MASARYKOVA UNIVERZITA
PRÁVNICKÁ FAKULTA

DNY PRÁVA 2016
DAYS OF LAW 2016

Část IV.
Dopad práva Evropské unie na českou regulaci nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik

ACTA UNIVERSITATIS BRUNENSIS

IURIDICA vol. 585

SPISY PRÁVNICKÉ FAKULTY
MASARYKOVY UNIVERZITY

řada teoretická
svazek č. 585

DNY PRÁVA 2016 – DAYS OF LAW 2016

Část IV.

Dopad práva Evropské unie na českou regulaci nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik

Eds.:

David Sehnálek, Iveta Rohová

Masarykova univerzita
Brno 2017

Sborník vznikl v rámci řešení grantu „Vliv práva Evropské unie na českou regulaci nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik“, č. GA14-20147S.

Recenzent: JUDr. Vít Horáček, Ph.D.

© 2017 Masarykova univerzita

ISBN 978-80-210-8555-8

Obsah

Základní východiska a vývoj unijního práva nekalé soutěže 7
Iva Palkovská

Transpozícia smerníc - cesta k zjednotenej právnej úprave práva proti nekalej súťaži? 18
Dominika Zavadová

Klamavá reklama – dopad práva Evropské unie na českou regulaci dané problematiky 29
Tereza Levická

Vybrané klamavé praktiky a zdraví spotřebitele 43
Jana Dudová, Eva Večerková

Příloha směrnice 2005/29 jako omezení zákonodárné moci 59
Michal Vítek

Bid rigging a veřejné zakázky 71
Vlastimil Calaba

Základní východiska a vývoj unijního práva nekalé soutěže

Iva Palkovská

Masarykova univerzita, Právnická fakulta, Česká republika

Abstract in original language

V příspěvku budou analyzována základní koncepční východiska, na kterých unijní právní úprava nekalé soutěže stojí, a cíle, k jejichž dosažení byla přijata. Příspěvek bude také obsahovat stručný vývoj unijní regulace v této oblasti a bude poukázáno na změny, ke kterým v průběhu času došlo. Představeny budou rovněž důvody vedoucí k přijetí nekalosoutěžních pravidel na unijní úrovni a jejich vývoj.

Keywords in original language

Evropská unie; právo nekalé soutěže.

Abstract

The paper analyzes fundamental conceptual foundations which form the EU rules of unfair competition law and aims, for attainment of which it was adopted. The paper also briefly outlines evolution of EU regulation in this particular field and changes that have occurred during the time. Rationales that have led to the enactment of unfair competition regulation at Union level and their evolution are too presented.

Keywords

European Union; Unfair Competition Law.

1 Úvod

Jak je snad z názvu příspěvku patrné, je zaměřen na unijní právní úpravu nekalé soutěže v té nejobecnější rovině. Cílem příspěvku by měla být odpověď na tyto tři otázky – jaká je pravomoc Evropské unie k regulaci nekalé soutěže, dále proč, tedy za jakým účelem Unie reguluje nekalou soutěž a konečně jaké jsou základní vývojové tendence unijní regulace práva nekalé soutěže. Nebudou zde tedy rozebírána vlastní pravidla nekalé soutěže.

2 Pravomoc Evropské unie regulovat nekalou soutěž

Na úvod je vhodné poznamenat, že klasickou právní úpravu práva nekalé soutěže v tuzemském pojetí v právu Evropské unie nenalezneme.[1] To je ostatně typické pro unijní úpravu soukromého práva obecně. Je to důsledkem působení zásady svěřených pravomocí, podle které může Unie přijímat právní úpravu pouze v těch oblastech, kde jí byla členskými státy svěřena pravomoc.[2] Zásada svěřených pravomocí je výslovně zakotvena v čl. 5 odst. 1 Smlouvy o Evropské unii, stejně tak již v rozsudku van Gend en Loos[3] Soudní dvůr EU vyřkl, že Evropská Společenství jsou novým právním řádem, v jehož prospěch členské státy omezily své pravomoci, avšak pouze ve vymezených oblastech.

Smlouva o fungování Evropské unie (dále jen „SFEU") rozděluje pravomoci Unie do několika kategorií podle stupně, v jakém se v dané oblasti Unie a členské státy podílí na tvorbě právních předpisů. V oblastech výlučné pravomoci Unie převedly členské státy oprávnění přijímat právní předpisy na Unii zcela, v oblastech sdílené pravomoci částečně, značně omezené pole působnosti má Unie v oblastech, kde jí členské státy svěřily pravomoc koordinační nebo podpůrnou.[4]

„Rozdělení rolí" mezi Unii a členské státy v oblastech sdílené pravomoci funguje tak, že členské státy jsou oprávněny přijímat právní předpisy v oblastech, v nichž Unie dosud předpisy nepřijala (přestože jí to Smlouvy umožňují), a v oblastech, kde Unie svou pravomoc již nevykonává.

Je však důležité mít na paměti, že toto rozdělení slouží pro nejobecnější kategorizaci pravomocí Unie, pro určení rozsahu pravomoci v konkrétních případech je potřeba vycházet z jednotlivých ustanovení SFEU, v nichž je rozsah pravomoci blíže upřesněn – pro různé oblasti práva se totiž liší.[5]

---

1 DĚDIČ, J., ČECH, *P. Obchodní právo po vstupu ČR do EU: Anebo co všechno se po 1. květnu 2004 v obchodním právu změnilo?* 2. vyd. Praha: Bova Polygon, 2005, s. 336.

2 ONDREJOVÁ, D., SEHNÁLEK, D. *Vliv práva Evropské unie na českou regulaci nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik.* 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2016, s. 29.

3 Rozsudek Soudního dvora ze dne 5. února 1963 NV Algemene Transport- en Expeditie Onderneming van Gend & Loos v Netherlands Inland Revenue Administration, věc 26/62.

4 Čl. 2 – 6 SFEU.

5 CRAIG, P., DE BÚRCA, G. *EU Law: Text, Cases, Materials.* 5. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2011, s. 85.

Pravomoc k přijímání předpisů upravujících nekalou soutěž Unie sdílí spolu s členskými státy. To znamená, že některé části práva nekalé soutěže mají původ v unijním právu, jiné jsou čistě produktem vnitrostátního zákonodárství.

Pro oblast soukromého práva obecně Unie nemá výslovně svěřenou pravomoc. Pro některé dílčí oblasti soukromého práva (jako je například pracovní právo, spotřebitelské právo nebo mezinárodní právo soukromé) obsahuje Smlouva o fungování Evropské unie výslovné kompetenční zmocnění. Právo nekalé soutěže žádné výslovné zmocnění ve SFEU nemá.

Jako právní základ pro přijímání směrnic o regulaci práva nekalé soutěže proto slouží především čl. 114 SFEU, takzvaná harmonizační klauzule.[6] Na základě čl. 114 SFEU mohou být přijímány předpisy za účelem sbližování právních předpisů členských států, které mají za účel vytvoření či fungování vnitřního trhu. Zmocnění dané Evropské unii tímto ustanovením je velmi široké a obecné, proto bylo a je používáno jako právní základ právních předpisů v mnoha oblastech.

Formulace jeho věcného záběru je na první pohled velmi široká, může budit dojem, že zmocňuje Unii k přijímání právních předpisů v oblasti vnitřního trhu v neomezeném rozsahu. Ve skutečnosti je aplikace tohoto článku omezená několika podmínkami. Předpisy přijaté na tomto právním základě musí skutečně směřovat k vytvoření či zlepšení fungování vnitřního trhu, tedy k odstranění překážek volného pohybu zboží, osob, služeb nebo kapitálu nebo k zefektivnění hospodářské soutěže. Přínos pro vnitřní trh by měl založen na objektivních, soudně přezkoumatelných okolnostech, nikoli na abstraktních nepodložených domněnkách o překážkách na vnitřním trhu.[7]

Podmínkou také je, aby předpisy přijaté na základě čl. 114 SFEU právní předpisy členských států skutečně sbližovaly, tj. odstraňovaly rozdíly v nich

---

6 SEHNÁLEK, D. Vliv práva Evropské unie na interpretaci občanského zákoníku a ustanovení o nekalé soutěži. *Obchodněprávní revue*, roč. 2016, č. 11-12, s. 318.

7 Odstavec 82 - 84 rozsudku Soudního dvora ze dne 5. října 2000. Spolková republika Německo proti Evropskému parlamentu a Radě Evropské unie (Tabáková reklama). Věc C-376/98; Odstavec 32 stanoviska generální advokátky C. Stix-Hackl ze dne 12. 7. 2005 k věci Evropský parlament proti Radě Evropské unie (Evropská družstevní společnost). Věc-436/03.

existující, přičemž ale mohou být zaměřeny i na rozdíly, které v právu členských států velmi pravděpodobně v budoucnu vzniknou.[8]

3 Nekalá soutěž a volný pohyb zboží

Dále je vhodné zodpovědět otázku, proč se právo nekalé soutěže ocitlo v hledáčku Unie, dříve Společenství, a proč Unie vůbec přijímala právní předpisy v této oblasti. Od počátku integrace na evropském kontinentu bylo cílem této integrace posilování hospodářské spolupráce za účelem vytvoření vnitřního trhu, prostoru, v němž by se uskutečňoval mj. volný pohyb zboží. Za účelem vytvoření harmonicky fungujícího vnitřního trhu bylo potřeba odstranit nejrůznější překážky, které mohly volný pohyb zboží omezovat. Byla to především cla a poplatky s rovnocenným účinkem jako clo a množstevní omezení a opatření s rovnocenným účinkem jako množstevní omezení. Zatímco tarifní opatření jsou poměrně jasně identifikovatelná a jsou zakázaná bez výjimek, u kategorie netarifních opatření situace tak jednoduchá není. Kategorie množstevních omezení a opatření s rovnocenným účinkem je mnohem širší a zejména v případě opatření s rovnocenným účinkem obtížněji popsatelná. Kromě toho jsou opatření s rovnocenným účinkem za určitých okolností dovolená.[9]

Opatření se rovnocenným účinkem byla definována v proslulém rozsudku Soudního dvora EU (dále jen „SDEU“) ve věci Dassonville[10] jako všechna opatření, která mohou přímo nebo nepřímo, skutečně nebo potenciálně omezit obchod uvnitř Společenství. Tato definice je na první pohled velmi široká, téměř všeobjímající. Ze zákazu opatření s rovnocenným účinkem existují výjimky. Povolené důvody pro omezení volného pohybu jsou stanovené na jedné straně článkem 36 SFEU a na druhé straně judikaturou SDEU počínajíc rozsudkem Cassis de Dijon[11].[12] Vždy platí, že způsob omezení volného pohybu na vnitřním trhu musí být vzhledem k uplatněnému důvodu

8 Odstavec 86 rozsudku Tabáková reklama.

9 Blíže viz TOMÁŠEK, M., TÝČ, V. a kol. *Právo Evropské unie*. 1. vyd. Praha: Leges, 2013, s. 214-219. SEHNÁLEK, op. cit. 2016, s. 318.

