The Washington Post: Technology*. [online]. 20. 4. 2005 [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A3122-2005Apr19.html>. Příkladem však může být i registrace doménových jmen letistevh.cz a letistevaclavahavla.cz v návaznosti na přejmenování pražského letiště na Letiště Václava Havla Praha. To však zůstalo u svého původního doménového jména prg.aero.



### 4.6.3 Cybersquatting z hlediska práva nekalé soutěže

Při pohledu na cybersquatting z hlediska práva nekalé soutěže, a to zejména způsobnosti naplnit generální klauzuli nekalé soutěže, se v rámci doktríny a judikatury vyvinulo několik specifických hledisek.

Pro posouzení první z podmínek generální klauzule nekalé soutěže, jednání v hospodářském styku, je třeba připomenout rozhodnutí Městského soudu v Praze ze dne 12. dubna 2001, sp. zn. Nc 1072/2001,<sup>129</sup> na které jsem poukazovala již v oddílu 2.1.1 této práce. V předmětném rozhodnutí se soud zabýval výkladem pojmů soutěžitel a hospodářská soutěž<sup>130</sup> v případě, kdy se dva subjekty poskytující služby zcela rozdílného druhu setkávají v prostředí internetu,<sup>131</sup> a došel k závěru, že i v takovém případě jsou žalobce a žalovaný soutěžiteli v hospodářské soutěži, a to přestože nebyli přímými soutěžiteli. Soud dále doplnil, že: „*Pokud žalovaný při nabídce svých služeb používá označení, které je podobné označení, jenž na stejném „trhu“ již dříve používá žalobce, jde nepochybně o jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže a takové jednání je objektivně způsobilé přivodit žalobci a potažmo i spotřebitelům (návštěvníkům Internetu) přivodit újmu.*“

Jednáním v hospodářské soutěži v souvislosti s doménovými jmény se později zabýval též Vrchní soud v Praze v rozsudku ze dne 25. dubna 2007, sp. zn. 3 Cmo 461/2006.<sup>132</sup> Konkrétně se jednalo o doménové jméno kaufland.cz, jež si zaregistroval spekulant, společnost ha-vel internet s.r.o. Ten jej však následně nevyužíval. Dle výše jmenovaného soudu žalovaný s žalobcem vstoupil do soutěžního vztahu už samotnou registrací doménového jména kaufland.cz, a to bez toho, aniž by mu pro použití takového označení svědčil jakýkoliv právní důvod či aby takové označení potřeboval

---

<sup>129</sup> Rozhodnutí Městského soudu v Praze ze dne 12. dubna 2001, sp. zn. Nc 1072/2001. In: Rozhodnutí Městského soudu v Praze (\"www.paegas.cz\") ze dne 12.4. 2001 sp.zn. Nc 1072/2001-7. *IT právo*. [online]. 21. 6. 2002 [cit. 2015-10-03]. Dostupné z: [http://www.itpravo.cz/index.shtml?AA\\_SL\\_Session=f6cc908547cee315645c9d6d2993555e&sh\\_itm=ce905f5a5c5e3dfae65e516298678229&all\\_ids=1#disc](http://www.itpravo.cz/index.shtml?AA_SL_Session=f6cc908547cee315645c9d6d2993555e&sh_itm=ce905f5a5c5e3dfae65e516298678229&all_ids=1#disc).

<sup>130</sup> Jak jsem zmiňovala v oddílu 2.1.1 této práce, pojem hospodářská soutěž je podmnožinou pojmu hospodářský styk.

<sup>131</sup> Žalovaný se pokusil využít všeobecné známosti žalobce, provozovatele mobilní sítě Paegas a vlastníka webových stránek dostupných pod doménovým jménem paegas.cz, a zaregistroval si doménové jméno www.paegas.cz. Na webovou stránku, která byla pod tímto doménovým jménem přístupná, pak umístoval explicitní obsah.

<sup>132</sup> In: MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*, s. 299 - 304.

ke své prezentaci, přičemž tímto jednáním žalovaný významně zasáhl do soutěžní pozice žalobce.

Dle judikatury se však v hospodářském styku mohou ocitnout i doposud neexistující subjekty, které teprve vzniknou. K takovému závěru došel soud ve sporu o doménové jméno tpca.cz, které si žalovaný zaregistroval ihned poté, co se v médiích objevil záměr dvou velkých automobilek Toyota Motor Corporation a Peugeot Citroen Automobiles, S.A. založit v České republice závod na výrobu automobilů označovaný právě jako TPCA.<sup>133</sup> Soud uzavřel, že pokud je existence vztahu hospodářské soutěže, jako jedné z podmínek naplnění generální klauzule nekalé soutěže, dovozována mezi osobami teprve připravujícími založení obchodní společnosti, a to vzhledem k pravděpodobnému soutěžiteli již existujícímu, je třeba obdobně posuzovat jednání existujícího subjektu vzhledem k osobám připravujícím založení obchodní společnosti, u níž se předpokládá, že zaujme určité místo na trhu.

Při posuzování druhé z podmínek generální klauzule nekalé soutěže, a to jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže, je nutné zachovat stejný přístup jako v prostředí mimo internet, a to z důvodu zachování právní jistoty.<sup>134</sup> V rozhodnutí ohledně doménového jména kaufland.cz, které jsem zmiňovala výše, soud uvedl několik skutečností, na základě kterých vzal za prokázané, že žalovaný jednal v rozporu s dobrými mravy soutěže. Dle soudu se jednalo zejména o skutečnost, že se žalovaný (i) snažil vyloučit žalobce z prezentace jeho služeb na internetu v rámci národní domény, (ii) doménové jméno neregistroval v dobré víře a chyběl mu jakýkoliv právní důvod, který by odůvodňoval registraci předmětného doménového jména, a (iii) po výzvě žalobce na něj doménové jméno dobrovolně nepřevedl.

---

<sup>133</sup> Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 15. ledna 2007, sp. zn. 3 Cmo 318/2006. In: HORÁČEK, Roman; MACEK, Jiří; BISKUPOVÁ, Eva. *Sbírka správních a soudních rozhodnutí ve věcech průmyslového vlastnictví. II. díl*, s. 136 - 141. Dále srov. např. Soudní spory o .cz doménu. *404M.COM*. [online]. 12. 11. 2012 [cit. 2015-09-17]. Dostupné z: <http://404m.com/2012/11/12/soudni-spory-o-cz-domenu/>, a DURAJOVÁ, Zuzana. Přednost registrace doménového jména před ochrannou známkou a obchodní firmou. In: *CZ.NIC: Blog zaměstnanců CZ.NIC*. [online]. 25. 6. 2014 [cit. 2015-10-17]. Dostupné z: <https://blog.nic.cz/2014/06/25/prednost-registrace-domenoveho-jmena-pred-ochrannou-znamkou-a-obchodni-firmou/>.

