PRÁVNICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

Nekalá soutěž:
Úvod, subjekty, generální klauzule, soudcovské skutkové podstaty nekalé soutěže

doc. JUDr. Dana Ondrejová, Ph.D.

PRÁVNICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

ÚVODEM K NEKALÉ SOUTĚŽI

Dana Ondrejová

Právní regulace nekalosoutěžního jednání

- § 2972 – 2990 OZ
- Právní regulace musí soutěžní chování dovolit, pouze tlumí jeho projevy tak, aby nevedly k sebezničení, neboť i jedno dílčí jednání může vést ke zdivočení soutěžních mravů
- Ale – pouhá právní regulace nestačí, rozhodující je přístup soudů
  - Ke kvalifikaci nekalosoutěžního jednání
  - K efektivnímu postihu

Dvě větve soutěžního práva I

- § 2972 OZ:
- Kdo se účastní hospodářské soutěže, nesmí při soutěžní činnosti, ani při sdružování k výkonu soutěžní činnosti, **vlastní účast** v hospodářské soutěži **nekalou soutěží zneužívat** (nekalá soutěž)
- … ani **účast** jiných v hospodářské soutěži omezovat (tzv. existenční ochrana hospodářské soutěže).

Dvě větve soutěžního práva II

- Veřejnoprávní a soukromoprávní větev soutěžního práva
  - chráněné zájmy
  - „dozorové orgány“
  - zahájení řízení
  - procesní předpisy
  - sankční prostředky

PRÁVNICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

SUBJEKTY PRÁVNÍCH VZTAHŮ VZNIKAJÍCÍCH V NEKALÉ SOUTĚŽI

Dana Ondrejová

Subjekty – základní vymezení

- Osoby aktivně legitimované
- Osoby pasivně legitimované

Subjekty - přehled

- Soutěžitelé
- Spotřebitelé
- Další zákazníci
- Právnické osoby oprávněné hájit zájmy soutěžitelů nebo zákazníků
- Tzv. jiné osoby dotčené nekalou soutěží
- Rušitelé
- Pomocné osoby

PRÁVNICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

Aktivně legitimované subjekty

Dana Ondrejová

Soutěžitelé I

- Soutěžitelé: § 2972 OZ - „kdo se účastní hospodářské soutěže“
- Srovnání s pojetím dle ZOHS
- Soutěžitel vs. konkurent (přímý, nepřímý, substitut)
- Jednání v hospodářském styku :
  - soutěžní vztah a soutěžní záměr
  - ekonomický charakter činnosti
  - zájem na výsledku soutěže (vyjma informování spotřebitelů)

Soutěžitelé II

- soutěžitelé v užším slova smyslu
  - podnikatelé (v konkurenčním i substitučním postavení)

- soutěžitelé v širším slova smyslu
  - neoprávnění podnikatelé
  - stát, státní orgány
  - jednotky územní samosprávy
  - veřejnoprávní korporace
  - tzv. osoby pomocné
  - nepodnikatelé (soutěžitelé ad hoc)

PRÁVNICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

Spotřebitelé I
Obecné vymezení

- Vymezení v soukromém právu (§ 419 OZ)
- Postavení spotřebitelů jakožto osob aktivně legitimovaných ve sporech z nekalé soutěže
  - Žalobci ve všech skutkových podstatách?
  - Mohou požadovat všechny nároky podle § 2988 OZ?