10 Rozsudek Soudního dvora ze dne 11. července 1974 Procureur du Roi v Benoît and Gustave Dassonville, věc 8/74.

11 Rozsudek Soudního dvora ze dne 20. února 1979 Rewe-Zentral AG v Bundesmonopolverwaltung für Branntwein, věc 120/78.

12 ONDREJOVÁ, SEHNÁLEK, op. cit., s. 17–23.

přiměřený a nezbytný k jeho dosažení.[13] Judikatura SDEU zde musela dotvořit úpravu ve Smlouvách tak, aby vyvážila dva protichůdné zájmy – liberalizaci obchodu na tvořícím se vnitřním trhu a zároveň zaručila ochranu veřejných zájmů v členských státech.[14]

Za opatření s rovnocenným účinkem jako množstevní omezení jsou v první řadě považovány opatření státu – ať už se jedná o právní nebo správní akty.[15] Nedovolenou překážku volného pohybu zboží mohou představovat i právní předpisy, které nejsou přímo diskriminační, ale ve skutečnosti působí jako překážka volného pohybu zboží.

Právní úpravy, které se dotýkají prodeje zboží, mohou představovat opatření s rovnocenným účinkem, pokud jsou v jednotlivých členských státech rozdílné, jelikož to na dovozce či vývozce zboží klade zvýšené požadavky.

Skutečnost byla taková, že v jednotlivých členských státech EU bylo právo nekalé soutěže a ochrany spotřebitele rozvinuté do různé míry.[16],[17] V některých státech, konkrétně například v Německu, bylo právo nekalé soutěže velmi rozvinuté, v jiných státech nikoli.

Tam, kde předpisy představují neodůvodněnou překážku volnému pohybu zboží, se dotčené osoby mohou dovolávat neaplikovatelnosti vnitrostátní právní úpravy odkazem na ustanovení Smlouvy zakazující množstevní omezení volného pohybu zboží mezi členskými státy (čl. 34 a násl. SFEU), která mají přímý účinek. Z judikatury Soudního dvora EU je pak známo množství rozhodnutí, v nichž vnitrostátní nekalosoutěžní předpisy sehrály svou roli[18].

---

13 Viz také HEERMANN, P. W., HIRSCH, G. (eds). *Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht. Band 1, Grundlagen des Wettbewerbsrechts Internationales Wettbewerbs- und Wettbewerbsverfahrensrecht- Grundlagen und sekundärrechtliche Maßnahmen: § 1-4 UWG.* München: Verlag C. H. Beck, 2006, s. 361–368.

14 ULLRICH, H. *Anti-Unfair Competition Law and Anti-Trust Law: a Continental Conundrum?* Florence: European University Institute, 2005, s. 19.

15 HEERMANN, P. W., HIRSCH, G. (eds)., op. cit., s. 445.

16 Srov. preambuli směrnice Rady ze dne 10. září 1984 o sbližování právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy, 84/450/EHS.

17 ULLRICH, op. cit., s. 3; STUYCK, J. Unfair competition law in the EU in the years to come. In: SCHULZE, R., SCHULTE-NÖLKE, H. *European Private Law – Current Status and Perspectives.* Mnichov: De Gruyter Sellier, 2011, kap. IV.

18 Viz také ULLRICH, op. cit, s. 18–19 nebo ONDREJOVÁ, SEHNÁLEK, op. cit., kap. I.2.1.

Proces, kdy se výrobci, dovozci či prodejci dovezeného zboží musí dovolávat volného pohybu zboží, je zdlouhavý a spojený se značnou měrou právní nejistoty a pro hladké fungování volného obchodu tudíž nevyhovující. Bylo tak zřejmé, že značně rozdílná úroveň regulace nekalé soutěže představuje překážku volného pohybu zboží. Na tomto základě vyvstala potřeba právo nekalé soutěže na unijní úrovni harmonizovat.[19]

4 Vývoj práva nekalé soutěže v EU

Regulace nekalé soutěže obecně sleduje tři cíle – ochranu hospodářské soutěže, ochranu soutěžitelů a ochranu spotřebitelů[20]. Nejinak tomu je i v případě regulace nekalé soutěže na unijní úrovni. Všechny tyto tři dílčí cíle se do unijního práva promítají, přičemž ale nejvíce je v unijním právu nekalé soutěže akcentovaná ochrana spotřebitelů.

V původní podobě právo nekalé soutěže cílilo zejména na ochranu soutěžitelů tím, že nastavovalo férové podmínky pro jejich soutěž.[21] Ochrana soutěže a ochrana spotřebitele nabývaly na významu postupně. V unijním právu nekalé soutěže, které se, jak je výše naznačeno, začalo vyvíjet později, jako reakce na vývoj práva nekalé soutěže v členských státech, je ponejvíce akcentovaná ochrana spotřebitele, což bude ilustrováno následně.

Na tomto místě je vhodné krátce se zabývat otázkou, jak unijní právo spotřebitele chápe a jakého spotřebitele vlastně chrání. Unijní právo přirozeně chrání všechny spotřebitele, jako referenční kritérium pro posuzování nekalosoutěžních praktik se však používá spotřebitel průměrný. Koncept průměrného spotřebitele vychází především z judikatury Soudního dvora EU. Toto pojetí spotřebitele a jeho ochrany se promítá i do unijních předpisů[22].

19 Srov. STUYCK, J. Unfair competition law in the EU in the years to come. In: SCHULZE, R., SCHULTE-NÖLKE, H. *European Private Law – Current Status and Perspectives*. Mnichov: De Gruyter Sellier, 2011, s. 107.

20 Srov. HAJN, P. *Komunitární a české právo proti nekalé soutěži*. Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 29.

21 Tamtéž, s. 29.

22 Viz např. odstavec 15 preambule Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 ze dne 20. prosince 2006 o výživových a zdravotních tvrzeních při označování potravin, nebo odstavec 18 preambule Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách).

Ačkoli koncept průměrného spotřebitele začal Soudní dvůr formovat již v rozhodnutích dřívějších[23], základní definici spotřebitele podal v rozhodnutí Gut Springenheide[24] - jedná se o „*průměrného spotřebitele, který je dostatečně informován a je přiměřeně obezřetný a pozorný*"[25]. Spotřebitelé tedy nejsou pojímáni jako pasivní příjemci zboží a služeb, naopak se předpokládá, že jsou to osoby do určité míry informované a kompetentní s informacemi pracovat.[26]

Unijní regulace v oblasti nekalé soutěže se od počátku soustředila zejména na regulaci reklamy, jelikož ta má z hlediska vstupu na trh (a zejména pak na trh cizí, zahraniční) naprosto zásadní vliv, protože informuje potenciální spotřebitele o zboží či službách, jež obchodník nabízí. Zároveň se reklamou může výrazně dotýkat jiných obchodníků – soutěžitelů.[27] Velmi významná je také regulace nekalých obchodních praktik vůči spotřebitelům.

Dnes již zrušená směrnice 84/450/EHS o klamavé reklamě[28] hned v úvodu preambule přiznává, že důvodem k jejímu přijetí je vliv rozdílů v právních předpisech členských států na volný pohyb zboží a poskytování služeb a tím na vytvoření a fungování vnitřního trhu. Zároveň zdůrazňuje, že tyto rozdíly vedou k nedostatečné úrovni ochrany spotřebitele.

Směrnice 97/55/ES o srovnávací reklamě[29], která novelizovala směrnici výše uvedenou a rozšířila tak její věcnou působnost o srovnávací reklamu, také zmiňuje význam harmonizovaných předpisů pro férovou soutěž mezi dodavateli zboží a služeb, z níž budou ve výsledku profitovat spotřebitelé.

---

23 Rozsudek Soudního dvora ze dne 10. listopadu 1982. Walter Rau Lebensmittelwerke proti De Smedt PVBA. Věc 261/81.

24 ONDREJOVÁ, D. Hledisko tzv. průměrného spotřebitele v nekalé soutěži. *Obchodněprávní revue*, roč. 2009, č. 8, s. 222.

25 Rozsudek Soudního dvora (pátého senátu) ze dne 16. července 1998. Gut Springenheide GmbH a Rudolf Tusky proti Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt - Amt für Lebensmittelüberwachung. Věc C- 210/96.

26 Ondrejová v této souvislosti hovoří o tzv. *evropském spotřebiteli*, protože v tradičním minimálně středoevropském pojetí byl spotřebitel vnímán spíše jako znalostmi nepříliš oplývající osoba, která jen do omezené míry sleduje dění okolo sebe a která je tudíž poměrně snadno oklamatelná. ONDREJOVÁ, op. cit., s. 222.

27 ONDREJOVÁ, SEHNÁLEK, op. cit., s. 24 a 51-56.

28 Směrnice Rady 84/450/EHS ze dne 10. září 1984 o sbližování právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy.

29 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.

S přijetím směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům[30] nastala v unijním právu nekalé soutěže změna, kdy výslovně stanoveným cílem této směrnice je ochrana spotřebitele[31], přičemž se předpokládá, že díky vysoké úrovni ochrany spotřebitele budou nepřímo chráněny také zájmy soutěžitelů. Tato směrnice také významně novelizovala původní směrnici 84/450/EHS o klamavé a srovnávací reklamě[32] tak, že napříště měla chránit zájmy pouze soutěžitelů.

Nová směrnice 2006/114/ES o klamavé a srovnávací reklamě[33], která nahradila směrnici novelizovanou 84/450/EHS, pokračuje v tomto duchu a zachovává tak rozdělení subjektů chráněných před nekalou soutěží mezi směrnice 2005/29/ES a 2006/114/ES. Obě přitom v preambuli upozorňují na význam unijní regulace práva nekalé soutěže pro hospodářskou soutěž a volný pohyb zboží a služeb na vnitřním trhu.

V poslední době lze v unijním právu sledovat trend, kdy jsou vytvářeny směrnice, které zahrnují na unijní úrovni dosud neupravená nekalosoutěžní témata.[34] Jedná se o již přijatou směrnici 2016/943/EU o ochraně obchodního tajemství[35], ta je určena k ochraně soutěžitelů před nepoctivými praktikami, jejichž cílem je zneužití obchodních tajemství. Kromě ní se na unijní úrovni uvažuje nad vytvořením právní úpravy o nekalých obchodních praktikách mezi podniky v rámci potravinového řetězce[36]. Směrnice o ochraně

30 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách).

31 Čl. 1 směrnice 2005/29/ES.

32 Směrnice 84/450/EHS ve znění směrnice 97/55/ES.

33 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě.

34 ONDREJOVÁ, SEHNÁLEK, op. cit., s. 51–52.

35 Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/943 ze dne 8. června 2016 o ochraně nezveřejněného know-how a obchodních informací (obchodního tajemství) před jejich neoprávněným získáním, využitím a zpřístupněním. Blíže ke směrnici viz FLINT, D. Don't Tell Anyone: The European Union Trade Secrets Directive. *Business Law Review*, roč. 2016, č. 6.