<sup>134</sup> Jedná se o dobré mravy ve smyslu právním a nikoliv o dobré mravy ve smyslu etickém, které byly v souvislosti s rozvojem internetu značně modifikovány. Srov. POLČÁK, Radim. Domény a právo proti nekalé soutěži (2) – Znaky generální klauzule. In: *IT právo*. [online]. 13. 11. 2002 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=109262>.

Přestože se tento rozbor týkal konkrétního případu, je dle mého názoru možné jej velmi dobře uplatnit i na širokou škálu jiných případů cybersquattingu. Lze tedy uzavřít, že jako příčící se dobrým mravům je možné označit především spekulativní zápisy doménových jmen, které jiným soutěžitelům znemožňují rozvoj soutěžní činnosti, či odstraňují rovné podmínky mezi soutěžiteli, a to tak, že spekulant registrací získává neoprávněné výhody na úkor postiženého soutěžitele.<sup>135</sup>

Jednání nesoucí znaky cybersquattingu je též způsobilé naplnit některé zákonné skutkové podstaty nekalé soutěže. S ohledem na konkrétní okolnosti jednotlivých případů se jedná zejména o následující:

- a) **Klamavá reklama dle § 2977 ObčZ** či **klamavé označení zboží a služeb dle § 2978 ObčZ**, a to v situaci, kdy je uživatel internetu uváděn v omyl vlastníkem doménového jména, jenž takto jedná s cílem podpořit odbyt svého nebo cizího zboží či služeb, a takové jednání je způsobilé ovlivnit hospodářské chování uživatelů internetu, případně vlastník doménového jména označí zboží či služby způsobem, který je způsobilý vyvolat mylnou domněnku týkající se původu, výrobce či vlastnosti zboží či služeb. Je však nutné podotknout, že v těchto případech bude mít nekalosoutěžní charakter především samotný obsah webové stránky dostupné pod předmětným doménovým jménem.
- b) **Vyvolání nebezpečí záměny dle § 2981 ObčZ** v případě, kdy bude jako doménové jméno registrováno jméno jiné osoby, označení závodu či výrobku jiného soutěžitele.
- c) **Parazitování na pověsti dle § 2982 ObčZ**, pakliže je registrováno doménové jméno s cílem zneužít pověsti závodu, výrobku nebo služby jiného soutěžitele a takové jednání umožňuje získat cybersquatterovi prospěch, kterého by jinak nedosáhl.
- d) **Zlehčování dle § 2984 ObčZ** v situaci, kdy vlastník doménového jména jedná způsobem, jímž o jiném soutěžiteli nebo jeho výrobcích uvádí nebo rozšiřuje nepravdivé údaje způsobilé přivodit mu újmu. Podobně jako v případě sub a) se tento případ vztahuje primárně na webové stránky, přístupné pod předmětným

---

<sup>135</sup> PELIKÁNOVÁ, Radka; ČERMÁK Jr., Karel. *Právní aspekty doménových jmen*. Praha: LINDE Praha, a.s., 2000, s. 164. ISBN 80-7201-245-2.

doménovým jménem, a jejich obsah, avšak lze nalézt případy vztahující se přímo na doménové jméno.<sup>136</sup>

Ze všech internetových nekalosoutěžních metod, kterým jsem se v této práci podrobněji zabývala, je právě cybersquattingu věnována největší pozornost, a to v národním i globálním měřítku. Za to může dle mého názoru fakt, že cybersquatting se na první pohled jeví jako nejvýraznější zásah do práv soutěžitelů, a to zejména v souvislosti v návaznosti na princip „first come, first served“, který se při registraci doménových jmen uplatňuje.

Vzhledem ke skutečnostem uvedeným v tomto oddílu, jakož i v rozboru judikatury související s cybersquattingem v oddíle následujícím, není dle mého názoru o způsobilosti cybersquattingu naplnit generální klauzuli nekalé soutěže, případně též některých zákonných skutkových podstat, pochyb.

#### 4.6.4 Judikatura

První zde jmenovaný spor se týkal doménových jmen **bilezbozi.cz** a **bilezbozi.com**.<sup>137</sup> Žalobcem byla společnost provozující e-shop s bílou technikou, která měla pro svoji činnost zaregistrované doménové jméno ve znění bilezbozi.cz a slovní ochrannou známku ve stejném znění. Žalobce měl též na website umístěnou databázi obsahující prezentaci prodávaného zboží, kterou si pro své účely nechal vytvořit od třetí osoby. Žalovaný, který se zabýval stejnou podnikatelskou činností jako žalobce, si následně nechal zaregistrovat doménové jméno bilezbozi.com, a na svoji website navíc zkopíroval část obsahu databáze žalobce, a to samozřejmě bez jeho souhlasu. Nejvyšší soud České republiky jako soud dovolací došel k závěru, že se žalovaný dopustil nekalosoutěžního jednání, neboť „...těžil z úsilí jiného podnikatele, využil jeho zkušeností, zneužil nápadů, které byly vloženy do reklamy a vývoje databáze jiného podnikatele, a tím získal výhodu nejen ve snížených nákladech,

---

<sup>136</sup> Názorným příkladem je doménové jméno „verizonreallysucks.com“, které v českém překladu znamená poněkud nevybíravé označení společnosti Verizon. Srov. MAŠTÁLKA, Ivan. Případ Verizonsucks.com – jak to opravdu bylo. In: *IT právo*. [online]. 25. 5. 2004 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=183067>, dále pak VERIZON ATTACKS CRITICAL DOMAIN NAMES. *2600 news*. [online]. 8. 5. 2000 [cit. 2015-10-03]. Dostupné z: <http://www.2600.com/news/view/article/322>.

<sup>137</sup> Rozsudek Nejvyššího soudu České republiky ze dne 3. května 2006, sp. zn. 32 Odo 447/2006. In: ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže*, s. 147 - 151.

*ale také v časové úspoře, tedy získal prospěch, jehož by vlastním vývojem databáze a zásadním odlišením svých internetových stránek nezískal.*“ Dle soudu byly též naplněny skutkové podstaty vyvolání nebezpečí záměny dle § 47 ObchZ a parazitování na pověsti ve smyslu § 48 ObchZ.<sup>138</sup>

Ve svém rozhodnutí též Nejvyšší soud odmítl dostatečnou rozlišovací způsobilost domén nejvyššího řádu, které v tomto případě spočívaly v dovětcích *cz* a *com*, a to s poukazem na skutečnost, že oba účastníci podnikali se shodným druhem výrobků. Dle soudu mohl být běžný uživatel internetu tímto uveden v omyl o tom, jakému soutěžiteli jím navštívené webové stránky patří, jakož i s kým uzavírá případný obchod. Soud též zdůraznil, že žalovaný měl na výběr nepřeberné množství jiných vhodných doménových jmen.

