

Obchodní právo



HOSPODÁŘSKÁ SOUTĚŽ
NEKALÁ SOUTĚŽ

Hospodářská soutěž



- Veřejnoprávní linie – ochrana před zabráněním soutěži (ZOHS, zákon o významné tržní síle)
- Soukromoprávní linie – ochrana před deformací soutěže (ObchZ-NOZ; směrnice EU)

Účel úpravy



Prioritně ochrana soutěžitelů

Sekundárně též spotřebitelů (x zákon na ochranu spotřebitele)

Objektivní odpovědnost – neprokazuje se zavinění

Subjekty



Soutěžitel

- Nikoliv jen podnikatel, ale ten, kdo se účastní soutěže (tj. i stát, veřejnoprávní korporace, právnické osoby veřejného práva, nadace, spolky apod.)
- Soutěžní vztah se odehrává na relevantním trhu: čas, prostor a vzájemná zaměnitelnost zboží a služeb

Spotřebitel

Samostatně i jako spolek, jehož stanovy deklarují hájit práva spotřebitelů

Generální klauzule



Velmi abstraktně (obecně) definovaný zákaz nekalé soutěže.

Naplnění generální klauzule = nekalá soutěž

§ 2976 odst. 1 NOZ

Kdo se dostane v hospodářském styku do rozporu s dobrymi mravy soutěže jednáním způsobilým přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům, dopustí se nekalé soutěže. Nekalá soutěž se zakazuje.

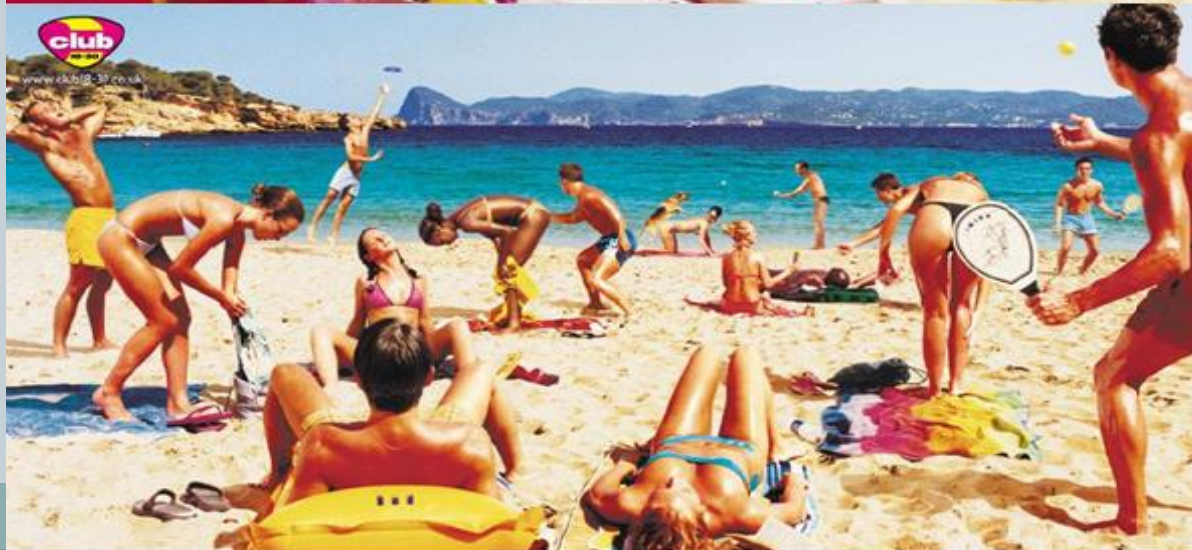
Dobré mravy soutěže



X dobré mravy „obecné“



Dobré mravy soutěže



Dobré mravy soutěže



Skutkové podstaty



Demonstrativní výčet skutkových podstat (§ 2976 odst. 2):

- a) klamavá reklama,
- b) klamavé označování zboží a služeb,
- c) vyvolání nebezpečí záměny,
- d) parazitování na pověsti závodu, výrobku či služeb jiného soutěžitele,
- e) podplácení,
- f) zlehčování,
- g) srovnávací reklama, pokud není dovolena jako přípustná,
- h) porušení obchodního tajemství,
- i) dotěrné obtěžování a
- j) ohrožení zdraví a životního prostředí.