36 Zpráva Komise Evropskému parlamentu a Radě ze dne 29. 1. 2016 o nekalých obchodních praktikách mezi podniky v rámci potravinového řetězce, COM(2016) 32 final, a Stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru ke Zprávě Komise Evropskému parlamentu a Radě o nekalých obchodních praktikách mezi podniky v rámci potravinového řetězce.

obchodního tajemství i uvažovaná právní úprava o nekalých obchodních praktikách v rámci potravinového řetězce směřují primárně k ochraně soutěžitelů.

Nelze také opomenout zmínit aspekty práva kolizního a mezinárodního práva procesního, které na hmotněprávní úpravu nekalé soutěže navazují. Nařízení Řím II, které obsahuje kolizní normy pro mimosmluvní závazkové vztahy, obsahuje speciální pravidlo pro určení rozhodného práva pro spory vzniklé z nekalosoutěžního jednání.[37] Nařízení Brusel I bis pro určení mezinárodní příslušnosti takovou speciální úpravu nemá, pro určení sudiště z nekalosoutěžních sporů budou určující pravidla obecná[38].

Lze shrnout, že současný stav je takový, že se právo nekalé soutěže na unijní úrovni „rozlomilo" na část, která chrání spotřebitele, a na část, která chrání soutěžitele. Směrnice 2006/114/ES a 2016/943/EU, jejichž účelem je ochrana soutěžitele, jsou přijaty v režimu minimální harmonizace, stanoví tedy určitý minimální standard a nebrání členským státům přijmout nebo ponechat stávající právní úpravu odchylnou od textu směrnice, není-li se směrnicí přímo v rozporu.[39] Ta část unijního práva nekalé soutěže, které je zaměřené především na ochranu spotřebitele, je upravena podstatně méně volně.[40]

Nejvýznamnější směrnice 2005/29/ES je přijata v režimu úplné harmonizace, členské státy se tedy od směrnice nemohou odchýlit, ani v případech, kdy by právní úprava byla pro spotřebitele příznivější.[41] Směrnice tedy zaručuje stejný standard ochrany ve všech členských státech. Unijní právo, zdá se, ignoruje tradiční triádu vztahů chráněných právem nekalé soutěže. Ochranu hospodářské soutěže jako takové zajišťuje primárně právo hospodářské

37 Čl. 6 nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 864/2007 ze dne 11. července 2007 o právu rozhodném pro mimosmluvní závazkové vztahy (Řím II).

38 Konkrétně se bude jednat o příslušnost obecnou (čl. 4 odst. 1) a příslušnost zvláštní (čl. 7 odst. 2 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1215/2012 ze dne 12. prosince 2012 o příslušnosti a uznávání a výkonu soudních rozhodnutí v občanských a obchodních věcech (Brusel I bis)).
Blíže k této problematice viz SEHNÁLEK, D. Mezinárodněprávní aspekty nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik v právu Evropské unie. *Časopis pro právní vědu a praxi*, roč. 2017, č. 1. DOI: https://doi.org/10.5817/CPVP2017-1-2

39 Viz také STUYCK, op. cit. s. 121.

40 ULLRICH, op. cit., s. 24.

41 Viz také STUYCK, op. cit., s. 120–121.

soutěže; proti tomu nelze patrně nic namítat, protože díky své převážně veřejnoprávní povaze a systémovým odlišnostem tvoří relativně samostatný subsystém práva. Přesto nelze nevnímat spojitost práva hospodářské soutěže s právem nekalé soutěže právě z hlediska chráněných zájmů.[42]

Zájmy spotřebitelů jsou unijním právem chráněny významnou měrou, zatímco ochraně práv soutěžitelů se nedostává přílišné pozornosti[43], byť jsou v poslední době patrné určité změny. Ochrana práv spotřebitelů a soutěžitelů spolu přitom velmi úzce souvisí, neboť jednání jednoho ze soutěžitelů se může stejnou měrou negativně dotýkat spotřebitelů i ostatních soutěžitelů. Rozdělování právních předpisů podle toho, kdo je nekalosoutěžním jednáním soutěžitele dotčen, proto může působit dojmem, že jde proti smyslu práva nekalé soutěže jako takového. Na unijní úrovni ovšem v současné době zjevně není snaha uchopit právo nekalé soutěže systémově a upravit jej komplexně.[44]

5 Závěr

Nekalá soutěž nebyla rozhodně mezi prvními oblastmi vnitřního trhu, v nichž EU přijímala právní úpravu, a nepatří ani mezi oblasti, které by byly unijním právem ovlivněny nějak zásadně. Dá se říci, že právo nekalé soutěže stojí spíše na okraji zájmu Evropské unie a je tvořeno jen několika málo směrnicemi. Z platné unijní právní úpravy je možno dovodit, že Unie vnímá právo nekalé soutěže spíše jako součást práva na ochranu spotřebitele než jako téma, které si žádá zvláštní přístup a samostatnou právní úpravu. „Tradiční“ právo nekalé soutěže je tak spíše upozaděno.

Literature

CRAIG, P., DE BÚRCA, G. *EU Law: Text, Cases, Materials.* 5. vyd. Oxford: Oxford University Press, 2011.

DĚDIČ, J., ČECH, P. *Obchodní právo po vstupu ČR do EU: Anebo co všechno se po 1. květnu 2004 v obchodním právu změnilo?* 2. vyd. Praha: Bova Polygon, 2005.

42 Je obecně uznáváno, že beneficienty veřejnoprávní regulace hospodářské soutěže jsou jak soutěžitelé, tak spotřebitelé. Viz STUYCK, op. cit., s. 127.

43 ULLRICH, op. cit, s. 28.

44 Srov. též STUYCK, s. 130–131.

FLINT, D. Don't Tell Anyone: The European Union Trade Secrets *Directive. Business Law Review*, roč. 2016, č. 6, s. 238–239.

HAJN, P. *Komunitární a české právo proti nekalé soutěži.* Brno: Masarykova univerzita, 2010.

HEERMANN, P. W., HIRSCH, G. (eds). *Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht. Band 1, Grundlagen des Wettbewerbsrechts Internationales Wettbewerbs- und Wettbewerbsverfahrensrecht- Grundlagen und sekundärrechtliche Maßnahmen: § 1-4 UWG.* München: Verlag C. H. Beck, 2006.

ONDREJOVÁ, D. Hledisko tzv. průměrného spotřebitele v nekalé soutěži. *Obchodněprávní revue*, roč. 2009, č. 8, s. 222.

ONDREJOVÁ, D., SEHNÁLEK, D. *Vliv práva Evropské unie na českou regulaci nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik.* 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, Právnická fakulta, 2016.

SEHNÁLEK, D. Vliv práva Evropské unie na interpretaci občanského zákoníku a ustanovení o nekalé soutěži. *Obchodněprávní revue*, roč. 2016, č. 11-12, s. 318.

SEHNÁLEK, D. Mezinárodněprávní aspekty nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik v právu Evropské unie. *Časopis pro právní vědu a praxi*, roč. 2017, č. 1, s. 23–40. DOI: https://doi.org/10.5817/CPVP2017-1-2

STUYCK, J. Unfair competition law in the EU in the years to come. In: SCHULZE, R., SCHULTE-NÖLKE, H. *European Private Law – Current Status and Perspectives.* Mnichov: De Gruyter Sellier, 2011.

TOMÁŠEK, M., TÝČ, V. a kol. *Právo Evropské unie.* 1. vyd. Praha: Leges, 2013.

ULLRICH, H. *Anti-Unfair Competition Law and Anti-Trust Law: a Continental Conundrum?* Florence: European University Institute, 2005.

Contact – e-mail

370609@mail.muni.cz

Transpozícia smerníc - cesta k zjednotenej právnej úprave práva proti nekalej súťaži?

Dominika Zavadová[1]

Univerzita Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, Právnická fakulta, Slovenská republika

Abstract in original language

Príspevok sa zameria na spôsob transpozície smerníc harmonizujúcich (nielen) čiastkové otázky práva proti nekalej súťaži predovšetkým do českého a slovenského právneho poriadku. Autorka sa bude venovať otázke, či transpozícia smerníc prijímaných v tejto oblasti smeruje k zjednocovaniu nekalej súťaže a nekalých obchodných praktík, a iných zakázaných praktík so súťažným dopadom, alebo vedie presne k opačnému výsledku, predovšetkým pri prostriedkoch ochrany.

Keywords in original language

Nekalá súťaž; nekalé obchodné praktiky; harmonizácia; prostriedky ochrany.

Abstract

The paper focuses on the directives which are harmonising (not only) partial problems within law against unfair competition and its transposition, particularly into Slovak legal order as well as Czech legal order. The author will be questioning the effect of transposition of directives, if it is heading towards unifying unfair competition and unfair commercial practices, and other prohibited practices with the impact on competition, or if it is heading towards totally different result, mostly in case of enforcement mechanisms.

Keywords

Unfair Competition; Unfair Commercial Practices; Harmonisation; Protection Mechanisms.

1 Autorka je internou doktorandkou na Katedre obchodného práva a hospodárskeho práva Právnickej fakulty Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach.

1 Úvod

Právo proti nekalej súťaži bolo dlho výlučne predmetom vnútroštátnych právnych úprav. Aj teraz je oblasť ochrany pred nekalou súťažou vo väčšej miere v rukách členských štátov Európskej únie. Na druhej strane, je možné badať priame alebo nepriame zásahy únijnej regulácie do podoby práva proti nekalej súťaži – nielen čoraz častejšie maximálne harmonizovaná ochrana spotrebiteľov, ktorí sa ako subjekty tiež zúčastňujú na súťaži, ale aj regulácia niektorých vzťahov medzi podnikateľmi sa dostali do popredia európskeho zákonodarstva. Do vnútroštátnych právnych poriadkov zasahuje aj Súdny dvor Európskej únie, ktorý podáva výklad smerníc, a preto i jeho judikatúra vplýva na regulovanie vzťahov zasahujúcich do práva proti nekalej súťaži aj na národnej úrovni. Prelínanie regulácií však nemusí nevyhnutne viesť k zjednocovaniu práva proti nekalej súťaži, ale práve spôsobom transpozície smerníc či reakcia na judikatúru môžu viesť k opačnému výsledku. V nasledujúcom texte sa preto zameriame na presahy čiastkovej únijnej právnej úpravy (nielen) do slovenského vnútroštátneho poriadku a na základe týchto presahov v závere poskytneme návrh riešenia, ktorým by sa podľa nášho názoru mohlo zabezpečiť zjednotenie regulácie nekalej súťaže a nekalých obchodných praktík.