K obdobnému závěru došel též soud ve sporu týkajícím se doménových jmen **scarservice.cz** a **scanservis.cz**, kdy též oba vlastníci těchto doménových jmen podnikali ve stejném oboru.<sup>139</sup> Vrchní soud v Praze uzavřel, že pouze mírná odlišnost samotných domén a jejich fonetická zaměnitelnost, jakož i skutečnost, že jsou na nich prezentovány stejné služby, je způsobilá vyvolat nebezpečí záměny.

Odlišně od výše uvedených případů soud rozhodl spor provozovatelů doménových jmen **prace.cz** a **sprace.cz**, v rámci nichž oba dva zprostředkovali pro širokou veřejnost nabídky zaměstnání. Provozovatel doménového jména *prace.cz*, který si jej registroval o více než pět let dříve než bylo registrováno doménové jméno *sprace.cz*, se předběžným opatřením u soudu domáhal, aby bylo žalovanému zakázáno užívat doménové jméno *sprace.cz*.<sup>140</sup>

Odvolační soud se ztotožnil s rozhodnutím soudu prvního stupně a žalobci v tomto případě nevyhověl. Dle soudu je při posuzování zaměnitelnosti obou doménových jmen třeba vycházet z hlediska „průměrného uživatele internetu“, který je věci znalým spotřebitelem a který si je vědom důležitosti každého znaku použitého v označení doménového jména. Soud tedy rozhodl, že písmeno „s“ v daném případě postačí jako dostatečný rozlišovací znak, a to tím spíše v případě, kdy žalovaný

---

<sup>138</sup> V Občanském zákoníku nalezneme tyto skutkové podstaty v § 2981 ObčZ (vyvolání nebezpečí záměny) a § 2882 ObčZ (parazitování na pověsti).

<sup>139</sup> Usnesení Vrchního soudu v Praze ze dne 31. ledna 2002, sp. zn. Nc 1098/2001. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=93756>.

<sup>140</sup> Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 18. září 2007, sp. zn. 3 Cmo 122/2007. In: MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*, s. 325 - 331.

prokázal návaznost užití tohoto prvku v rámci jiných podobných označení požívaných pro účely jeho podnikání. Vizualní vzhled webové stránky dostupné pod doménovým jménem sprace.cz též vylučoval jakoukoli možnost jejího zaměnění s webovou stránkou dostupnou pod doménovým jménem prace.cz.

Dle soudu tedy nelze volbu a užívání doménového jména sprace.cz považovat za jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže, generální klauzule nekalé soutěže proto nebyla naplněna.

Ze zdánlivě ambivalentní rozhodovací praxe soudů vyplývá, že je třeba všechny případy vyvolání nebezpečí záměny v souvislosti s doménovými jmény posuzovat dle okolností jednotlivých případů. Jako rozhodující se zpravidla jeví následující skutečnosti: (i) zda jsou údajně zaměnitelná doménová jména tvořena obecným označením či označením shodným či zaměnitelným s ochrannou známkou nebo jinými chráněnými označeními, (ii) zda měly osoby, které si údajně registrovaly zaměnitelná doménová jména, pro takové jednání ospravedlnitelný důvod, (iii) předmět činnosti osob, které si registrovaly údajně zaměnitelná doménová jména, (iv) vzhled, obsah a uspořádání webových stránek, na které údajně zaměnitelná doménová jména odkazují.

Na tomto místě bych si též ráda dovolila uvést jeden poměrně medializovaný a též kuriózní případ cybersquattingu související se vstupem ruské banky Sberbank na český trh a registrací doménového jména **sberbank.cz**. Spekulant, který projevil jistou dávkou vynalézavosti, totiž kromě obsazení výše zmíněného doménového jména založil i obchodní společnost Sběr baňk s.r.o. a podal přihlášku k registraci kombinované ochranné známky. Rozhodčí soud při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky, který ve věci rozhodoval, došel k předpokládanému rozhodnutí, dle kterého spekulant porušil práva k ochranné známce společnosti Sberbank a jednal v rozporu s dobrými mravy soutěže.<sup>141</sup>

---

<sup>141</sup> Rozhodčí nález Rozhodčího soudu při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky č. 00266 ze dne 18. března 2014. Srov. HOVORKA, Jiří. Sberbank vyhrála spor o doménu. Trik se Sběr baňk nepomohl. In: *Aktuálně.cz*. [online]. 8. 4. 2014 [cit. 2015-10-03]. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/sberbank-ziskala-jednoduchou-domenu-porazila-sber-bank/r~f746fa36be6511e3b6f8002590604f2e/>.

Ve spojitosti s cybersquattingem si dovoluji opětovně upozornit na rozsudek Soudního dvora EU *Belgian Electronic Sorting Technology*,<sup>142</sup> kterému jsem se podrobněji věnovala v oddílu 4.4.2 této práce v souvislosti s meta-taggingem. V předmětném rozhodnutí došel Soudní dvůr EU k závěru, že i užívání doménového jména je třeba považovat za předvedení, jehož cílem je podpora odbytu zboží nebo poskytnutí služeb ve smyslu čl. 2 bodu 1 Směrnice o klamavé reklamě a čl. 2 písm. a) Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě, tedy za reklamu. Za tu však naopak nelze považovat pouhou registraci doménového jména, jelikož s tímto aktem není spojeno vytvoření webové stránky, která by byla pod takovým doménovým jménem přístupná.

---

<sup>142</sup> Rozsudek soudního dvora EU ze dne 11. července 2013, sp. zn. C-657/11. Dostupný z: [http://curia.europa.eu/juris/document/document\\_print.jsf;jsessionid=9ea7d2dc30db49e5eed43a724489b7e1d49868af9790.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuLc3j0?doclang=CS&text=&pageIndex=2&part=1&mode=DOC&docid=139411&occ=first&dir=&cid=25749](http://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf;jsessionid=9ea7d2dc30db49e5eed43a724489b7e1d49868af9790.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuLc3j0?doclang=CS&text=&pageIndex=2&part=1&mode=DOC&docid=139411&occ=first&dir=&cid=25749).