Spotřebitelé II
Tzv. průměrný spotřebitel 1

- Průměrný spotřebitel z cílové skupiny
  - zamýšlený adresát reklamy, ale i osoba, k níž reklama dospěje
  - existují rozdíly v nárocích na reklamu adresovanou běžným uživatelům a odborníkům
- Otázka tzv. sociologických a znaleckých průzkumů
  - procentuální vyjádření, nákladnost, sugestivita

Spotřebitelé III
Tzv. průměrný spotřebitel 2

- „**evropský spotřebitel**“ (tedy i „český“) – vyšší nároky, informovanost, obezřetnost, soudnost:
  - SD EU („Walter Rau v. De Smedt“, C-261/81): „… od spotřebitele se vyžaduje určité kontrolní úsilí ke zjištění, jaké zboží vlastně kupuje…“
  - SD EU („Gut Springenheide“, C-210/96): „…průměrný spotřebitel je v rozumné míře informovaný, pozorný a opatrný“
  - SD EU („Verband Sozialer Wettbewerb eV v. Clinique Labaratiores SNC a Estee Lauder Cosmetics GmbH“, C-315/92): upřednostnění informovaného spotřebitele, jehož inteligenční kvocient není na hranici demence, ale jenž je schopen se na základě relevantních informací svobodně rozhodnout
  - SD EU („+10 % na obalu tyčinky Mars“, C-470/93)

Spotřebitelé IV
Tzv. průměrný spotřebitel 3

- NS 32 Odo 229/2006: „… spotřebitel, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory (jak je vykládáno ESD)“
- NS 32 Cdo 4661/2007: „… míra pozornosti průměrného spotřebitele je dnes posuzována přísněji než dříve (již nejen povrchní či zběžná pozornost, ale rozumná míra pozornosti a opatrnosti)…“

Spotřebitelé V
Tzv. průměrný spotřebitel 4

- VS Praha 3 Cmo 33/2007 (mobilní operátoři): „Smyslem reklamy je zaujmout co největší okruh adresátů, a proto je v ní užito povětšinou stručného sdělení s určitou mírou nadsázky a přehánění, pokud pak taková prezentace obsahuje odkaz na podrobné informace a způsob, jak je získat, nelze dovozovat zpravidla klamání možných spotřebitelů.“
- NS 23 Cdo 2749/2008 (odkaz na bezplatnou telefonní linku)

Spotřebitelé VI
Tzv. průměrný spotřebitel 5

- Nutnost brát při posuzování ohled na propagovaný produkt
- VS Praha 3 Cmo 380/2005 (trh finančních služeb): „… údaje televizní reklamy a plakátů z billboardů nejsou tou okolností, jež by možného zájemce o úvěr sama o sobě přesvědčila o výhodnosti případného uzavření úvěrové smlouvy se žalovanými“; „… 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 přitom v úvahu nabídky vícero účastníků, jež se mu nabízejí“
- NS 23 Cdo 2749/2008 (leasing)

Zákazník

- Spotřebitel vs. zákazník = synonyma?
- Obrácení důkazního břemene podle § 2989/2 OZ?

Tzv. jiné osoby dotčené nekalou soutěží

- Osoby, jejichž osobnostní atributy byly zasaženy nekalou soutěží
- Osoby zasažené zabraňovací soutěží

Právnické osoby oprávněné hájit zájmy soutěžitelů nebo zákazníků

- Vymezení
- Postavení jakožto osob aktivně legitimovaných ve sporech z nekalé soutěže
  - Žalobci ve všech skutkových podstatách nekalé soutěže?
  - Mohou požadovat všechny nároky podle § 2988?

PRÁVNICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

Pasivně legitimované subjekty

Dana Ondrejová

Rušitel, pomocná osoba

- Rušitel
- Pomocná osoba
  - Užší pojetí
  - Širší pojetí

PRÁVNICKÁ FAKULTA
Masarykova univerzita

GENERÁLNÍ KLAUZULE NEKALÉ SOUTĚŽE

Dana Ondrejová

Generální klauzule nekalé soutěže - vymezení

- § 2976 odst. 1 OZ: 3 podmínky generální klauzule (kumulativnost (!) - nenaplnění byť jen jediného znaku znamená, že se nejedná o nekalosoutěžní jednání)