2 Regulácia práva proti nekalej súťaži na úrovni Európskej únie

Problematika nekalej súťaže je upravená vo vnútroštátnych právnych poriadkoch rôznym spôsobom. Zásah EÚ do vnútroštátnej právnej regulácie je však len prvým krokom, na ktorý nevyhnutne nadväzuje prevzatie harmonizovanej právnej úpravy do právneho poriadku toho ktorého členského štátu. Únijný zákonodarca má v oblasti práva proti nekalej iba limitované legislatívne právomoci, viažuce sa predovšetkým na zachovanie základných slobôd, resp. efektívneho fungovania vnútorného trhu, čo Sehnálek nadsadene nazýva hrozienkovou metódou.[2] Aký spôsob transpozície si štáty zvolia, je teda výlučne na nich, nesmú však prekročiť rámec stanovený smernicou, ktorá plne harmonizuje danú oblasť právnych vzťahov, resp. prijať menej prísne pravidlá v prípade smernice upravujúcej len minimálne štandardy úpravy.

2 SEHNÁLEK, D. Vliv práva Evropské unie na interpretaci občanského zákoníku a ustanovení o nekalé soutěži. In *Obchodněprávní revue,* 2016, roč. 8, č. 11-12, s. 319.

Prístup k problematike je síce len čiastkový a zväčša nepriamo zasahuje do podoby práva proti nekalej súťaži, napríklad úpravou smerujúcou k ochrane spotrebiteľov,[3] čiastočne aj normotvorbou v oblasti práva duševného vlastníctva,[4] či reguláciou ochrany osobných údajov a súkromia.[5] Čoraz častejšie ho charakterizuje vyčerpávajúca právna úprava. V oboch prípadoch stupňa harmonizácie sa vnútroštátnej normotvorbe poskytuje dostatok priestoru nielen na voľbu medzi verejnoprávnou alebo súkromnoprávnou metódou regulácie, ale ako taká oprávňuje členské štáty aj na prijatie pravidiel, aby zodpovedali ich právnemu prostrediu no i naopak, doplnili únijné právo. Na druhej strane na podobu práva proti nekalej súťaži veľkou mierou vplýva rozhodovacia prax Súdneho dvora, ktorý výrazne preberá funkciu zákonodarcu a rozširuje, na prvý pohľad, rozsah smerníc.

---

3 Typickým príkladom je transpozícia smernice o nekalých obchodných praktikách do slovenského či českého právneho poriadku. V oboch prípadoch bola smernica prebratá do predpisov upravujúcich ochranu spotrebiteľov, v súlade so sledovaným účelom. Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 („smernica o nekalých obchodných praktikách") prebratá do slovenského právneho poriadku zákonom č. 250/2007 o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona č. 370/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov v platnom znení; do českého právneho poriadku zákonom č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele v platnom znení.

4 Najnovšie napr. Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/943 z 8. júna 2016 o ochrane nesprístupneného know-how a obchodných informácií (obchodného tajomstva) (Text s významom pre EHP).

5 Ešte stále v platnosti smernica Európskeho parlamentu a Rady 2002/58/ES z 12. júla 2002, týkajúca sa spracovávania osobných údajov a ochrany súkromia v sektore elektronických komunikácií (smernica o súkromí a elektronických komunikáciách). Navrhovaná zmena právnej úpravy súkromia a elektronických komunikáciách, ktorá bola nedávno zverejnená, poukazuje nielen na zmeny po obsahovej stránke, ale tiež po tej obsahovej. Smernica sa totiž má prispôsobiť aj formou novému nariadeniu o ochrane osobných údajov (nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2016/679 z 27. apríla 2016 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov) (Text s významom pre EHP)). Pozri návrh nariadenia Európskeho parlamentu a Rady o rešpektovaní súkromného života a ochrany osobných údajov v elektronických komunikáciách a o zrušení smernice 2002/58/ES (Nariadenie o súkromí a elektronických komunikáciách) COM (2017) 10 v konečnom znení, dostupné zatiaľ len v anglickom jazyku.

2.1 Metódy regulácie

Prvou otázkou spojenou s transpozíciou smerníc je voľba metódy regulácie na národnej úrovni. Smernice, harmonizujúce oblasť práva proti nekalej súťaži, sú preberané do súkromnoprávnych, no predovšetkým do verejnoprávnych predpisov. Voľba medzi regulačnými metódami ovplyvňuje potom aj spôsob vymáhania práva z rôznych právnych predpisov, ktoré sú si blízke účelom. To však nespôsobuje závažné problémy, nakoľko aj porušenie pravidiel verejnoprávneho charakteru môže mať súťažný dopad a možno ho sankcionovať ako nekalosúťažné konanie z dôvodu vlastností a funkcií generálnej klauzuly nekalej súťaže[6] ako nepomenované skutkové podstaty.[7]

Prostriedky ochrany sa v tomto smere nijak nevylučujú, a je možné ich využívať nielen samostatne, ale i súbežne.[8] Uplatňovanie prostriedkov vyplývajúcich z rôznych predpisov, sledujúcich prevažne rovnaký cieľ, je závislé len na vôli adresátov noriem, no je možné konštatovať, že verejnoprávne mechanizmy nápravy sú menej časovo aj finančne náročné, a práve preto aj uprednostňované najmä spotrebiteľmi ako adresátmi. Ich vzájomné uplatňovanie nie je tiež v rozpore s únijným právom, nakoľko to voľbu prostriedkov ochrany obvykle necháva na národných zákonodarných orgánoch.

2.2 Prísnosť regulácie

2.2.1 Minimálna harmonizácia

Príkladom minimálnej harmonizácie môže byť aj regulácia slúžiaca na ochranu osobných údajov a súkromia, ktorá nepriamo ovplyvňuje podobu práva proti nekalej súťaži. Smernica upravujúca pravidlá pre zachovanie súkromia v elektronických komunikáciách harmonizuje oblasť len minimálne a ponecháva štátom možnosť upraviť ochranu súkromia podľa vlastných vnútroštátnych požiadaviek, nie však za menej prísnejších podmienok.

6 K funkciám pozri napr. ONDREJOVÁ, D. In: HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník VI. Závazkové právo. Zvláštní část (§ 2055–3014). Komentář.* 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 1772. K základnej charakteristike tejto všeobecnej normy pozri HAJN, P. Zjevné i méně zřejmé změny v českém právu proti nekalé soutěži. *Obchodněprávní revue,* 2011, roč. 3, č. 7, s. 552–554.

7 K systematike nepomenovaných skutkových podstát pozri napr. ONDREJOVÁ, D. Tzv. soudcovské (nepojmenované) skutkové podstaty nekalé soutěže pohledem nové systematiky. *Obchodněprávní revue,* 2014, roč. 6, č. 10, s. 287–292.

8 Rovnako HAJN, P. *Komunitární právo proti nekalé soutěži.* Brno: Masarykova univerzita, 2010, s. 57–58.

V českom alebo aj nemeckom právnom poriadku nájdeme osobitnú skutkovú podstatu neprimeraného alebo dotieravého obťažovania, ktorá obsahovo viac či menej zodpovedá čl. 13 smernice o súkromí a elektronických komunikáciách. Dokonca sa o podobnej skutkovej podstate uvažovalo aj v slovenskom právnom prostredí, nakoniec sa však do Obchodného zákonníka nedostala.[9] To, že takáto skutková podstata nie je nevyhnutným následkom prijatia takej regulácie, svedčí aj viac či menej efektívny spôsob sankcionovania takéhoto konania verejnoprávnymi mechanizmami ochrany, resp. aj prostredníctvom generálnej klauzuly nekalej súťaže.[10] Do akej miery zasiahne nová regulácia ochrany osobných údajov do osobitných skutkových podstát však nateraz nie je možné povedať, stále ide len o návrh, ktorý nemusí byť prijatý v tejto forme a s týmto konkrétnym obsahom. Návrh nového nariadenia o ochrane súkromia v elektronickej komunikácii totiž bude priamo zaväzovať štáty bez toho, aby volili ten či onen implementačný nástroj.

Zvláštnym prípadom je smernica o klamlivej a porovnávacej reklame,[11] ktorá pre klamlivú reklamu a jej sankcionovanie zavádza len minimálne štandardy, no normy upravujúce porovnávaciu reklamu sú plne harmonizované a teda musia byť rešpektované v rozsahu ponúkanom smernicou.[12] Dokonca aj Súdny dvor v tomto smere pripúšťa inverzný efekt smernice o klamlivej a porovnávacej reklame na smernicu o nekalých obchodných praktikách.[13] Zvláštnym je prístup zvolený pri transpozícii do vnútroštátnych právnych poriadkov. Slovenský zákonodarca sa rozhodol pre verejnoprávnu ochranu pred porovnávacou reklamou[14] a medzi nekalosúťažné praktiky zaradil len klamlivú reklamu,[15] hoci aj porovnávacia reklama môže viesť k zámene podnikateľov, alebo viesť k narušeniu ďalších práv, obchodného mena,

9 Pozri VOZÁR, J. *Právo proti nekalej súťaži*. Bratislava: Veda, 2013, s. 110–111.

10 Ku komparácii právnych úprav obťažovania a návrhom de lege ferenda pre slovenského zákonodarcu pozri ZAVADOVÁ, D. Obťažovanie ako nekalosúťažná praktika. Kritika (ne)jednej transpozície. In: *Justičná revue*, 2017, roč. 69, č. 6-7, v tlači.

11 Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2006/114/ES z 12. decembra 2006 o klamlivej a porovnávacej reklame (kodifikované znenie) (Text s významom pre EHP).

12 Pozri odôvodnenie č. 7 a č. 9 smernice o klamlivej a porovnávacej reklame.

13 Rozsudok z 13. marca 2014, Posteshop C-52/13, EU:C:2014:150.

14 Ustanovenie § 4 zákona č. 147/2001 Z.z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov.

15 Zákon č. 513/1991 Zb. Obchodný zákonník v znení neskorších predpisov, § 45.

obchodnej známky a pod. V českom právnom poriadku dnes nájdeme aj skutkovú podstatu porovnávacej reklamy,[16] čo je podľa nášho názoru ucelenejšie prebratá smernica a vidieť v tomto smere snahu o zjednotenie nekalosúťažných aspektov reklamy do jedného právneho predpisu a je vhodným nasledovania aj zo strany slovenského zákonodarcu.

2.2.2 Maximálna harmonizácia

V prípade plnej harmonizácie sú štáty povinné dodržiavať znenie smernice, a nemajú možnosť odchýliť sa od nej a prijať prísnejšiu reguláciu. Smernica o nekalých obchodných praktikách však pripúšťa nepriamo aj ochranu iných subjektov než spotrebiteľov.[17] Niektoré štáty teda priamo postihujú konania v osobitnom predpise ochraňujúcich nie práva spotrebiteľov, ale komplexne celú hospodársku súťaž.[18] V konečnom dôsledku však tento spôsob transpozície nie je v rozpore s cieľom smernice, nakoľko sa i takýmto spôsobom zabezpečuje ochrana oprávnených záujmov jedného zo subjektov zúčastňujúcich sa na hospodárskej súťaži.