## Závěr

Cílem této práce bylo poskytnout pokud možno co nejucelenější přehled internetových nekalých praktik specifických pro prostředí internetu, dále pak zhodnocení jejich způsobilosti naplnit generální klauzuli nekalé soutěže, případně též jejich některých zákonných skutkových podstat, a v neposlední řadě souhrn související judikatury českých i zahraničních soudů.

V první kapitole této práce jsem se krátce pozastavila u úpravy nekalé soutěži na úrovni práva Evropské unie. Zejména v rámci sekundárního práva lze spatřit snahu o rozdělení práva nekalé soutěže do dvou hlavních větví, kterými jsou (i) vztahy mezi obchodníky zastoupené Směrnicí o klamavé a srovnávací reklamě, a (ii) vztahy mezi obchodníky a spotřebiteli, jež reguluje Směrnice o nekalých obchodních praktikách.

Následně jsem se zaměřila na úpravu nekalé soutěže v Občanském zákoníku, a to zejména její generální klauzuli, kterou nalezneme v ustanovení § 2976 odst. 1 ObčZ. Jednotlivé podmínky generální klauzule jsem pak analyzovala s ohledem na specifické prostředí internetu, a to s pomocí související odborné literatury a judikatury. To posloužilo jako východisko pro posouzení jednotlivých nekalosoutěžních metod právě z hlediska způsobilosti naplnit generální klauzuli.

Jakožto třetí kapitolu jsem zařadila vysvětlení základních pojmů pojících se s prostředím internetu, jejichž správný výklad byl pro následující text této práce klíčový.

Jádrem této práce je kapitola čtvrtá, která dopodrobna rozebírá jednotlivé nekalosoutěžní praktiky, se kterými se lze v prostředí internetu setkat. Jak jsem avizovala již v úvodu, s ohledem na požadovaný rozsah diplomové práce jsem se zaměřila na šest vybraných nekalosoutěžních metod, které lze realizovat pouze v prostředí internetu a nikoliv mimo něj. Jelikož se jedná o oblast, která dle mého názoru není v české odborné literatuře věnována dostatečná pozornost, bylo mým cílem přiblížit tyto praktiky nejen z hlediska práva nekalé soutěže, ale též vysvětlit principy jejich fungování.



Vzhledem k univerzálnosti generální klauzule nekalé soutěže se domnívám, že ta plní svoji funkci náležitě i v prostředí internetu. To vyplývá též z nastíněné judikatury českých soudů, které se s aspekty specifickými pro toto prostředí vypořádaly dle mého názoru dobře. Proti judikatuře zahraniční je však nutné upozornit na menší počet doposud judikovaných případů, což je pravděpodobně zapříčiněno nižším povědomím o internetových nekalých praktikách, jakož i určitou „opožděností“ českého internetového prostředí vůbec.

Z rozboru jednotlivých internetových nekalosoutěžních praktik též vyplynula uplatnitelnost stávajících zákonných skutkových podstat nekalé soutěže, jejichž drtivá většina se v českém právním řádu v téměř totožné podobě vyskytuje již od počátku 90. let 20. století,<sup>143</sup> tedy od doby, kdy se prostředí internetu teprve rozvíjelo a nebyl plně objeven jeho obchodní potenciál.

S ohledem na výše uvedené skutečnosti tedy nevidím důvod, aby byla současná právní úprava *de lege ferenda* měněna či jakkoli přizpůsobována prostředí internetu. Naopak univerzálnost nekalosoutěžní úpravy je dle mého názoru výhodou. Navíc fakt, že její právní úprava neprochází překotnými změnami, posiluje princip právní jistoty.

Jako nejvíc problematické se z mého pohledu tedy jeví především nízké povědomí o nekalých praktikách vyskytujících se v internetovém prostředí (mimo cybersquattingu, jemuž je jako jedinému věnována větší pozornost), a to jak ze strany soutěžitelů, tak ze strany zákazníků. To může vést až k deformaci soutěžního prostředí v rámci internetu, což s ohledem na jeho stále rostoucí význam stojí za mnohem větší pozorností než je mu v současné době věnována.

---

<sup>143</sup> Některé ze současných zákonných skutkových podstat nekalé soutěže navíc bylo ve více či méně obdobné podobě možné nalézt již v Zákoně proti nekalé soutěži.

## Seznam zkratek

<b>ccTLDs</b>	country code Top Level Domains
<b>DNS</b>	Domain Name System
<b>gTLDs</b>	generic Top Level Domains
<b>HTML</b>	HyperText Markup Language
<b>IANA</b>	Internet Assigned Numbers Authority
<b>ICANN</b>	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers
<b>Občanský zákoník či ObčZ</b>	zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
<b>Obchodní zákoník či ObchZ</b>	zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů
<b>Pařížská úmluva</b>	Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví
<b>Pravidla UDRP</b>	Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy
<b>SEO</b>	Search Engine Optimization
<b>Směrnice o klamavé a srovnávací reklamě</b>	Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2009 o klamavé a srovnávací reklamě v kodifikovaném znění
<b>Směrnice o klamavé reklamě</b>	Směrnice Rady č. 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy

<b>Směrnice o nekalých obchodních praktikách</b>	Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu
<b>Smlouva o fungování EU</b>	Smlouva o fungování Evropské unie
<b>Soudní dvůr EU</b>	Soudní dvůr Evropské unie
<b>TLDs</b>	Top Level Domains
<b>UDRP</b>	The Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy
<b>URL</b>	Uniform Resource Locator
<b>WWW</b>	World Wide Web
<b>Zákon o ochranných známkách</b>	zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů
<b>Zákon proti nekalé soutěži</b>	zákon č. 111/1927 Sb. z. a n., proti nekalé soutěži

## Seznam citované a použité literatury a dalších zdrojů

### Právní předpisy České republiky

1. Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].
2. Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].
3. Zákon č. 152/2000 Sb., kterým se mění zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].
4. Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].
5. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].

### Mezinárodní smlouvy

1. Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví. Dostupná z: <http://www.osn.cz/wp-content/uploads/2015/04/Parizska-umluva.pdf>.

### Právní předpisy Evropské unie, zahraniční a historické právní předpisy

1. Směrnice Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o sblížení právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy. In: EUR-lex [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 10. 2015]. Dostupná z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L:1984:250:FULL&from=CS>.
2. Směrnice Evropského Parlamentu a Rady 97/55/ES ze dne 6. října 1997, kterou se mění směrnice 84/450/EHS o klamavé reklamě tak, aby zahrnovala srovnávací reklamu. In: EUR-lex [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 10. 2015]. Dostupná z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997L0055:CS:HTML>.
3. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu. In: EUR lex [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 10. 2015]. Dostupná z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:149:0022:0039:cs:PDF>.
4. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2009 o klamavé a srovnávací reklamě v kodifikovaném znění. In: EUR-lex [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 10. 2015]. Dostupná z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:376:0021:0027:CS:PDF>.