- **Nekalé soutěže se dopustí ten:**

  1) kdo se dostane v hospodářském styku

  2) do rozporu s dobrými mravy soutěže

  3) jednáním způsobilým přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům

- § 2976/1 (poslední věta) NOZ: **Nekalá soutěž se zakazuje!**

Použití generální klauzule nekalé soutěže

- stanoví **obecné podmínky ke kvalifikaci nekalé soutěže** – splněny – pak se jedná o nekalou soutěž

- **samostatně použitelné ustanovení** na situace, kterou nejsou upraveny zvláštními skutkovými podstatami nekalé soutěže

Tzv. soudcovské skutkové podstaty nekalé soutěže I

- Lidská tvořivost je velmi rozmanitá (zákon nemůže postihnout všechna jednání, která člověk vymyslí) - na soudech, která další jednání kromě zvláštních skutkových podstat lze považovat na nekalosoutěžní
- Generální klauzule je blíže rozváděna na základě judikatury – tzv. soudcovské skutkové podstaty nekalé soutěže (nepojmenované skutkové podstaty nekalé soutěže) = typová jednání, která nejsou upravena zákonem, ale lze je postihnout dle generální klauzule

Dělení soudcovských skutkových podstat nekalé soutěže

1. Porušení norem veřejného nebo soukromého práva se soutěžním dopadem

2. Jednání nenaplňující znaky zákonných (pojmenovaných) skutkových podstat nekalé soutěže, ale těmto se blížící

3. Ostatní jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže

1. Porušení norem veřejného či soukromého práva se soutěžním dopadem I

- Porušení norem veřejného práva:
  - Zákona o ochraně hospodářské soutěže
  - Zákona o veřejných zakázkách
  - Zákona o potravinách
  - Zákona o léčivech
  - Zákonů upravujících tzv. průmyslová práva
  - Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání
  - Zákona o regulaci reklamy (rozpor s dobrými mravy)
  - Zákona o ochraně spotřebitele (nekalé obchodní praktiky)

- Porušení norem soukromého práva, konkrétně:
  - OZ
    - Ochrana osobnosti
    - Ochrana dobré pověsti a názvu PO
    - Porušení závazkového práva
    - Řada jiných
  - Autorského zákona
  - Řady dalších

2. Jednání nenaplňující znaky zákonných skutkových podstat, ale těmto se blížící

- Praktiky podobné klamavé reklamě a klamavému označení zboží nebo služby
- Praktiky podobné dotěrnému obtěžování
- Praktiky podobné parazitování na pověsti
- Praktiky podobné vyvolání nebezpečí záměny
- Praktiky podobné zlehčování
- Další

3. Další jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže

- Podprahová reklama
- Skrytá reklama
- Guerilla marketing
- Jiné nové formy agresivního marketingu
- Zabraňovací soutěž
- Nedovolené přetahování zaměstnanců či zákazníků od konkurence
- Prozrazení či jiné zneužití know-how a jiných vnitřních informací
- Vázané obchody
- Diskriminační praktiky
- Podnákladové ceny

Reklama a obvyklé reklamní přehánění

- V reklamě je dovolena nadsázka
- Reklama: Vždy pravda? Může být nepravda? Může klamat? Je postižitelná i pravda?
- Tzv. reklama superlativní - pozor však na objektivně ověřitelná fakta:
  - nejlevnější v Brně
  - největší autobazar v ČR
  - nejnižší úroková sazba ze všech českých bank
  - odbytová jednička za rok 2019
- Pozor na limity
  - Průměrný spotřebitel

Literatura

- Ondrejová, D. Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář. Praha: C. H. Beck, 2014
- Ondrejová, D., Sehnálek, D. Nekalosoutěžní reklama a nekalé obchodní praktiky v české i evropské právní úpravě a judikatuře. Praha: Leges, 2018
- Ondrejová, D. Přehled judikatury ve věcech nekalé soutěže. Praha: Wolters Kluwer a.s., 2011
- Další monografická i komentářová literatura…