Obsah všetkých preberaných ustanovení teda musí primárne sledovať cieľ smernice. V tomto smere však treba mať na mysli, že novelizácia prichádza do úvahy iba na úrovni európskeho normotvorcu, pokiaľ však ide o interpretáciu a aplikáciu pravidiel, tá sa môže uskutočniť na ktoromkoľvek stupni, a potom aj výklad Súdneho dvora je potom pre členské štáty zaväzujúci. Z tohto sa vymyká zaradenie generálnej klauzuly nekalých obchodných praktík v čl. 5 ods. 2 smernice.

Všeobecná skutková podstata nekalých obchodných praktík rovnako ako generálna klauzula nekalej súťaže slúži ako zostatková skutková podstata. A hoci ide o maximálnu harmonizáciu v tejto oblasti, nie je zavedenie generálnej klauzuly do právnej regulácie v rozpore so sledovaným cieľom. Nie sú to odporujúce koncepty, avšak problémy môžu vzniknúť pri aplikácii práva príslušnými orgánmi aplikácie práva.[19] Flexibilita tohto ustanovenia je však takou vlastnosťou, ktorá i napriek maximálnej harmonizácii pravidiel

16 Ustanovenie § 2980 zákona č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník v platnom znení.
17 Odôvodnenie č. 8 smernice o nekalých obchodných praktikách.
18 Typickým príkladom sú nemecký a rakúsky právny poriadok.
19 Viac De VRIES, A. *Maximum Harmonisation and General Clauses - Two Conflicting Concepts?* [online] Dostupné na: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1703078

dovoľuje norme reagovať na nové konania[20] všetkým orgánom aplikácie práva naprieč všetkými členskými štátmi rovnako, pokiaľ však ide o výsledok ten sa nemusí v jednotlivých právnych poriadkoch zhodovať. Chýbajúci spoločný mechanizmus vymáhania práv z generálnej skutkovej podstaty nekalých obchodných praktík tak môže viesť k rôznym nepomenovaným skutkovým podstatám. Nateraz však zastávame názor, že európsky zákonodarca počítal aj s možnosťou, že konania nepokryté výslovným textom smernice nie sú v rozpore s maximálnou harmonizáciou ňou sledovanou. V konečnom dôsledku to vedie skôr k otázke vzťahu medzi generálnou klauzulou nekalej súťaže a generálnou klauzulou nekalých obchodných praktík a možnosti ich vzájomného prepojenia.

2.2.3 Eurokonformný výklad

Vo vzťahu k predchádzajúcim formám harmonizácie je treba pripomenúť povinnosť štátov Európskej únie pri preberaní smerníc na základe vnútroštátnych implementačných nástrojov pri ich výklade nasledovať účel harmonizovanej únijnej úpravy. Povinnosť eurokonformného výkladu však nezaväzuje vnútroštátne súdy len na výklad konkrétnych preberaných ustanovení, ale rovnako aj vyjadruje povinnosť súdu, aby pri tomto výklade bral do úvahy vnútroštátne právo ako celok. Vo výsledku je však potrebné posúdiť, do akej miery možno použiť tento výklad takým spôsobom, ktorý neodporuje smernici, resp. nevedie k smernici odporujúcemu záveru.[21]

3 Vplyv judikatúry Súdneho dvora EÚ na podobu práva proti nekalej súťaži

Jedným z ďalších zásahov do podoby vnútroštátneho práva proti nekalej súťaži je aj judikatúra Súdneho dvora Európskej únie a jeho interpretácia

20 Záver o tom, že je možné generálnu klauzulu nekalých obchodných praktík aplikovať aj samostatne, a dokonca nie je na naplnení jej podmienok závislé definovanie určitej nekalej praktiky za klamlivú alebo agresívnu či praktík zakázaných *per se* vyplýva z judikatúry Súdneho dvora. Pozri napr. rozsudok z 23. apríla 2009, VTB-VAB v spojených veciach C-261/07 a C-299/07, EU:C:2009:244, body 55 a 56; rozsudok zo 14. januára 2010, Plus Warenhandelsgesellschaft C-304/08, EU:C:2010:12, bod 45; rozsudok z 9.novembra 2010, Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag C-540/08, EU:C:2010:660, bod 34; rozsudok z 19. septembra 2013, CHS Tour Services C-435/11, EU:C:2013:574, body 46-48, rozsudok zo 16. apríla 2015; UPC Magyarország C-388/13, EU:C:2015:225, druhý bod výrokovej časti.

21 Rozsudok z 5. októbra 2004, Pfeiffer a i. v spojených veciach C-397/01 až C-403/01, EU:C:2004:584.

únijných noriem na základe prejudiciálnych otázok, ale tiež aj pri sporoch týkajúcich sa porušenia práva Európskej únie nesprávnou alebo poprípade žiadnou transpozíciou smerníc. Rozhodnutia takto prijaté sú záväzné nielen pre súd konajúci v spornej veci, ale pre všetky národné súdy a ich ďalšiu interpretáciu harmonizovaných noriem. V niektorých prípadoch sú aj podnetom pre prijímanie novej národnej právnej úpravy.

Výsledok konania pred Súdnym dvorom tak nemusí byť rozhodujúcim iba pre vyriešenie spornej veci, ale môže viesť aj k prijímaniu noriem, ktoré sa nie vždy zhodujú so zámerom, ktorý je sledovaný nielen smernicou, ale i samotným rozhodnutím súdneho dvora. Typickým príkladom je reakcia slovenského zákonodarcu na rozhodnutie Súdneho dvora vo veci Perenič,[22] posudzujúceho vzťah medzi nekalými obchodnými praktikami a neprijateľnými zmluvnými podmienkami. V konečnom dôsledku takáto všeobecná úprava vedie k prísnejšej regulácii, ktorá presahuje smernicou o nekalých obchodných praktikách zavedený maximálny stupeň harmonizácie.[23] Prijatie osobitného dôvodu neplatnosti právneho úkonu však, podľa nášho názoru, narušilo cieľ oboch smerníc,[24] a v podstate ovplyvnilo aj jednu z nepomenovaných skutkových podstát nekalej súťaže.[25]

V niektorých prípadoch výkladu únijného práva sa však dá uvažovať aj o rozširovaní samotného rozsahu maximálne harmonizovanej právnej úpravy na úkor legislatívnych právomocí Únie. Súdny dvor totiž vo veci UPC Magyarország uviedol, že na to, aby sa mohlo konanie podnikateľa označiť za nekalú praktiku postačuje, aby bol ohrozený, resp. narušený oprávnený záujem aj len jedného spotrebiteľa.[26] Generálny advokát však vo svojich

22 Rozsudok z 15. marca 2012, Pereničová a Perenič C-453/10, EU:C:2012:144.

23 O kritike prijatia špeciálneho pravidla pre platnosť právneho úkonu ovplyvneného nekalou obchodnou praktikou sme písali na inom mieste. Pozri ZAVADOVÁ, D. Nekalé obchodné praktiky a ich vplyv na platnosť právnych úkonov vo finančných službách. In: *Súkromné právo*, 2015, roč. 1, č. 2. s. 16-20.

24 Rozumej aj smernice Rady 93/13/EHS z 5. apríla 1993 o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách.

25 K porušeniu zmluvného práva ako nekalosúťažnej praktike pozri ONDREJOVÁ, D. *Porušení závazkového práva jako nekalá obchodní praktika nebo nekalá soutěž*. Praha: C. H. Beck, 2016, 264 s.; CSACH, K. (Niektoré) Zmluvnoprávne aspekty práva proti nekalej súťaži. *Časopis pro právní vědu a praxi*. 2015, č. 1, s. 9–13; KOTÁSEK, J. Nesplnění smluvních povinností jako nekalá soutěž. *Časopis pro právní vědu a praxi*, 2009, č. 2, s. 76–81.

26 Rozsudok zo 16. apríla 2015, UPC Magyarország C-388/13, EU:C:2015:225, výroková časť.

návrhoch uviedol, že individuálne záujmy je možné vymáhať prostredníctvom mechanizmov vnútroštátneho zmluvného práva[27] alebo deliktuálného práva[28] a dá sa povedať, že nebol naklonený extenzívnemu výkladu smernice o nekalých obchodných praktikách.[29] Tento výklad nevedie k vylúčeniu individuálneho presadzovania práva, avšak práve takýto presun ochrany na individuálne záujmy môže viesť k narušeniu vnútroštátnych mechanizmov ochrany, čo nakoniec môže znamenať aj fragmentáciu presadzovania práva kolektívnymi mechanizmami.

4 Riešenie v účele právnej regulácie?

V hospodárskej súťaži sa prelínajú ochrana podnikateľských subjektov s ochranou spotrebiteľov, resp. ďalších subjektov zúčastňujúcich sa na trhu. Nateraz je zrejmé, že európska normotvorba sleduje ochranu týchto záujmov nepriamo cez právnu úpravu ochrany iných hodnôt, než vyslovene úpravu problematiky nekalej súťaže, ktorý nemusí byť explicitnou súčasťou právnej úpravy. Na zachovanie jednotnosti regulácie postačí aj jeho špecifikácia v dôvodovej správe napr. k novelizačným predpisom. Podľa nášho názoru, vyjadrenie účelu aj pri takej právnej úprave nekalej súťaže a jej presahov s inými inštitútmi, ktorá nie je obsiahnutá v jednom právnom predpise, by mohlo viesť k efektívnejšiemu presadzovaniu poctivosti v podnikaní v tejto oblasti právnych vzťahov. Riešenie načtrnutých situácií vidíme predovšetkým vo formulácii účelu právnej úpravy nekalej súťaže. Účel nemusí

27 Návrhy generálneho advokáta Wahla z 23. októbra 2014, UPC Magyarország C-388/13, EU:C:2014:2323, body 30 a n. Z doktríny napr. COLLINS, H. The Unfair Commercial Practices Directive. *European Review of Contract Law,* 2005, Vol. 4. [online] Dostupné na: http://eprints.lse.ac.uk/23465/1/Collins_Unfair-commercial-practices-directive_2005.pdf

28 To vyplýva z možnosti postihovania nekalých obchodných praktík aj ako deliktu nekalej súťaže cez generálnu klauzulu nekalej súťaže, ale aj cez všeobecnú klauzulu deliktuálneho práva, ak budú naplnené tam uvedené požiadavky. Komplexne z európskeho pohľadu pozri De CRISTOFARO, G. Infringement of the Prohibition of Unfair Commercial Practices and Tort Law. In: SCHULZE, R. (ed.). *Compensation of Private Losses: The Evolution of Torts in European Business Law*. Mníchov: Sellier European Law Publishers, 2011, s. 115–132.