5. Smlouva o fungování Evropské unie. In: EUR-lex [právní informační systém]. Úřad pro publikace Evropské unie [cit. 12. 10. 2015]. Dostupná z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012E/TXT&from=CS>.
6. SPOLKOVÁ REPUBLIKA NĚMECKO. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ze dne 3. července 2004. Dostupný z: [http://www.gesetze-im-internet.de/uwg\\_2004/](http://www.gesetze-im-internet.de/uwg_2004/).
7. Zákon č. 111/1927 Sb. z. a n., proti nekalé soutěži. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].

## Monografie

1. DAVIDSON, Alan. *The Law of Electronic Commerce*. Melbourne: Cambridge University Press, 2009, 438 s. ISBN 978-0-521-67865-0.
2. ELIÁŠ, Karel et al. *Nový občanský zákoník s aktualizovanou důvodovou zprávou a rejstříkem*. Ostrava: Sagit, 2012, 1119 s. ISBN 978-80-7208-922-2.
3. ELIÁŠ, Karel; BEJČEK, Josef; HAJN, Petr; JEŽEK, Jiří et al. *Kurs obchodního práva. Obecná část. Soutěžní právo*. 5. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007, 610 s. ISBN 978-80-7179-583-4.
4. FISHER, Mark A.; PERLE E. Gabriel; WILLIAMS John Taylor. *Perle, Williams & Fischer on Publishing Law*. 4. vyd. Gaithersburg: Aspen Publishers Inc., 2013, 1320 s. ISBN 978-07-3556-718-4.
5. HAJN, Petr. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. Brno: Masarykova univerzita, 2000. 329 s. ISBN 80-210-2282-5.
6. HLAVENKA, Jiří et al. *Výkladový slovník výpočetní techniky a komunikací*. 3. vyd. Praha: Computer Press, 1997. 452 s. ISBN 80-7226-023-5.
7. HORÁČEK, Roman; MACEK, Jiří; BISKUPOVÁ, Eva. *Sbírka správních a soudních rozhodnutí ve věcech průmyslového vlastnictví*. II. díl. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2011, 630 s. ISBN 978-80-7400-375-2.
8. MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže*. II. díl. Praha: C. H. Beck, 2011, 616 s. ISBN 978-80-7400-410-0.
9. MacGREGOR PELIKÁNOVÁ, Radka. *Pojetí doménových jmen ve vybraných perspektivách a jejich důsledky*. Praha: KEY Publishing s.r.o., 2015, 180 s. ISBN 978-80-7418-227-3.
10. ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2014, 384 s. ISBN 978-80-7400-522-0.
11. ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže*. Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s., 2011, 304 s. ISBN 978-80-7357-670-7.
12. PELIKÁNOVÁ, Radka; ČERMÁK Jr., Karel. *Právní aspekty doménových jmen*. Praha: LINDE Praha, a.s., 2000, 210 s. ISBN 80-7201-245-2.
13. SCHWABACH, Aaron. *Internet and the law: technology, society, and compromises*. 2. vyd. Santa Barbara: ABC-CLIO, 2014, 352 s. ISBN 978-16-1069-349-3.
14. SMEJKAL, Vladimír. *Internet a §§§*. 2. vyd. Havlíčkův Brod: Tiskárny Havlíčkův Brod a.s., 2001. 284 s. ISBN 80-247-0058-1.
15. SMEJKAL, Vladimír a kol. *Právo informačních a telekomunikačních systémů*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2001. 542 s. ISBN 80-7179-552-6.

16. ŠTENGLOVÁ, Ivana; PLÍVA, Stanislav; TOMSA, Miloš et al. *Obchodní zákoník. Komentář*. 13. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. 1447 s. ISBN 978-80-7400-354-7.

### Odborné články

1. HAJN, Petr. Generální klauzule proti nekalé soutěži dle NOZ. *Rekodifikace & Praxe*. roč. 2013, č. 9, s. 11 - 18. 2013. ISSN 1805-6822.
2. HAJN, Petr. Zjevné i méně zřejmé změny v českém právu proti nekalé soutěži. *Obchodněprávní revue*. 2011, roč. 3, č. 7, s. 193 - 196. ISSN 1803-6554.
3. LOEBL, Zdeněk. Nekalá soutěž v souvislosti s internetem (1. část). *CEAG – Central European Advisory Group*. 2002. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].
4. LOEBL, Zdeněk. Nekalá soutěž v souvislosti s internetem (2. část). *CEAG – Central European Advisory Group*. 2002. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].
5. ONDREJOVÁ, Dana. Nekalá soutěž podle nového občanského zákoníku. *Obchodněprávní revue*. 2013, roč. 5, č. 7 - 8, s. 207 - 217. ISSN 1803-6554.
6. POLČÁK, Radim. Nekalá soutěž na internetu - vymezení, typologie a příklady nekalosoutěžních praktik založených na nepřiměřeném lákání a parazitismu. *Obchodní právo: časopis pro obchodně právní praxi*. 2005, roč. 14, č. 5, s. 2 - 8. ISSN 1210-8278. Dostupné z : <http://is.muni.cz/el/1422/podzim2006/MVV793K/um/atrakce-internet.pdf>.
7. POLČÁK, Radim. Nekalosoutěžní agrese na internetu. *Právní rozhledy*. 2005, roč. 13, č. 13, s. 473 - 477. ISSN 1210-6410.
8. SMEJKAL, Vladimír. Nekalá soutěž na internetu. *Právní rádce*. 2002, č. 2, s. 11. ISSN 1210-4817.

### Internetové zdroje

1. 500+ New gTLDs Introduced into the Internet. *Icann.org*. [online]. 6. 2. 2015 [cit. 2015-05-31]. Dostupné z: <https://www.icann.org/news/announcement-2-2015-02-06-en>.
2. AGP (Add Grace Period) Limits Policy. *Icann.org* [online]. [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: <https://www.icann.org/resources/pages/agp-policy-2008-12-17-en>.
3. ČERMÁK, Jiří. Právní aspekty odkazů (hyperlinks) - část I: Úvod. In: *IT Právo* [online]. 25. 2. 2002. [cit. 2015-07-15]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=71655>.
4. ČERMÁK, Jiří. Právní aspekty odkazů (hyperlinks) - část II: Odpovědnost za odkazovaný cizí obsah. In: *IT Právo* [online]. 5. 6. 2002. [cit. 2015-07-15]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=92888>.
5. Dennis Toeppen ~ Suburban Express. *Toeppen: Domain Speculation*. [online]. [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: <http://www.toeppen.com/>.
6. DURAJOVÁ, Zuzana. Přednost registrace doménového jména před ochrannou známkou a obchodní firmou. In: *CZ.NIC: Blog zaměstnanců CZ.NIC*. [online]. 25. 6. 2014 [cit. 2015-10-17]. Dostupné z: <https://blog.nic.cz/2014/06/25/prednost-registrace-domenoveho-jmena-pred-ochrannou-znamkou-a-obchodni-firmou/>.

