

Pařížská úmluva na ochranu průmyslového vlastnictví z r. 1883

článek 10bis (2)

(gener. klauzule) :

Nekalou soutěží je každá soutěžní činnost, která odporuje poctivým zvyklostem v průmyslu nebo v obchodě.

článek 10bis (3):

Zejména musí být **zakázány**:

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.”

článek 10ter (1) :

Unijní země se zavazují, že zajistí příslušníkům ostatních unijních zemí **vhodné zákonné prostředky k účinnému potlačování** veškerých činů uvedených v člancích 9, 10 a 10bis.

článek 10ter (2) :

Zavazují se dále, že učiní opatření, aby svazům a sdružením, které zastupují zúčastněné průmyslníky, výrobce nebo obchodníky... bylo - pokud jde o potlačování činů uvedených v člancích 9, 10 a 10bis - dovoleno zakročit u soudů nebo u správních úřadů...

Zákon proti nekalé soutěži

č. 111/1927 Sb. z. a n.

§ 1 (generální klauzule)

Jednání proti dobrým mravům soutěže vůbec :

Kdo dostane se v hospodářském styku v rozpor s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým poškoditi soutěžitele, může býti žalován, aby se zdržel takového jednání a odstranil závadný stav jím způsobený; věděl-li pak, nebo musil-li vědět, že jednání jeho jest způsobilé poškoditi soutěžitele, též, aby nahradil škodu tím způsobenou.

§ 2 – 14 : speciální skutkové podstaty, např.

- nekalá reklama (I, II, III).... § 2-3
- nesprávné označování původu zboží (I, II, III).... § 4-9
- zlehčování (I, II, III).... § 10
- podplácení (I, III).... § 12
- porušování a využívání obchodních a výrobních tajemství (I, III)...§ 13

Ochrana soukromoprávní

I aby se zdržel protiprávního jednání

II aby odstranil závadný stav jím způsobený

III aby nahradil škodu tím způsobenou

Obchodní zákoník
zák. č. 513/1991 Sb. v platném znění

§ 44 odst.1 (generální klauzule) :

Nekalou soutěží je jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům.

Nekalá soutěž se zakazuje.

§ 45 - 52: speciální skutkové podstaty,
např.

- klamavá reklama § 45
- klamavé označení zboží a služeb § 46
- podplácení § 49
- zlehčování § 50
- porušení obchodního tajemství § 51

§ 53 – 54 : Právní prostředky ochrany

Zabraňovací funkce :

zdržení se protiprávního jednání

odstranění závadného stavu

Náhradová funkce :

přiměřené zadostiučinění

náhrada škody

vydání bezdůvodného obohacení

Ochrana proti nekalé soutěži

Právní

soukromoprávní

podle občanského zákoníku

- § 5 (předběžný zákaz zásahů)
- § 6 (svépomoc)
- § 418 (nutná obrana)

podle obchodního zákoníku

- § 53 až 54

veřejnoprávní

podle trestního zákoníku

- § 248 (nekalá soutěž)

podle zvláštních zákonů

Mimoprávní

etická

podle etických kodexů

Právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži podle obchodního zákoníku

Aktivně legitimované subjekty

Osoby
dotčené
nekalou soutěží

právnícká osoba
oprávněná hájit zájmy
soutěžitelů nebo
spotřebitelů

rušitel

Pasivně legitimované subjekty

Ochrana proti nekalé soutěži

§ 53 obch. zák.

Dotčený soutěžitel (žalobce)
se může domáhat u soudu,

Žalobní nároky soutěžitele:

aby rušitel

ve **všech** případech nekalé soutěže

→ zdržel se protiprávního jednání

na zdržení se
protiprávního jednání
(žaloba záporní – negatorní)

→ odstranil vzniklý
závadný stav

na odstranění
protiprávního stavu
(žaloba odstraňovací – restituční)

→ vydal to, čím se obohatil
na jeho úkor

na vydání
bezdůvodného obohacení

→ poskytl mu určitou
satisfakci za újmu

na přiměřené
zadostiučinění
(žaloba satisfakční)

→ nahradil mu vzniklou škodu

na náhradu škody

může navrhnout soudu,

aby bylo přiznáno právo
uveřejnit rozsudek

soud může v rozsudku přiznat právo
uveřejnit rozsudek na náklady
účastníka, který v řízení neuspěl

Ochrana proti nekalé soutěži

§ 53 obch. zák.