29 Viacerí autori sa totiž zhodujú, že smernica chráni predovšetkým kolektívne spotrebiteľské záujmy, a nie oprávnené záujmy jednotlivcov v individuálnom prípade. Pozri WILHELMSSON, T. Scope of the Directive. In: HOWELLS, G., MICKLITZ, H. W., WILHELMSSON, T. *European Fair Trading Law: The Unfair Commercial Practices Directive*, s. 72; tiež KEIRSBILCK, B. *The New European Law of Unfair Commercial Practices and Competition Law*. Oxford: Hart Publishing, 2011, s. 247–248.

byť všeobjímajúci, ale na to, aby aj otvorené právne koncepty, ktoré právo proti nekalej súťaži obsahuje, boli častejšie samostatne aplikované, je jeho vymedzenie vhodným spôsobom na zabezpečenie jednotnej aplikácie práva proti nekalej súťaži.[30]

Literature

CSACH, K. (Niektoré) Zmluvnoprávne aspekty práva proti nekalej súťaži. *Časopis pro právní vědu a praxi*, 2015, č. 1, s. 9–13.

COLLINS, H. The Unfair Commercial Practices Directive. *European Review of Contract Law,* 2005, roč. 4, č. 1, s. 417–441. [online] Dostupné na: http://eprints.lse.ac.uk/23465/1/Collins_Unfair-commercial-practices-directive_2005.pdf

De CRISTOFARO, G. Infringement of the Prohibition of Unfair Commercial Practices and Tort Law. In: SCHULZE, R. (ed.). *Compensation of Private Losses: The Evolution of Torts in European Business Law*. Mníchov: Sellier European Law Publishers, 2011, s. 115–132.

De VRIES, A. *Maximum Harmonisation and General Clauses - Two Conflicting Concepts?* [online] Dostupné na: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1703078

HAJN, P. *Komunitární právo proti nekalé soutěži*. Brno: Masarykova univerzita, 2010, 146 s.

HAJN, P. Zjevné i méně zřejmé změny v českém právu proti nekalé soutěži. In: *Obchodněprávní revue,* 2011, roč. 3, č. 7, s. 552–554.

KEIRSBILCK, B. *The New European Law of Unfair Commercial Practices and Competition Law*. Oxford: Hart Publishing, 2011, 766 s.

KOTÁSEK, J. Nesplnění smluvních povinností jako nekalá soutěž. *Časopis pro právní vědu a praxi,* 2009, č. 2, s. 76–81.

ONDREJOVÁ, D. In: HULMÁK, M. a kol. *Občanský zákoník VI. Závazkové právo. Zvláštní část (§ 2055–3014). Komentář.* 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2014.

30 Príspevok bol vypracovaný v rámci riešenia grantového projektu VEGA č. 1/0917/16 „Atypické a faktické vzťahy v obchodnom práve“.

ONDREJOVÁ, D. Tzv. soudcovské (nepojmenované) skutkové podstaty nekalé soutěže pohledem nové systematiky. In: *Obchodněprávní revue,* 2014, roč. 6, č. 10, s. 287–292.

ONDREJOVÁ, D. *Porušení závazkového práva jako nekalá obchodní praktika nebo nekalá soutěž.* Praha: C. H. Beck, 2016, 264 s.

SEHNÁLEK, D. Vliv práva Evropské unie na interpretaci občanského zákoníku a ustanovení o nekalé soutěži. *Obchodněprávní revue*, 2016, roč. 8, č. 11-12, s. 318–324.

VOZÁR, J. *Právo proti nekalej súťaži.* Bratislava: Veda, 2013, 320 s.

WILHELMSSON, T. Scope of the Directive. In: HOWELLS, G., MICKLITZ, H. W., WILHELMSSON, T. *European Fair Trading Law: The Unfair Commercial Practices Directive,* s. 49–81.

ZAVADOVÁ, D. Nekalé obchodné praktiky a ich vplyv na platnosť právnych úkonov vo finančných službách. In: *Súkromné právo,* 2015, roč. 1, č. 2, s. 16–20.

ZAVADOVÁ, D. Obťažovanie ako nekalosúťažná praktika. Kritika (ne)jednej transpozície. In: *Justičná revue*, 2017, roč. 69, č. 6-7, v tlači.

Contact – e-mail

dominika.zavadova@student.upjs.sk

Klamavá reklama – dopad práva Evropské unie na českou regulaci dané problematiky

Tereza Levická
Masarykova univerzita, Právnická fakulta, Česká republika

Abstract in original language

Příspěvek je zaměřen na skutkovou podstatu klamavé reklamy podle českého občanského zákoníku a zejména na vliv unijní regulace na tuzemskou úpravu dané problematiky. Na charakteristiku unijních vlivů na českou klamavou reklamu navazuje i komparace unijní a tuzemské regulace předmětné oblasti nekalé soutěže. Příspěvek je zakončen celkovým zhodnocením úpravy klamavé reklamy v občanském zákoníku a návrhy de lege ferenda.

Keywords in original language

Klamavá reklama; nekalá soutěž; soutěžitel; zákazník; občanský zákoník.

Abstract

The paper is focused on the merits of the misleading advertising according to the Czech Civil Code and, particularly, on the effect of the European Union's legislation on the internal regulation of the issue. The characteristics of the European Union's effect on the Czech misleading advertising is followed also by the comparison of the European Union's and internal regulation of the area of the unfair competition. The paper ends by the general evaluation of the Civil Code's regulation of the misleading advertising and by proposals de lege ferenda.

Keywords

Misleading Advertising; Unfair Competition; Competitor; Customer; Civil Code.

1 Úvod

Reklama, tedy prezentace výrobku nebo služby v dobrém světle v co největším počtu médií,[1] představuje jednu z nejefektivnějších technik,

1 DIBLÍK, J., VEIT, F. *Media law and intellectual property law in the Czech Republic*. Praha: Linde, 2012, s. 85.

kterou mají soutěžitelé k dispozici, aby svým produktem oslovili zákazníky za účelem pořízení určitých produktů. V návaznosti na skutečnost, že s představováním a předváděním výrobků a služeb souvisí i podávání nepravdivých, polopravdivých či sice pravdivých, ale v konkrétní situaci klamavých informací, je nutné se zaobírat právními mechanismy, které tyto projevy nekalosoutěžního jednání potírají, popř. pro dotčené subjekty stanovují efektivní prostředky obrany či ochrany. Jedním z těchto institutů je i regulace klamavé reklamy v občanském zákoníku[2] (dále jen ObčZ), a to zejména v jeho § 2977.

V právní úpravě klamavé reklamy lze obecně vysledovat následující strukturu: (i) klamavá konání (na která lze vztáhnout malou generální klauzuli, § 2977 odst. 1 ObčZ); (ii) klamavá opomenutí (která sice § 2977 odst. 1 ObčZ výslovně nezmiňuje, ale jsou pod něj podřaditelná); (iii) klamání správnými údaji (zachycené § 2979 odst. 1 ObčZ); a (iv) výrazné znaky reklamy, které je nutné posuzovat v rámci všech uvedených oblastí klamavé reklamy (stanovené § 2977 odst. 2 ObčZ). Popsané strukturaci odpovídá i obsah níže uvedeného příspěvku.

Vzhledem k tomu, že klamavá reklama byla pro účely ObčZ upravena tak, aby více odpovídala směrnici o klamavé a srovnávací reklamě[3] (dále jen Směrnice 2006/114/ES)[4], je text statě opatřen nejen charakteristikou tuzemské, ale i unijní (zejména pak s ohledem na výše uvedenou směrnici) regulace, a to včetně komparace relevantních ustanovení. Závěr příspěvku odkazuje na návrhy de lege ferenda, a to především v návaznosti na podněty z unijní legislativy.

2 Malá generální klauzule (klamavá konání)

Klamavá reklama je dle § 2977 odst. 1 ObčZ „… *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*

2 Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

3 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě.

4 Důvodová zpráva k NOZ (konsolidovaná verze). *Nový občanský zákoník: Zákony a stanoviska – Texty zákonů* [online]. Ministerstvo spravedlnosti ČR, 2013–2015 [cit. 17. 11. 2016], s. 579.

nebo jakýmkoli jiným způsobem osoby, jimž je určena nebo k nimž dospěje, a tím i zřejmě způsobilá ovlivnit hospodářské chování takových osob". Klamavá reklama je tedy v ObčZ vystavená na následujících kritériích:

a) reklama;
b) souvislost reklamy s podnikáním nebo povoláním nebo sledování podpory odbytu movitých nebo nemovitých věcí nebo poskytování služeb, a to včetně práv a povinností;[5]
c) prezentování prostřednictvím podání nebo jakýmkoli jiným způsobem;
d) působení vůči osobám, kterým je reklama určena nebo k nimž dospěje;
e) klamavost reklamy nebo její způsobilost klamat výše uvedené osoby; a
f) způsobilost daným jednáním ovlivnit hospodářské chování takových osob.

Výše uvedené znaky lze dohromady označit jako tzv. malou generální klauzuli.[6] Ke klamání přitom nemusí obecně dojít jen aktivním jednáním, ale může nastat i jednání pasivní, tzv. klamavé opomenutí. Je přitom zvláštní, že malá generální klauzule neuvádí žádný odkaz na klamavá opomenutí. Tato část statě příspěvku se proto orientuje na malou generální klauzuli zejména s ohledem na klamavá konání. Pasivnímu jednání je vyhrazená samotná kapitola.

V rámci evropské regulace klamavé reklamy a ochrany proti ní se úprava štěpí mezi dva předpisy: (i) Směrnici 2006/114/ES, která je sice primárním unijním legislativním aktem, který se dotýká klamavé reklamy, nicméně chrání pouze obchodníky; a (ii) směrnici o nekalých obchodních praktikách[7] (dále jen Směrnice 2005/29/ES), která reguluje povšechně nekalé obchodní praktiky, ale chrání pouze spotřebitele na vnitřním unijním trhu.

Podle čl. 2 písm. b) Směrnice 2006/114/ES platí, že klamavou reklamou je každá reklama, která jakýmkoli způsobem, včetně předvedení, klame nebo

5 POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., PEKÁREK, M. *Obchodní korporace a nekalá soutěž*. Praha: Wolters Kluwer, 2015, s. 529.

6 Jak uvádí E. Večerková: „*Tato skutková podstata je již tradičně nazývána též tzv. malou generální klauzulí.*" In: POKORNÁ, VEČERKOVÁ, PEKÁREK, op. cit., s. 529.

7 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (směrnice o nekalých obchodních praktikách).

pravděpodobně může klamat osoby, kterým je určena nebo které zasáhne, a která pro svůj klamavý charakter pravděpodobně ovlivní jejich ekonomické chování, nebo která z těchto důvodů poškodí nebo může poškodit jiného soutěžitele. Výše uvedeným ustanovením je tedy zakotvena tzv. unijní generální klauzule klamavé reklamy.