Klamavá reklama



§ 2977

(1) Klamavá reklama je taková reklama, která souvisí s podnikáním nebo povoláním, sleduje podpořit odbyt movitých nebo nemovitých věcí nebo poskytování služeb, včetně práv a povinností, **klame nebo je způsobilá klamat** podáním nebo jakýmkoli jiným způsobem osoby, jimž je určena nebo k nimž dospěje, a tím i zřejmě způsobilá ovlivnit hospodářské chování takových osob.

(2) Při posuzování, zda je reklama klamavá, se přihlédne **ke všem jejím výrazným znakům. Zvláště** se přihlédne k údajům, které reklama obsahuje ohledně

- a) dostupnosti, povahy, provedení, složení, výrobního postupu, data výroby nebo poskytnutí, způsobilosti k určenému účelu, použitelnosti, množství, zeměpisného či obchodního původu, jakož i podrobnějšího vytčení a dalších znaků zboží nebo služeb včetně předpokládaných výsledků použití nebo výsledků a podstatných znaků provedených zkoušek či prověrek,
- b) ceny nebo způsobu jejího určení,
- c) podmínek, za nichž se zboží dodává nebo služba poskytuje, a
- d) povahy, vlastností a práv zadavatele reklamy, jako jsou zejména jeho totožnost, majetek, odborná způsobilost, jeho práva duševního vlastnictví nebo jeho vyznamenání a pocty.

Klamavá reklama



Klamavost x pravdivost

Slogan: „Svou jemností tě láká. Je nejlepší, co můžeš mít.“



Klamavá reklama



Klamavost x pravdivost



Klamavé označení zboží a služeb



§ 2978

- (1) Klamavé označení zboží nebo služby je takové označení, které je způsobilé vyvolat v hospodářském styku mylnou domněnku, že jím označené zboží nebo služba **pocházejí z určité oblasti či místa nebo od určitého výrobce, anebo že vykazují zvláštní charakteristický znak nebo zvláštní jakost.** Nerozhodné je, zda označení bylo uvedeno bezprostředně na zboží, na obalu, obchodní písemnosti nebo jinde. Rovněž je nerozhodné, zda ke klamavému označení došlo přímo nebo nepřímo a jakým prostředkem se tak stalo.
- (2) Klamavost působí i údaj všeobecně vžitý v hospodářském styku k označení druhu nebo jakosti, je-li k němu připojen dodatek způsobilý klamat, zejména s použitím výrazu „pravý“, „skutečný“ nebo „původní“.
- (3) Ustanoveními předchozích odstavců nejsou dotčeny jiné právní předpisy o ochraně průmyslového nebo jiného duševního vlastnictví.

Klamavé označení zboží a služeb

čaj Strawberry
Sunrise
jahody:
0%

cena:
39,90
Kč/20
porcí



Mátový čaj
máta peprná: 100%

cena: 27,90
Kč/20 porcí



Rozdíl? První čaj je ovocno-bylinný aromatizovaný, s příchutí jahod, druhý je čaj bylinný. V prvním je ibišek, šípky, jablko, pomerančová kůra, bezinky a aroma jahod, ve druhém 100 procent máty peprné.

Puding
s příchutí
vanilka
vanilka: 0 %
cena: 3,90 Kč



Puding
vanilkový
vanilka: 1,5 %
cena: 15,90 Kč

Rozdíl? První puding je s příchutí vanilky, vanilkovou chuť dodává aroma, barvu kurkumin a paprikový extrakt. Druhý je vanilkový a skutečně obsahuje mletou pravou vanilku, dokonce BIO, proto je také dražší.