Dotčený spotřebitel (žalobce)
se může domáhat u soudu,

Žalobní nároky spotřebitele:

aby rušitel

ve **všech** případech nekalé soutěže, jimiž může být dotčen,
tj. kromě např. podplácení, zlehčování, porušení obchod.tajemství

→ zdržel se protiprávního jednání

na zdržení se
protiprávního jednání
(žaloba zápůrčí – negatorní)

→ odstranil vzniklý
závadný stav

na odstranění
protiprávního stavu
(žaloba odstraňovací – restituční)

→ vydal to, čím se
obohatil na jeho úkor

na vydání
bezdůvodného obohacení

→ poskytl mu určitou
satisfakci za újmu

na přiměřené
zadostiučinění
(žaloba satisfakční)

→ nahradil mu vzniklou škodu

na náhradu škody

může navrhnout soudu,

aby bylo přiznáno právo
uveřejnit rozsudek

soud může v rozsudku přiznat právo
uveřejnit rozsudek na náklady
účastníka, který v řízení neuspěl

Ochrana proti nekalé soutěži

§ 54 odst. 1
obch. zák.

Právnícké osoby, které hájí zájmy
dotčených soutěžitelů/spotřebitelů
(žalobkyně) se mohou domáhat u soudu,

Žalobní nároky právnických osob:

aby rušitel

v případech nekalé soutěže podle **gener. klauzule**,
podle § 45 - 47 a § 52 obch.zák.

→ zdržel se
protiprávního jednání

na zdržení se
protiprávního jednání
(žaloba záporní – negatorní)

→ odstranil vzniklý
závadný stav

na odstranění
protiprávního stavu
(žaloba odstraňovací – restituční)

mohou navrhnout soudu,

aby bylo přiznáno právo
uveřejnit rozsudek

soud může v rozsudku přiznat právo
uveřejnit rozsudek na náklady
účastníka, který v řízení neuspěl

Ochrana proti nekalé soutěži

§ 54 odst. 2
obch. zák.

Pokud se dotčený spotřebitel (žalobce) domáhá u soudu,

I. aby rušitel

v případech nekalé soutěže podle **gener. klauzule**,
podle § 45 - 47 a § 52 obch.zák.

➔ zdržel se protiprávního jednání

➔ odstranil vzniklý závadný stav

musí vždy žalovaný, tj.
rušitel prokázat,
že se jednání
nekalé soutěže
nedopustil

II. aby rušitel

v případech nekalé soutěže podle **gener. klauzule**,
podle § 45 - 47 a § 52 obch.zák.

➔ nahradil mu
vzniklou škodu

➔ poskytl mu přiměřené
zadostiučinění
(za újmu)

➔ vydal to, čím se
obohatil na jeho úkor

musí vždy žalovaný, tj.
rušitel prokázat,
že se jednání
nekalé soutěže
nedopustil

ale žalobce, tj.
dotčený spotřebitel
musí vždy **prokázat**

výši způsobené
škody

závažnost a
rozsah újmy

povahu a rozsah
bezdůvodného
obohacení

Přehled aktivně legitimovaných osob s jejich žalobními nároky v případech nekalé soutěže

Aktivně legitimované subjekty :

I. Dotčené osoby



soutěžitel



spotřebitel



jiná osoba

II. Nedotčené osoby



právnícké osoby oprávněné hájit zájmy dotčených soutěžitelů/spotřebitelů

Žalobní nároky :

žaloba zápůrcí	žaloba odstraňovací	žaloba na přiměřené zadostiučinění	žaloba na náhradu škody	žaloba na vydání bezdůvodného obohacení
ve všech příp. nekalé soutěže, v nichž byly osoby dotčeny				
ano	ano	ano	ano	ano
ano*	ano*	ano*	ano*	ano*
ano	ano	ano	ano	ano
jen v případech nekalé soutěže podle § 44 odst.1, § 45 až 47 a § 52 obch.zák.				
ano	ano	ne	ne	ne





Na zadní straně krabič **SMETANITO** – to pravé jméno pro APETITTO plné smetany.