Ust. § 2977 odst. 1 ObčZ, vnitrostátní generální klauzule klamavé reklamy, výrazně vychází z čl. 2 písm. a) (definice reklamy)[8] a b) Směrnice 2006/114/ES: v tuzemské i evropské legislativě se jedná o praktiku, jejímž cílem je podpora odbytu zboží (v českém případě movitých nebo nemovitých věcí) nebo poskytnutí služeb, včetně práv a povinností, která klame nebo je způsobilá klamat jakýmkoli způsobem osoby, kterým je určena nebo k nimž dospěje (v unijní úpravě „*které zasáhne*"), a tím pravděpodobně ovlivní ekonomické chování osob. V popsaných intencích jsou tedy mezi oběma definicemi jen formulační rozdíly.

I přes uvedenou návaznost obou definic je však nutné upozornit na jejich rozdíly – primárně odlišný personální dosah ObčZ a Směrnice 2006/114/ES. Osobní působnost Směrnice 2006/114/ES je oproti ObčZ omezena jen na obchodníky, kterými jsou fyzické i právnické osoby, které jednají za účelem provozování svého obchodu, živnosti, řemesla nebo výkonu svobodného povolání, jakož i osoby, které jednají jménem obchodníka nebo v jeho zastoupení.[9] Bezprostřední ochrana spotřebitelů je tímto odsunuta do dosahu Směrnice 2005/29/ES.

To, že malá generální klauzule v unijní úpravě neobsahuje souvislost s podnikáním nebo povoláním, není podstatné, neboť podle čl. 2 písm. a) Směrnice 2006/114/ES se reklamou mimo jiné rozumí i každé předvedení související s obchodem, živností či řemeslem; znak souvislosti s podnikáním je tedy charakteristický i pro unijní úpravu klamavé reklamy. Podstatnější je však rozdíl mezi závěry obou ustanovení: zatímco v tuzemsku regulace končí způsobilostí klamavé reklamy ovlivnit hospodářské chování osob, do unijní úpravy je přidán potenciální znak, a sice že buď pro klamavý charakter

8 Podle čl. 2 písm. a) Směrnice 2006/114/ES se reklamou rozumí „*každé předvedení související s obchodem, živností, řemeslem nebo svobodným povoláním, jehož cílem je podpora odbytu zboží nebo poskytnutí služeb, včetně nemovitostí, práv a závazků*".

9 MACEK, J. § 45 Klamavá reklama. In: ŠTENGLOVÁ, I. a kol. *Obchodní zákoník: komentář*. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 178.

reklama pravděpodobně ovlivní ekonomické chování osoby, které je určena, nebo z důvodu klamavého charakteru poškodí nebo může poškodit jiného soutěžitele. Na popisovaném kritériu definice klamavé reklamy v unijní úpravě je zajímavé i to, že možnost ovlivnění ekonomického chování se vztahuje povšechně na osoby, kterým je reklama určena nebo které zasáhne, ale způsobení újmy odkazuje jen a pouze na soutěžitele.

Popsaný znak o možnosti poškození jiného soutěžitele není v § 2977 ObčZ obsažen. Lze uvažovat nad tím, zda se jednalo o záměr zákonodárce, či nikoli. Jako odůvodnění úmyslného vypuštění lze vnímat skutečnost, že možnost přivození újmy soutěžitelům je již nastavena generální klauzulí nekalé soutěže v § 2976 odst. 1 ObčZ, a zákonodárce tedy nechtěl předmětný znak v § 2977 odst. 1 ObčZ opakovat. Nicméně i tak je třeba dovodit, že klamavá reklama je často také na úkor soutěžitele a že nemusí jen být zřejmě způsobilá ovlivnit hospodářské chování osob dotčených klamavou reklamou. Lze souhlasit s E. Večerkovou, která navrhuje doplnění závěru klamavé reklamy jednak o způsobilost přivození újmy jiným soutěžitelům, ale dále z hlediska personálního dosahu i o subjekty, které Směrnice 2006/114/ES neupravuje, a sice o zákazníky.[10]

Podle E. Večerkové lze rovněž vést teoretické úvahy na téma, zda zákonodárce použitím slovního spojení „*reklama související s podnikáním nebo povoláním*“ zamýšlel odlišit definici klamavé reklamy v ObčZ od úpravy ve Směrnici 2006/114/ES, která použila při definování reklamy spojení, že se jedná o předvedení související s obchodem, živností, řemeslem nebo svobodným povoláním (přitom už jen označení „*povolání*“ a „*svobodné povolání*“ lze rozlišit). Výše nastíněná diskuze by pravděpodobně vedla k závěru, že pro definování klamavé reklamy dle ObčZ se vůbec nemělo užít slova „*reklama*“ (ObčZ tím odkazuje na definici ze zákona o regulaci reklamy[11] [12], dále jen ZRR), nebo se neměla bez jednoznačného vymezení přebírat část definice ze ZRR a část ze Směrnice 2006/114/ES.[13]

---

10 POKORNÁ, VEČERKOVÁ, PEKÁREK, op. cit., s. 538.

11 Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

12 Podle § 1 odst. 2 ZRR se reklamou rozumí „…*oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není dále stanoveno jinak*“.

13 POKORNÁ, VEČERKOVÁ, PEKÁREK, op. cit., s. 531.

Dále lze v rámci komparace malé generální klauzule podle ObčZ a podle Směrnice 2006/114/ES upozornit na výraz „*osoby, k nimž reklama dospěje*“, jak je nastaven ObčZ. Lze předpokládat, že zákonodárce měl na mysli totéž, co je uvedeno v čl. 2 písm. b) Směrnice 2006/114/ES, který upravuje „*osoby, které zasáhne*“. Použitím podobných termínů obě úpravy sledují co nejširší škálu osob, které se i náhodou octly v dosahu reklamy, která byla zaměřena na jiné osoby. Lze přitom dovodit, že pojem zasáhnutí podle ObčZ má ještě širší význam než pouhé dospění podle předmětné směrnice. Určitě totiž i soutěžitel může být klamavou reklamou rušitele zasažen. Kladnou odpověď na nastíněné potvrzuje i široká aktivní legitimace soutěžitele, neboť tento může uplatnit žalobu ve všech případech klamavé reklamy, i když jí byl nebo mohl být dotčen.[14] V tomto ohledu tedy u klamavé reklamy podle ObčZ dovozuji efektnější úpravu oproti směrnicovému nastavení.

S úpravou klamavé reklamy v ObčZ lze nalézt paralelu i v úpravě Směrnice 2005/29/ES, byť ne v tak explicitní podobě. Klamavá reklama spadá pod nekalé obchodní praktiky, které jsou obecně vymezeny v unijní generální klauzuli nekalých obchodních praktik a dle čl. 5 odst. 1 Směrnice 2005/29/ES zakázány. Obchodní praktika je dle odst. 2 daného ustanovení nekalá, pokud (i) je v rozporu s požadavky náležité odborné péče; a (ii) podstatně narušuje, byť třeba i potenciálně, ekonomické chování průměrného spotřebitele, který je jejímu působení vystaven, a který následkem takové obchodní praktiky může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil.

Praktika je dle čl. 6 odst. 1 Směrnice 2005/29/ES považovaná za klamavé jednání, pokud obsahuje nesprávné informace, a je tedy nepravdivá, nebo pokud jakýmkoli způsobem, včetně celkového předvedení, uvádí nebo je schopná uvést průměrného spotřebitele v omyl ve vztahu k jednomu nebo více prvkům (kterými jsou např. povaha výrobku, jeho základní charakteristika, výhody, rizika, složení aj.), i když informace jsou věcně správné, což v obou případech vede nebo může vést k rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci, které by jinak ani neučinil.

14 POKORNÁ, VEČERKOVÁ, PEKÁREK, op. cit., s. 535.

Při srovnání působností Směrnice 2005/29/ES a ObčZ lze dovodit, že daná směrnice se v rámci svého osobního dosahu pohybuje jen v intencích ochrany spotřebitele, ale činí tak povšechně ve vztahu k širokému spektru klamavých praktik.

Použitá formulace o klamavosti nesprávných informací ve Směrnici 2005/29/ES působí až moc přísně, neboť v podstatě zakazuje jakoukoli nepravdivou informaci (tedy i reklamní přehánění). Stejně tak se jedná v rámci Směrnice 2005/29/ES o formulaci málo určitou, neboť operuje s jakýmkoli způsobem, jímž by spotřebitel mohl být uveden v omyl. Na druhou stranu ale přísnost oslabuje skutečnost, podle které je klamavost dána u takové obchodníkovy informace, která vede nebo může vést k rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci, které by jinak neučinil.[15]

Při výkladu i aplikaci § 2977 odst. 1 ObčZ se ze Směrnice 2005/29/ES uplatní zejména příloha k tomuto předpisu, která se týká nekalých obchodních praktik a je označována jako „černá listina". Ta mimo jiné uvádí 23 klamavých praktik, které jsou považovány za všech okolností za nekalé. Praktická využitelnost přílohy je taková, že každý, kdo hodlá žalovat z důvodu klamavé reklamy, by se měl nejprve orientovat na text černé listiny klamavých praktik a zjistit, zda může svůj nárok podřadit pod některý z případů, které jsou v černé listině uvedeny. Pokud nějaký takový případ najde, měl by s daným bodem přílohy operovat. Jak uvádí P. Hajn, dostane se tak do výhodnější procesní situace již s ohledem na to, že taková praktika, pokud se týká spotřebitelů, je dle dané směrnice vždy považována za nekalou, a musí být tedy jako nekalá kvalifikována i dle českého práva.[16]

3 Klamavá opomenutí

Ke klamání nemusí dojít pouze aktivním jednáním, např. uvedením nepravdivých údajů, ale i jednáním pasivním (tzv. klamavým opomenutím, např. nevyjádřením údaje o přítomnosti ořechů v určitém výrobku). Za klamavý lze označit údaj nejen úplně nepravdivý, ale i polopravdivý (například v reklamě může být sice uveden údaj o velice efektivní spotřebě,

15 HAJN, P. Oslabená ochrana spotřebitelů?: k aktuálnímu výkladu směrnice o nekalých obchodních praktikách. *Obchodněprávní revue,* 2009, roč. 1, č. 2, s. 46.