7. DYNOWSKI, Piotr. Trade marks and meta tags – fair use or unfair competition? In: *Bird & Bird*. [online]. 21. 6. 2010 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://www.twobirds.com/en/news/articles/2012/trade-marks-meta-tags-fair-use-unfair-competition>.
8. FEDERAL COURT OF JUSTICE ON LUXURY BRANDS IN GOOGLE ADWORD ADS. *Noerr*. [online]. 18. 5. 2015 [cit. 2015-07-07]. Dostupné z: <http://www.noerr.com/en/press-publications/News/federal-court-of-justice-on-luxury-brands-in-google-adword-ads.aspx>.
9. FIELDS, Robin; HUFFSTUTTER, P.J. Judge Rules Online Firms May Link to Rival Web Sites. In: *Los Angeles Times* [online]. 29. 3. 2000. [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://articles.latimes.com/2000/mar/29/business/fi-13712>.
10. GOMEZ, Frank C. Washington Post v. Total News, Inc. In: *Berkeley Technology Law Journal* [online]. 1998, roč. 13, č. 2 [cit. 2015-05-25]. ISSN 1086-3818. Dostupné z: <http://scholarship.law.berkeley.edu/btlj/vol13/iss1/2>.
11. Google does not use the keywords meta tag in web ranking. *Google Webmaster Central Blog*. [online]. 21. 9. 2009 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://googlewebmastercentral.blogspot.cz/2009/09/google-does-not-use-keywords-meta-tag.html>.
12. GURWIN, David A.; SUSSMAN, Andrew D. Linking and Framing: Unfair Competition on the Internet. In: *Buchanan Ingersoll Professional Corporation*. [online]. [cit. 2015-07-15]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20020330003449/http://www.bipc.com/articles-f-m/linking.htm>.
13. HALÁSZ, Bálint. The Changing World of Cybersquatting, Usual Methods, New Phenomena and Possible Answers. In: *Masaryk University Journal of Law and Technology* [online]. 2007, roč. 1, č. 1 [cit. 2015-09-15]. ISSN 1802-5951. Dostupné z: <https://journals.muni.cz/mujlt/article/view/2446/2010>.
14. HOVORKA, Jiří. Sberbank vyhrála spor o doménu. Trik se Sběr baňk nepomohl. In: *Aktuálně.cz*. [online]. 8. 4. 2014 [cit. 2015-10-03]. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/sberbank-ziskala-jednoduchou-domenu-porazila-sber-bank/r~f746fa36be6511e3b6f8002590604f2e/>.
15. Hyperlink. *TechTerms.com: The Tech Terms Computer Dictionary*. [online]. [cit. 2015-07-15]. Dostupné z: <http://techterms.com/definition/hyperlink>.
16. CHAN, Raymond. Internet Framing: Complement or Hijack. In: *Michigan Telecommunications and Technology Law Review* [online]. 1999, roč. 5, č. 11 [cit. 2015-05-25]. ISSN 1528-8625. Dostupné z: <http://repository.law.umich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1159&context=mttl>.
17. Internet Users. *Internet Live Stats* [online]. 31. 5. 2015 [cit. 2015-05-31]. Dostupné z: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>.
18. JANSÁ, Lukáš. Cybersquatting a jeho podoby. In: *Právo IT* [online]. 22. 9. 2008. [cit. 2015-09-14]. Dostupné z: <http://www.pravoit.cz/article/cybersquatting-a-jeho-podoby>.
19. MAŠTÁLKA, Ivan. Případ Verizonsucks.com – jak to opravdu bylo. In: *IT právo*. [online]. 25. 5. 2004 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=183067>.

20. McGUIRE, David. Florida Man Registers BenedictXVI.com Name. In: *The Washington Post: Technology*. [online]. 20. 4. 2005 [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A3122-2005Apr19.html>.
21. Meta tags that Google understands. *Google: Search Console Help*. [online]. [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <https://support.google.com/webmasters/answer/79812?hl=en>.
22. NATHENSON, Ira. Showdown at the Domain Name Corral: Property Rights and Personal Jurisdiction Over Squatters, Poachers and Other Parasites. In: *University of Pittsburgh Law Review* [online]. 1997, roč. 58, č. 4 [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: [http://works.bepress.com/ira\\_nathenson/3](http://works.bepress.com/ira_nathenson/3).
23. NEIL, James; MIDDLETON, Thomas. To link, or not to link? The legal risks of linking. In: *Internet Law Bulletin* [online]. 2010, roč. 7, č. 1 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: [http://www.claytonutz.com/publications/news/201404/01/to\\_link\\_or\\_not\\_to\\_link\\_the\\_legal\\_risks\\_of\\_linking.page](http://www.claytonutz.com/publications/news/201404/01/to_link_or_not_to_link_the_legal_risks_of_linking.page).
24. POLČÁK, Radim. Domény a právo proti nekalé soutěži (2) – Znaky generální klauzule. In: *IT právo*. [online]. 13. 11. 2002 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=109262>.
25. Registration Abuse Policies Working Group Final Report. *Icann.org*. [online]. 29. 5. 2009 [cit. 2015-09-14]. Dostupné z: <http://gns0.icann.org/en/issues/rap/rap-wg-final-report-29may10-en.pdf>.
26. ROHLFING, Stephanie. German Federal High Court qualifies refusal of consent for legal Adword-advertisement of a competitor as unfair commercial practice. In: *IPT GERMANY BLOG*. [online]. 15. 6. 2015 [cit. 2015-07-07]. Dostupné z: <http://blogs.dlapiper.com/iptgermany/2015/06/15/german-federal-high-court-qualifies-refusal-of-consent-for-legal-adword-advertisement-of-a-competitor-as-unfair-commercial-practice/>.
27. Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy. *Icann.org* [online]. 30. 10. 2009 [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: <https://www.icann.org/resources/pages/rules-be-2012-02-25-en>.
28. Soudní spory o .cz doménu. *404M.COM*. [online]. 12. 11. 2012 [cit. 2015-09-17]. Dostupné z: <http://404m.com/2012/11/12/soudni-spory-o-cz-domenu/>.
29. SULLIVAN, Danny. The New Meta Tags Are Coming — Or Are They? In: *Search Engine Watch*. [online]. 3. 12. 1997 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <http://searchenginewatch.com/sew/study/2066807/the-new-meta-tags-are-coming-or-are-they>.
30. SZURDI, Janos; KOCSO, Balazs; CSEH, Gabor; SPRING, Jonathan; FELEGYHAZI, Mark; KANICH, Chris. The Long “Taile” of Typosquatting Domain Names. In: *USENIX*. [online]. 2014 [cit. 2015-09-15]. ISBN 978-1-931971-15-7. Dostupné z: <https://www.usenix.org/system/files/conference/usenixsecurity14/sec14-paper-szurdi.pdf>.
31. The End of Domain Tasting. Status Report on AGP Measures. *Icann.org*. [online]. 12. 8. 2009 [cit. 2015-09-15]. Dostupné z: <https://www.icann.org/en/system/files/files/agp-status-report-12aug09-en.pdf>.