Uherský salám x Čabajka obalená maďarskou trikolorou
Ementál x Pravý ementál
Klamavost x pravdivost

Vyvolání nebezpečí záměny



§ 2981

- (1) Kdo **užije jména osoby nebo zvláštního označení závodu** užívaného již po právu jiným soutěžitelem, vyvolá tím nebezpečí záměny.
- (2) Nebezpečí záměny vyvolá i ten, kdo užije **zvláštního označení závodu nebo zvláštního označení či úpravy výrobku, výkonu nebo obchodního materiálu** závodu, které v zákaznických kruzích platí pro určitý závod za příznačné.
- (3) Stejně tak vyvolá nebezpečí záměny, kdo **napodobí cizí výrobek, jeho obal nebo výkon**, ledaže se jedná o napodobení v prvcích, které jsou již z povahy výrobku funkčně, technicky nebo esteticky předurčeny, a napodobitel učinil veškerá opatření, která lze na něm požadovat, aby nebezpečí záměny vyloučil nebo alespoň podstatně omezil, pokud jsou tato jednání způsobilá vyvolat nebezpečí záměny nebo klamnou představu o spojení se soutěžitelem, jeho závodem, pojmenováním, zvláštním označením nebo s výrobkem či výkonem jiného soutěžitele.

Vyvolání nebezpečí záměny



Vyvolání x vyvolávání

Neoprávněné užití firmy x frančíza

Název „Hilton“ x „Restaurace Na Růžku“

Vyvolání nebezpečí záměny



Parazitování na pověsti



§ 2982

Parazitováním je zneužití pověsti závodu, výrobku nebo služby jiného soutěžitele umožňující získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, jehož by soutěžitel jinak nedosáhl.

Př.: Prodej limonády značky Rolls-Royce

Nekalosoutěžní podplácení



§ 2983

Podplácením ve smyslu tohoto zákona je jednání, jímž

- a) soutěžitel osobě, která je členem statutárního nebo jiného orgánu jiného soutěžitele nebo je v pracovním poměru k jinému soutěžiteli, přímo nebo nepřímo nabídne, slíbí či poskytne jakýkoliv prospěch za tím účelem, aby jejím nekalým postupem docílil na úkor jiných soutěžitelů pro sebe nebo jiného soutěžitele přednost nebo jinou neoprávněnou výhodu v soutěži, anebo
- b) osoba uvedená v písmenu a) přímo či nepřímo žádá, dá si slíbit nebo přijme za stejným účelem jakýkoliv prospěch.

X Podplácení jako trestný čin

Zlehčování



§ 2984

(1) Zlehčováním je jednání, jímž **soutěžitel** uvede nebo **rozšiřuje o poměrech, výkonech nebo výrobku jiného soutěžitele** nepravdivý údaj způsobilý tomuto soutěžiteli přivodit újmu.

(2) Zlehčováním je i uvedení a rozšiřování pravdivého údaje o poměrech, výkonech nebo výrobku jiného soutěžitele, pokud jsou způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu. *Nekalou soutěží však není, byl-li soutěžitel k takovému jednání okolnostmi donucen (oprávněná obrana).*

Porušení obchodního tajemství



§ 2985

Porušením obchodního tajemství je jednání, jímž jednající jiné osobě neoprávněně sdělí, zpřístupní, pro sebe nebo pro jiného využije obchodní tajemství, které může být využito v soutěži a o němž se dověděl

- a) tím, že mu tajemství bylo svěřeno nebo jinak se stalo přístupným na základě jeho pracovního poměru k soutěžiteli nebo na základě jiného vztahu k němu, popřípadě v rámci výkonu funkce, k níž byl soudem nebo jiným orgánem povolán, nebo
- b) vlastním nebo cizím jednáním přičícím se zákonu.

Dotěrné obtěžování



§ 2986

(1) Dotěrné obtěžování je sdělování údajů o soutěžiteli, zboží nebo službách, jakož i nabídka zboží nebo služeb s využitím telefonu, faxového přístroje, elektronické pošty nebo podobných prostředků, ačkoli si takovou činnost příjemce zjevně nepřeje, nebo sdělování reklamy, při kterém její původce utají nebo zastře údaje, podle nichž ho lze zjistit, a neuvede, kde příjemce může bez zvláštních nákladů přikázat ukončení reklamy.