Na boku krabičky: **SMETANITO®**
SMETANOVÉ

APETITTO

Na 2.boku krabičky:

Výrobce: **BEL Sýry Česko a.s.**,
675 26 **Želetava**, www.zeletava.cz

„Želetava“ je zapsaná ochranná známka a nevyjadřuje označení původu výrobku.

- právo na ochranu ochranné známky
- právo na ochranu proti nekalé soutěži

VÝROBCI SÝRŮ :

Apetito vyrábí **TPK, spol. s r. o.** v Hodoníně

Apetitto vyráběla **Bel Sýry Česko, a. s.** v Želetavě

Žaloba (TPK – žalobce):

- 1) **zdržet se** užívání slovního **označení APETITO** v jakékoliv vizuální a fonetické podobě pro mléčné a mlékárenské výrobky ;
- 2) **stáhnout** mléčné a mlékárenské výrobky označené slovním **označením Apetito** v jakékoli grafické podobě z trhu na území ČR;
- 3) zaplatit **přiměřené zadostiučinění** 1 mil. Kč;
- 4) zaplatit jako **náhradu škody** 270 mil. Kč;
- 5) právo **uveřejnit rozsudek** (celou výrokovou část a zkrácené odůvodnění) v H. novinách

Krajský soud v Brně sp. zn. 41/11 CmS 41/2000 :

- I. uložil povinnost zdržet se užívání ... Apetito...
- II. uložil povinnost stáhnout své mléčné a mlékárenské výrobky...Apetito...
- III. uložil povinnost zaplatit přiměřené zadostiučinění ve výši 500 tis. Kč
- IV. zamítl, aby nahradil škodu ve výši 270 mil. Kč
- V. zamítl, aby mohl být uveřejněn rozsudek

Vrchní soud v Olomouci (odvolání obou) sp. zn. 7 Cmo 105/2006 :

- I. potvrdil rozsudek soudu I.st. ve výročích I., II., III.,
- II. změnil rozsudek soudu I.st. ve výroku V.: přiznal právo uveřejnit v HN rozsudek,
- III. zrušil rozsudek soudu I.st. ve výroku IV. a věc vrátil

Nejvyšší soud ČR (dovolání žalované) sp. zn. 32 Cdo 3982/2007 :

- I. Dovolání v rozsahu části výroku II. rozsudku Vrchního soudu v Olomouci, jímž byl změněn rozsudek soudu prvního stupně ve výroku V. tak, že žalobkyně má právo na náklady žalované uveřejnit v Hospodářských novinách výroky I., II. a III. rozsudku soudu prvního stupně, se **zamítá**.
- II. Ve zbytku se dovolání **odmítá**.

sp. zn. 3 Cmo 380/2005 (Vrchní soud Praha)

Nároky žalobce:

uložení povinnosti žalovaným společně **uveřejnit omluvu v tisku**, a to konkrétně v M.F.-D., HN a LN, v rozsahu celé jedné strany, tohoto znění:

„V televizní reklamě a na billboardech, zveřejňovaných v období únor až duben 2004 pod názvem Nová jarní kolekce hypoték a překlenovacích úvěrů s úrokem jen 2,99 % došlo k zamlčení podstatného údaje, že tento úrok platí pouze pro dobu prvních tří měsíců čerpání úvěru.“

a s podpisem obou žalovaných.