32. The Value of Google Result Positioning. *Chitika*. [online]. 7. 6. 2013 [cit. 2015-05-26]. Dostupné z: <https://chitika.com/google-positioning-value>.
33. Trademark Complaint Form. *Google AdWorks*. [online]. 7. 7. 2015 [cit. 2015-07-07]. Dostupné z: [https://services.google.com/inquiry/aw\\_tmcomplaint](https://services.google.com/inquiry/aw_tmcomplaint).
34. Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy. *Icann.org* [online]. 24. 10. 1999 [cit. 2015-09-14]. Dostupné z: <https://www.icann.org/resources/pages/policy-2012-02-25-en>.
35. VERIZON ATTACKS CRITICAL DOMAIN NAMES. *2600 news*. [online]. 8. 5. 2000 [cit. 2015-10-03]. Dostupné z: <http://www.2600.com/news/view/article/322>.
36. VERMEER, Marike. Unfair Competition Online and the European Electronic Commerce Directive. In: *Annual Survey of International & Comparative Law* [online]. 2010, roč. 7, č. 1 [cit. 2015-05-25]. Dostupné z: <http://digitalcommons.law.ggu.edu/annlsurvey/vol7/iss1/7>.

### Judikatura soudů České republiky

1. Rozhodčí nález Rozhodčího soudu při Hospodářské komoře České republiky a Agrární komoře České republiky č. 00266 ze dne 18. března 2014.
2. Rozhodnutí Městského soudu v Praze ze dne 12. dubna 2001, sp. zn. Nc 1072/2001. In: Rozhodnutí Městského soudu v Praze (\"www.paegas.cz\") ze dne 12.4. 2001 sp. zn. Nc 1072/2001-7. *IT právo*. [online]. 21.6.2002 [cit. 2015-10-03]. Dostupné z: [http://www.itpravo.cz/index.shtml?AA\\_SL\\_Session=f6cc908547cee315645c9d6d2993555e&sh\\_itm=ce905f5a5c5e3dfae65e516298678229&all\\_ids=1#disc](http://www.itpravo.cz/index.shtml?AA_SL_Session=f6cc908547cee315645c9d6d2993555e&sh_itm=ce905f5a5c5e3dfae65e516298678229&all_ids=1#disc).
3. Rozsudek Nejvyššího soudu České republiky ze dne 23. října 2003, sp. zn. 29 Odo 106/2001. In: ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže*. Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s., 2011, s. 55 - 56. ISBN 978-80-7357-670-7.
4. Rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 14. března 2006, sp. zn. 32 Odo 1230/2005. In: ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže*. Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s., 2011, s. 24 - 25. ISBN 978-80-7357-670-7.
5. Rozsudek Nejvyššího soudu České republiky ze dne 3. května 2006, sp. zn. 32 Odo 447/2006. In: ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže*. Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s., 2011, s. 147 - 151. ISBN 978-80-7357-670-7.
6. Rozsudek Nejvyššího soudu České republiky ze dne 29. dubna 2008, sp. zn. 32 Cdo 139/2008. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].
7. Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 16. prosince 2002, sp. zn. 3 Cmo 194/2001. In: MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže. II. díl*. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 169 - 172. ISBN 978-80-7400-410-0.
8. Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 15. ledna 2007, sp. zn. 3 Cmo 318/2006. In: HORÁČEK, Roman, MACEK, Jiří, BISKUPOVÁ, Eva. *Sbírka správních a soudních rozhodnutí ve věcech průmyslového vlastnictví. II. díl*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 136 - 141. ISBN 978-80-7400-375-2.

9. Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 25. dubna 2007, sp. zn. 3 Cmo 461/2006. In: MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže. II. díl.* Praha: C. H. Beck, 2011, s. 299 - 304. ISBN 978-80-7400-410-0.
10. Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 18. září 2007, sp. zn. 3 Cmo 122/2007. In: MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže. II. díl.* Praha: C. H. Beck, 2011, s. 325 - 331. ISBN 978-80-7400-410-0.
11. Rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 21. října 2009, sp. zn. 3 Cmo 121/2009. In: MACEK, Jiří. *Rozhodnutí ve věcech obchodní firmy a nekalé soutěže. II. díl.* Praha: C. H. Beck, 2011, s. 430 - 437. ISBN 978-80-7400-410-0.
12. Usnesení Vrchního soudu v Praze ze dne 31. ledna 2002, sp. zn. Nc 1098/2001. Dostupné z: <http://www.itpravo.cz/index.shtml?x=93756>.
13. Usnesení Nejvyššího soudu České republiky z 18. ledna 2006, sp. zn. 32 Odo 1642/2005. In: ONDREJOVÁ, Dana. *Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže.* Praha: Wolters Kluwer ČR, a. s., 2011, s. 56 - 57, 73. ISBN 978-80-7357-670-7
14. Usnesení Nejvyššího soudu ze dne 15. února 2006, sp. zn. 32 Odo 189/2005. In: ASPI [právní informační systém]. Wolters Kluwer ČR [cit. 12. 10. 2015].