(2) Rozesílá-li se reklama na elektronickou adresu, kterou podnikatel získal v souvislosti s prodejem zboží nebo poskytnutím služby, nejde o dotěrné obtěžování, pokud podnikatel tuto adresu používá k přímé reklamě pro vlastní zboží nebo služby a druhá strana reklamu nezakázala, ačkoli ji podnikatel při získání adresy i při každém jejím použití k reklamě zřetelně upozornil na právo přikázat bez zvláštních nákladů ukončení reklamy.

SPAM, schránka opatřená cedulí „bez reklam“

Ohrožení zdraví nebo životního prostředí



§ 2987

Ohrožení zdraví nebo životního prostředí je jednání, jímž soutěžitel zkresluje podmínky hospodářské soutěže tím, že provozuje výrobu, uvádí na trh výrobek nebo provádí výkon ohrožující zájem na ochraně zdraví nebo životního prostředí chráněný zákonem, aby tak získal pro sebe nebo pro jiného prospěch na úkor jiného soutěžitele nebo zákazníků.

Srovnávací reklama



§ 2980

- (1) Srovnávací reklama přímo nebo nepřímo označuje jiného soutěžitele nebo jeho zboží či službu.
- (2) Srovnávací reklama je **přípustná**, pokud se srovnání týče,
- a) není-li klamavá,
 - b) srovnává-li jen zboží a službu uspokojující stejnou potřebu nebo určené ke stejnému účelu,
 - c) srovnává-li objektivně jednu nebo více podstatných, důležitých, ověřitelných a příznačných vlastností zboží nebo služeb včetně ceny,
 - d) srovnává-li zboží s označením původu pouze se zbožím stejného označení,
 - e) nezlehčuje-li soutěžitele, jeho postavení, jeho činnost nebo její výsledky nebo jejich označení ani z nich nekalým způsobem netěží, a
 - f) nenabízí-li zboží nebo službu jako napodobení či reprodukci zboží nebo služby označovaných ochrannou známkou soutěžitele nebo jeho názvem.

Srovnávací reklama



Zavřeno? Neznáme!

**OTEVŘENO
NONSTOP**

TESCO
hypermarket

Provozujeme s Vámi

TESCO
hypermarket

Otevírací dobu jsme ověřili 23. 6. 2001.
Všechny hypermarkety Tesco v České republice mají otevřeno nonstop!

Praha-Smíchov

PO	7:00-24:00
ÚT	7:00-24:00
ST	7:00-24:00
ČT	7:00-24:00
PÁ	7:00-24:00
SO	7:00-24:00
NE	7:00-24:00

Carrefour

Jednička v úvěrech na bydlení

Česká spořitelna
úvěry na bydlení

Na úvěry požádejte svého zástupce

„Soudcovské“ skutkové podstaty



Dříve SPAM

Zneužití soucitu

Skrytá reklama

„Regálovné“

Přetahování zákazníků

Zneužití informací

atd.

„Soudcovské“ skutkové podstaty



Nekalá soutěž - nároky



Zdržet se

Odstranit závadný stav

Přiměřené zadostiučinění

Náhrada škody

Bezdůvodné obohacení

Nekalá soutěž - nároky



Spotřebitel (důkazní břemeno)

Soutěžitel

Právo, aby se rušitel nekalé soutěže **zdržel** nebo aby **odstranil závadný stav**, může mimo zlehčování, parazitování na pověsti, porušení obchodního tajemství a podplácení uplatnit též *právnícká osoba oprávněná hájit zájmy soutěžitelů nebo zákazníků*.

Nekalá soutěž - nároky



§ 248 TZ

Porušení předpisů o pravidlech hospodářské soutěže

Subjektivní odpovědnost, úmysl