Případ podle žaloby:

Žalovaní ve své společné reklamní kampani v tisku, na plakátech a v televizi k propagaci služby poskytování hypotéčních a překlenovacích úvěrů užívají **slogan „Nová jarní kolekce hypoték a překlenovacích úvěrů s úrokem jen 2,99%“**.

Slogan je **projevem klamavé reklamy**, neboť žalovaní zamlčují údaj o tom, že takový úrok platí jen pro první 3 měsíce čerpání překlenovacího úvěru druhého žalovaného, poté již bude úvěr úročen standardní výší úrokové sazby 5,75 – 7,75% p.a.

Nabídka je navíc **časově omezena** na období **od 1.2.2004 do 30.4.2004**. Krátkodobé zvýhodnění úrokové míry se tedy týká pouze smluv uzavřených v krátkém období 3 měsíců a navíc se inzerovaná úroková sazba aplikuje pouze po dobu tří měsíců – nic z toho však ani plakátová ani televizní reklama žalovaných neuvádí.

Žalovanými je vytvářen k újmě ostatních soutěžitelů a tedy i žalobce **mylný pojem** o tom, že jimi **nabízený úvěrový produkt je nejvýhodnější ze všech úvěrových produktů**, umocněný zároveň tím, že oba žalovaní inzerují spolu a zákazník tak nerozliší, kterých produktů a kterého ze žalovaných se nabídka vlastně týká.

Podle žalobce se žalovaní dopouštějí **nekalosoutěžního jednání klamavé reklamy podle § 45** obch. zák., přitom žalobce nenapadá samotnou výši úrokové sazby, inzerovanou žalovanými, ale **způsob, jakým je nabídka žalovaných prezentována**. Ten vylučuje (pro nedostatek dalších poskytnutých údajů), aby zákazník objektivně mohl porovnat nabídku žalovaných, zejména druhého žalovaného, s nabídkou jiných soutěžitelů. Zkratkovitá kampaň s dominantním „**úrok jen 2,99**“ vede k odlivu klientely žalobce a k jeho újmě, přes výzvu žalobce však druhý žalovaný nápravu nezjednal.

Tvrzení žalovaných:

Napadená reklamní kampaň obsahuje výlučně **pravdivé údaje**, reklamní materiály vždy obsahují **odkaz na** bezplatný zdroj detailů obchodních podmínek, odkazují tedy zájemce ať již na informační **telefonní linku**, na **internetové stránky** či **informace poskytované na pobočkách** prvního žalovaného. Zdůraznili, že televizní spoty či billboardy jsou součástí reklamní kampaně, v níž nejprve je upoutána pozornost případného zájemce, v další fázi je mu poskytnuta možnost získat detailní informace (na internetu, telefonní bezplatnou linkou, tištěným letákem s podrobnými informacemi) a teprve ve třetí fázi jsou mu poskytnuty právně závazné podmínky (smluvní návrh a osobní výpočty). Mezi upoutáním pozornosti a rozhodnutím o uzavření smlouvy přitom není příčinný vztah, neobstojí proto ani tvrzení žalobce o nekalosoutěžním jednání klamavé reklamy.

Žalovaní navrhovali z uvedených důvodů zamítnutí žaloby.

Soud prvního stupně žalobu o zveřejnění omluvného textu zamítl.

Zjištění soudu:

Je nesporné, že mezi žalobcem a žalovanými je dán **vztah hospodářské soutěže** a za prokázané dále, že žalovaní skutečně nabízeli své produkty způsobem tvrzeným žalobcem v žalobě – vždy však s dovětkem, že o přesných podmínkách inzerované nabídky „se informujte v pobočkách České spořitelny“, reklamní materiály obsahovaly i odkaz na informační stránky na internetu a číslo bezplatné telefonní linky. Soud měl dále za prokázané, že reklamní kampaň byla ukončena k datu 30. 4. 2004.