### Judikatura zahraniční soudů

1. Rozhodnutí Bundesgerichtshof ze dne 18. května 2006, sp. zn. I ZR 183/03. Dostupné z: <http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&sid=5648668dac6ed4cb9694994324c129ae&nr=37885&pos=7&anz=16>.
2. Rozhodnutí Bundesgerichtshof ze dne 12. března 2015, sp. zn. I ZR 188/13. Dostupné z: <http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&Datum=Aktuell&Sort=12288&nr=70827&pos=29&anz=526&Blank=1.pdf>.
3. Rozhodnutí Sąd Okręgowy w Warszawie z 25. září 2009, sp. zn. XXII GWzt 8/09. Dostupné z: [http://www.warszawa.so.gov.pl/tl\\_files/sow/orzeczenia/XXII%20Wydzial/10/Z\\_T\\_8\\_09.pdf](http://www.warszawa.so.gov.pl/tl_files/sow/orzeczenia/XXII%20Wydzial/10/Z_T_8_09.pdf).
4. Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 23. března 2010, sp. zn. C-236/08 až C-238/08. Dostupný z: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?jsessionid=9ea7d0f130d597b0ec6b2549451eb404ab08c137f58f.e34KaxiLc3eQc40LaxqMbN4ObNuRe0?text=&docid=83961&pageIndex=0&doclang=CS&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=406157>.
5. Rozsudek Soudního dvora Evropské unie ze dne 11. července 2013, sp. zn. C-657/11. Dostupný z: [http://curia.europa.eu/juris/document/document\\_print.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30db49e5eed43a724489b7e1d49868af9790.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuLc3j0?doclang=CS&text=&pageIndex=2&part=1&mode=DOC&docid=139411&occ=first&dir=&cid=25749](http://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf?jsessionid=9ea7d2dc30db49e5eed43a724489b7e1d49868af9790.e34KaxiLc3qMb40Rch0SaxuLc3j0?doclang=CS&text=&pageIndex=2&part=1&mode=DOC&docid=139411&occ=first&dir=&cid=25749).
6. Rozhodnutí Tribunale di Roma ze dne 18. ledna 2001. Dostupné z: <http://www.apogeeonline.com/webzine/2001/03/16/12/200103161201>.

7. Rozhodnutí United States District Court for the Southern District of California ze dne 1. prosince 1999, sp. zn. 98-CV-0413-K (JFS). Dostupné z: [http://www.loundy.com/CASES/Playboy\\_v\\_Wells.html](http://www.loundy.com/CASES/Playboy_v_Wells.html).
8. Rozhodnutí United States District Court for the Southern District of California ze dne 27. března 2000, sp. zn. CV 99-7654 HLH (BQRx). Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20110101042031/http://www.internetlibrary.com/pdf/Ticketmaster-Tickets.com-CD-Ca-Mtn-Dismiss.pdf>.
9. Rozhodnutí United States Court of Appeals for the Ninth Circuit ze dne 7. července 2003, sp. zn. 280 F.3d 934. Dostupné z: [https://www.eff.org/files/filenode/Kelly\\_v\\_Arriba\\_Soft/20030707\\_9th\\_revised\\_ruling.pdf](https://www.eff.org/files/filenode/Kelly_v_Arriba_Soft/20030707_9th_revised_ruling.pdf).

# **Abstrakt**

## **Nekalá soutěž v prostředí internetu**

Tato diplomová práce se zabývá projevem nekalé soutěže v prostředí internetu. Cílem bylo poskytnout přehled nekalosoutěžních praktik vyskytujících se v tomto specifickém prostředí a zhodnotit jejich způsobilost naplnit generální klauzuli nekalé soutěže.

Diplomová práce je rozdělena do čtyř kapitol. První z nich obsahuje obecný úvod do práva nekalé soutěže z hlediska evropské úpravy, zejména tedy Pařížské úmluvy na ochranu průmyslového vlastnictví a práva Evropské unie.

Druhá kapitola se podrobně zabývá úpravou nekalé soutěže v Občanském zákoníku, a to zejména generální klauzulí. Práce analyzuje tři podmínky generální klauzule, které je třeba kumulativně naplnit, a to právě s ohledem na prostředí internetu.

Ve třetí kapitole této práce jsou vysvětleny pojmy, které jsou pro prostředí internetu specifické a které bývají často vykládány nepřesně či zcela chybně. Pro zařazení této kapitoly jsem se rozhodla zejména s ohledem na skutečnost, že s těmito pojmy v dalším textu diplomové práce často pracuji, čímž jsem se chtěla vyhnout případným nepřesnostem či nejasnostem, které by mohly plynout z jejich užití bez náležitého vysvětlení.

Čtvrtá, nejobsáhlejší, kapitola tvoří jádro této diplomové práce. Tvoří jí šest podkapitol, z nichž se každá podrobně zabývá jednou z internetových nekalosoutěžních praktik. Konkrétně se jedná o linking, framing, inline linking, meta-tagging, prodej klíčových slov a cybersquatting. Každá z těchto praktik je podrobně popsána s ohledem na způsob jejího fungování a způsobilosti naplnit generální klauzuli nekalé soutěže. Součástí je též přehled zahraniční a české judikatury, která se s těmito metodami pojí.

Závěr diplomové práce obsahuje zamyšlení nad stavem současné právní úpravy nekalé soutěže v českém právním řádu, a to s ohledem na analyzované nekalosoutěžní praktiky, které se v prostředí internetu vyskytují.

# **Abstract**

## **Unfair competition in the Internet environment**

This diploma thesis deals with the manifestations of unfair competition on the Internet. The aims of the diploma thesis were to provide an overview of methods of unfair competition occurring in this specific environment and assess their capability to fulfil the general clause of unfair competition.

The diploma thesis is divided into four chapters. The first one of them contains a general introduction to the law of unfair competition in terms of European legislation, namely Paris Convention for the Protection of Industrial Property and European Union law.

The second chapter discuss the regulation of unfair competition in the Civil Code, the general clause in particular. The thesis analyses the three conditions of the general clause, which must be cumulatively fulfilled, with regard to the Internet environment.

In the third chapter of this diploma thesis the concepts specific to the Internet environment, which are often interpreted incorrectly or wrongly, are described. I decided for inclusion of this chapter mainly due to the fact that I use these concepts in the text of this diploma thesis, therefore I wanted to avoid any inaccuracies or confusion that could result from their use without proper explanation.

The fourth and most extensive chapter forms the core of this diploma thesis. It comprises six sections, each of which deals in detail with one of the Internet unfair competition methods. Specifically, it focus on linking, framing, inline linking, meta-tagging, sale of key-words and cybersquatting. Each of these methods is described with respect to the manner of its functioning and capability to fulfil general clause of unfair competition. It also includes an overview of foreign and Czech case law, which is associated with these methods.

The final section includes a reflection on the current state of the law of unfair competition in the legal system of the Czech Republic with regard to the analysed unfair methods that occur in the Internet environment.

## **Název práce a klíčová slova**

### **Název práce v českém jazyce**

Nekalá soutěž v prostředí internetu

### **Název práce v anglickém jazyce**

Unfair competition in the Internet environment

### **Klíčová slova**

soutěžní právo, nekalá soutěž, internet

### **Key-words**

competition law, unfair competition, internet