Otázka, zda došlo k jednání nekalé soutěže. Soud dovodil z reklamních materiálů, že upoutávají pozornost zjevně nízkou úrokovou sazbou, ostatní informace jsou potlačovány. **Při povrchním pohledu průměrného spotřebitele** je tento zaujat výhodnou nízkou úrokovou sazbou, je však třeba dát zapravdu žalovaným v tom, že průměrný spotřebitel (zájemce o úvěr) se nerozhoduje na základě takové nabídky a reklamy. Pokud snad i z ní vychází, pak věnuje nezbytně **pozornost i údajům dalším**, zde uvedeným třeba i drobným písmem, jež ho nasměrují k dalším zdrojům informací, včetně příslušných poboček prvního žalovaného.

Přilákání potenciálních zákazníků do poboček je však ostatně cílem každé takové reklamy a je přípustným soutěžním chováním. Žalovaní však takto i umožnili každému zájemci získat objektivní informaci o podmínkách, za nichž platí jejich reklamní slogan a zde inzerovaná výše úroku, umožnili mu se svobodně rozhodnout, zda zvolí pro sebe nabídku žalovaných či jiného soutěžitele.

Závěr soudu:

žalovaní použili **reklamní trik sice agresivní, nikoli však ještě v rozporu s pravidly soutěže**, nejde tedy o jednání nekalé soutěže podle § 45 obch. zák. a žalobu proto zamítl.

Odvolací soud nevyhověl podanému odvolání.

Z odůvodnění:

Odvolací soud zcela ztotožnil s právními závěry soudu prvního stupně, pro stručnost odkazuje na hodnocení skutkové i právní, jak je obsaženo v odůvodnění napadeného rozhodnutí.

Poukázal na omyl soudu prvního stupně – aniž by to však mělo vliv na správnost jeho rozhodnutí: pokud považoval žalobou uplatněný nárok za „satisfakci“, tedy **nárok na poskytnutí zadostiučinění**.

V daném případě žalobce tvrdil závadný stav, vzniklý zde v důsledku reklamy žalovaných a jím požadované **tiskové prohlášení** („omluvný text“) nesměřuje přímo k žalobci a neklade si za cíl napravit nějakou nemateriální jeho újmu (není omluvou žalobci), ale má být prostředkem, jímž bude odstraněn či zčásti napraven tvrzený závadný stav. Uplatněný **nárok je třeba proto hodnotit** podle § 53 obch. zák. jako nárok na **odstranění závadného stavu** a nikoli jako nárok na poskytnutí zadostiučinění, což má svůj význam mj. v tom, že není třeba tvrdit a prokazovat vznik nemajetkové újmy, jež má být kryta žádanou formou a způsobem zadostiučinění.

Nepřesně pojmově též soud prvního stupně vyjádřil, že za „průměrného spotřebitele“ je konstantní judikaturou „považován i soudce“, neboť takové ztotožnění nelze použít - soud při posuzování konkrétního nekalosoutěžního jednání k němu přistupuje nikoli z hlediska vlastních osobních zkušeností, vědomostí, pocitů a dojmů ve věci rozhodujícího soudce, ale z hlediska pro ten účel vytvořeného „**průměrného spotřebitele**“, jenž v sobě sjednocuje („průměruje“) zkušenosti, vědomosti, pocity a dojmy v úvahu přicházejících adresátů nabídky, možných zákazníků či spotřebitelů, tak, aby soud si mohl vyřešit otázku, nakolik tvrzené závadné jednání bylo způsobilé takového „průměrného“ spotřebitele ovlivnit v jeho dalším jednání a rozhodování.

Uvedená pochybení soudu prvního stupně nemají vliv na správnost základního závěru o tom, že jednání žalovaných **nelze pokládat za jednání nekalé soutěže** podle § 44 odst. 1 obch. zák., resp. podle úpravy zvláštní skutkové podstaty klamavé reklamy (§ 45 obch. zák.).

Žalobce tvrdil, že žalovaní jednali nekalosoutěžně, pokud ve své reklamní kampani k propagaci svých produktů prostřednictvím televizní reklamy a plakátů na billboardech zdůraznili jako dominující prvek **sazbu úroku** z jimi poskytovaných úvěrů **2,99 %**, aniž již zde uvedli podmínky, za nichž takovou výši úroků skutečně poskytují.

Odvolací soud považuje za rozhodné, že jednak uvedený **údaj byl sám o sobě pravdivý** – tj. uvedená výše úrokové sazby za stanovených podmínek byla žalovanými skutečně jak u hypotéčních úvěrů tak i u překlenovacích úvěrů poskytována, dále že **i v této reklamě**, nutně již v důsledku užitého prostředku propagace co do sdělení informací stručné a zjednodušené, byl **případný zájemce odkázán na další zdroj informací**, a že v tištěné reklamě (letácích), rovněž k podpoře kampaně široce užitě, byli zájemci informováni již podrobněji o podmínkách, za nichž výše sazby 2,99% platila (tj. dostalo se jim mj. údajů, jež žádá nyní žalobce zveřejnit v tiskovém prohlášení žalovaných).

Podle názoru odvolacího soudu **nelze** v daném případě **považovat uvedené jednání za rozporné s dobrými mravy soutěže a rovněž ani způsobilé přivodit újmu soutěžitelům či spotřebitelům** (§ 44 odst. 1 obch. zák.). Jak zmínil i soud prvního stupně, je na místě vzít v úvahu funkci reklamy jako takové s přihlédnutím k segmentu trhu, na němž se střetávají účastníci tohoto řízení.

Reklama není totéž co obchodní nabídka a jejím **účelem je vzbudit pozornost a zaujmout** co největší počet adresátů. Proto je zpravidla pro ni užito stručné a na první pohled upoutávající jednoduché (zvláště pak v případech reklamy v televizi a na billboardech, o kterou zde jde) reklamní sdělení vyznačující se **určitou mírou nadsázky či přeháněním**. Pokud takováto prezentace obsahuje i odkazy na podrobné informace a způsob, jak je získat, není důvod spatřovat v tomto sdělení pro jeho „zkratkovitost“ možnost klamání spotřebitele, způsobilost uvést jej v omyl. Nelze proto za této situace shledat rozpor jednání žalovaných s dobrými mravy soutěže. Je dále rozhodné, že **údaje televizní reklamy a plakátů** z billboardů nejsou podle odvolacího soudu tou okolností, jež by možného zájemce o úvěr samy o sobě přesvědčily o výhodnosti případného uzavření úvěrové smlouvy se žalovanými.

Zde je třeba vyjít z toho, jak vyspělý co do orientace v různých nabídkách soutěžitelů je **průměrný zákazník** účastníků, jaké lze předpokládat jeho počínání v případě zájmu o některý z úvěrových produktů účastníků. Je nepochybné, že průměrný zákazník již vzhledem k závažnosti věci si před uzavřením úvěrové smlouvy **pečlivě ověří podmínky**, za nichž může úvěr získat, a vezme v úvahu přitom nabídky vícero soutěžitelů, jež se mu nabízí. Samo žalovaným vytýkané jednání není proto jednáním, jež by bylo způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům či případným zákazníkům. Již vzhledem k tomu, že **spotřebitelská veřejnost je** soutěžiteli i v tomto segmentu trhu dnes a denně v médiích **zahrnována různými i superlativními nabídkami**, není zde důvod dovozovat, že by se právě nabídkou žalovaných nechala jakkoli zmást či uvést v omyl.

Závěr odvolacího soudu:

Pokud žalobce spatřoval v reklamní kampani žalovaných, realizované v únoru až dubnu 2004 v televizi a na billboardech, jednání nekalé soutěže podle generální klauzule, popř. klamavé reklamy, jež zde nastolilo závadný stav a žádal uplatněným nárokem jeho odstranění zveřejněním prohlášení žalovaných, pak této **žalobě nebylo možno vyhovět**. Pokud soud prvního stupně žalobu zamítl, rozhodl věcně správně.