16 HAJN, P. § 2977 Klamavá reklama. In: ŠVESTKA, J. a kol. *Občanský zákoník: komentář. Svazek VI, (§ 2521 až 3081).* Praha: Wolters Kluwer, 2014, s. 1180.

to však při opomenutí, že dané spotřeby lze dosáhnout jen při vysoké rychlosti jízdy). Ke klamavému opomenutí je možné zařadit i údaj pravdivý (příkladem je situace, kdy cestovní agentura inzeruje zajištění parkování na letišti zdarma, ale neuvádí, že počet míst rezervovaných pro cestující je nedostačující k počtu zákazníků).[17]

Vzhledem k výše uvedenému je až s podivem, že v malé generální klauzuli klamavé reklamy podle § 2977 odst. 1 ObčZ, popř. aspoň ve výrazných znacích podle § 2977 odst. 2 ObčZ, kterými může reklama klamat, není proveden žádný odkaz na klamavé opomenutí (jinak upravené prostřednictvím zákona o ochraně spotřebitele[18], dále jen ZOS). V souladu se Směrnicí 2005/29/ES a Směrnicí 2006/114/ES však musí být souvisejícím eurokonformním výkladem interpretována i klamavá reklama dle českého ObčZ. To mimo jiné znamená, že i pod § 2977 ObčZ musí být řazeny reklamy, na které se vztahuje uvedená unijní regulace, v nichž důležité údaje byly opomenuty, resp. jsou uváděny nejasným, nesrozumitelným, nejednoznačným způsobem, a vůbec reklamy, které mohou klamat jakýmkoliv způsobem, včetně svého předvedení.[19]

V rámci unijní úpravy představují klamavá opomenutí samostatnou klamavou praktiku charakterizovanou čl. 7 Směrnice 2005/29/ES: obchodní praktika se podle odst. 1 daného článku považuje za klamavou, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům, okolnostem a omezením sdělovacího prostředku opomene uvést závažné informace, které v dané souvislosti průměrný spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí o obchodní transakci, čímž způsobí nebo může způsobit, že průměrný spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil. Druhý odstavec posuzovaného ustanovení odkazuje na zatajení nebo poskytnutí podstatných informací nejasným, nesrozumitelným nebo dvojznačným způsobem nebo v nevhodný čas včetně neuvedení obchodního záměru praktiky, není-li tento patrný ze souvislosti. Čl. 7 odst. 3 Směrnice 2005/29/ES následně zmiňuje omezení na prostor a čas, které je třeba vzít

17 ONDREJOVÁ, D. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář.* Praha: C. H. Beck, 2014, s. 101.

18 Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.

19 HAJN, P. Jak vykládat klamavá opomenutí v reklamě? (Aneb dobře rozhoduje, kdo dobře rozlišuje). *Obchodněprávní revue,* 2009, roč. 1, č. 4, s. 97.

v úvahu při rozhodování o tom, zda došlo k opomenutí – dosah uvedeného ustanovení je tedy již tímto odstavcem omezen.[20] Čtvrtý odstavec posuzovaného článku vypočítává závažné informace pro výzvu ke koupi, pátý pak odkazuje na požadavky na informace související s obchodní komunikací.

Celkově lze shrnout, že reklamní opomenutí by měla být do ObčZ obsažena už v návaznosti na jejich výslovnou úpravu ve Směrnici 2005/29/ES, přestože druhý relevantní unijní předpis, Směrnice 2006/114/ES, na ně explicitně, obdobně jako ObčZ, nepamatuje. V rámci eurokonformního výkladu je však, jak už je uvedeno i výše, nutné o reklamě s opomenutím uvažovat. Předmětem soudcovského úsudku u klamavých opomenutí přitom bude zejména závažnost opomenuté informace[21]; hledisko průměrného spotřebitele, jak je nastaveno Směrnicí 2005/29/ES, se použije i v případě klamavé reklamy podle ObčZ.

4 Klamání správnými údaji

Pro klamavou reklamu je charakteristické, že způsobilostí oklamat se může vyznačovat i údaj sám o sobě správný. Na tyto situace ostatně pamatuje i § 2979 odst. 1 ObčZ, který zmiňuje, že možnost klamání lze dovodit i u údaje správného, může-li tento uvést v omyl vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byl učiněn. Jako klamavý přitom může být vyhodnocen i údaj částečně pravdivý, mnohoznačný nebo zavádějící. Často lze podobné údaje vysledovat u cestovních kanceláří – klient si připlatí za dražší pokoj s výhledem, aby nakonec výhledu bránily například vysoké stromy.[22] Klamání může být vystaveno i na taktice, že prezentace operuje s jednotlivými pravdivými údaji, které jsou ale vybírány z celkového spektra dat, a to tak, že je poskytována celkově nepravdivá informace.[23]

Směrnice 2006/114/ES se klamání pravdivými údaji nevěnuje. Naproti tomu Směrnice 2005/29/ES explicitně zavádí v čl. 6 odst. 1, že obchodní praktika je považována za klamavou, pokud obsahuje věcně správné informace,

20 HAJN, 2014, op. cit., s. 1180.
21 HAJN, 2009, op. cit., s. 46.
22 ONDREJOVÁ, 2014, op. cit., s. 124.
23 HAJN, P. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 145.

je schopná uvést průměrného spotřebitele v omyl ve vztahu k jednomu nebo více z bodů uvedených v daném ustanovení[24], což vede nebo může vést k rozhodnutí spotřebitele o obchodní transakci, které by jinak neučinil.

Pozitivně hodnotím nastavení unijních klamavých jednání, a sice že tato uvádí nebo jsou schopná průměrného spotřebitele uvést v omyl. Naopak negativně hodnotím, že ohledně klamání a podstatných informací je proveden taxativní výčet. Schopnost uvedení v omyl se musí promítnout ve vztahu k aspoň jednomu z bodů, které jsou uvedeny v čl. 6 odst. 1 písm. a) – g) Směrnice 2005/29/ES.

Jako velice efektivní ale vnímám stanovení povahy údajů podle posuzovaného unijního ustanovení; tyto jsou regulovány jako věcně správné. Danou formulaci hodnotím rozhodně pozitivněji než nastavení § 2979 odst. 1 ObčZ, který odkazuje na údaje samy o sobě správné, s čímž mohou být spojené interpretační problémy.

5 Výrazné znaky reklamy

§ 2977 odst. 2 ObčZ nově výslovně zakotvil tzv. výrazné znaky reklamy, které soud musí posoudit při zvažování klamavosti reklamy[25]. Dané znaky

24 Jedná se o následující body: „*a) existence nebo podstata produktu; b) hlavní znaky produktu, jako je jeho dostupnost, výhody, rizika, provedení, složení, příslušenství, poprodejní služby zákazníkům a vyřizování reklamací a stížností, výrobní postup a datum výroby nebo dodání, způsob dodání, způsobilost k účelu použití, možnosti použití, množství, specifikace, zeměpisný nebo obchodní původ, očekávané výsledky jeho použití nebo výsledky a podstatné části zkoušek nebo kontrol provedených na produktu; c) rozsah závazků obchodníka, motivy pro obchodní praktiku a podstata prodejního postupu, prohlášení nebo symbol týkající se přímého nebo nepřímého sponzorování nebo schválení obchodníka nebo produktu; d) cena nebo způsob výpočtu ceny anebo existence konkrétní cenové výhody; e) nutnost servisu, náhradních dílů, výměny nebo opravy; f) podstata, charakteristické rysy a práva obchodníka nebo jeho zástupce, například jeho totožnost a majetek, způsobilost, postavení, schválení, přidružení nebo vztahy, práva průmyslového, obchodního nebo duševního vlastnictví nebo jeho ocenění a vyznamenání; g) práva spotřebitele, včetně práva na náhradní dodání nebo vrácení kupní ceny podle směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES ze dne 25. května 1999 o určitých aspektech prodeje spotřebního zboží a záruk na toto zboží, nebo rizika, kterým může být vystaven.*“

25 Při posuzování, zda je reklama klamavá, se přihlédne ke všem jejím výrazným znakům. Zvláště se podle § 2977 odst. 2 ObčZ 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*“.

jsou povahou objektivní fakta[26], která ale nepředstavují kompletně nová vodítka pro soudy při posuzování klamavosti reklamy. Jedná se spíše o návod, co všechno musí soudy vzít v úvahu.[27] V praxi se zřejmě v návaznosti na dané ustanovení bude klást otázka, co je u reklamy vlastně znakem výrazným, a co nikoli výrazným. V souvislosti s § 2977 odst. 1 ObčZ by za výrazné znaky reklamy mělo být považováno všechno to, co v dané reklamě je schopné ovlivnit její adresáty.[28]

Výčet podobný § 2977 odst. 2 ObčZ obsahuje i Směrnice 2006/114/ES, a to v rámci svého čl. 3[29].

Při srovnání § 2977 odst. 2 ObčZ s relevantní úpravou ve Směrnici 2006/114/ES lze naznat, že občanskoprávní výčet vychází v podstatě úplně z unijního souhrnu výrazných znaků a že obě nastavení se od sebe vzájemně odchylují jen v nepatrných intencích. Na obou úpravách lze pozitivně hodnotit to, že výčty v nich obsažené jsou demonstrativní povahy, byť ideální by dle mého názoru bylo nastavit výrazné znaky jen v obecných kategoriích a v rámci nich je zpřehlednit. Například vymezení vlastností zboží vnímám jako spíše nepřehlednou zmeť charakteristik, které se k sobě ani obsahově příliš neváží (v jedné kategorii jsou spolu explicitně uváděny např. dostupnost i podstatné části zkoušek).

Lehce negativně lze dále hodnotit, že Směrnice 2005/29/ES nastavila výrazné znaky dvojkolejně – zvlášť pro klamavá jednání v čl. 6 odst. 1[30]

---

26 ONDREJOVÁ, 2014, op. cit., s. 98.

27 ONDREJOVÁ, D. Novinky (?) v nekalé soutěži podle nového občanského zákoníku jako změny k lepšímu? *Časopis pro právní vědu a praxi*, 2012, roč. 20, č. 4, s. 350.

28 HAJN, 2014, op. cit., s. 1179.

29 Při posuzování, zda je reklama klamavá, je nezbytné podle čl. 3 Směrnice 2006/114/ES vzít v úvahu všechny její rysy, zejména v ní obsažené informace týkající se: „…*a) vlastností zboží nebo služeb, jako je jejich dostupnost, charakter, provedení, složení, výrobní postup a datum výroby nebo dodávky, účel použití, možnosti použití, množství, specifikace, země původu nebo země výroby nebo očekávané výsledky použití, nebo výsledky a podstatné části zkoušek nebo prověrek provedených na zboží nebo službách; b) ceny nebo způsobu, jakým je cena vypočtena, a podmínek, za kterých je zboží dodáváno nebo služby poskytovány; c) podstaty, charakteristických rysů a práv zadavatele reklamy, jako je jeho totožnost a majetek, způsobilost a práva průmyslového a duševního vlastnictví, práva nebo jeho ocenění a vyznamenání*“.

30 Viz poznámka pod čarou č. 24.

a pro klamavá opomenutí v čl. 7 odst. 4[31] daného předpisu. Vzhledem k dvojímu nastavení kritérií, která se navíc částečně překrývají a ve výsledku jen nepatrně formulačně odchylují, by v rámci Směrnice 2005/29/ES jistě stálo za zvážení sjednocení těchto charakteristik pro oba delikty.

V návaznosti na skutečnost, že znaky klamavosti již byly nastaveny Směrnicí 2006/114/ES a Směrnicí 2005/29/ES (popř. i veřejnoprávním tuzemským ZOS[32]), bylo by i bez charakteristiky výrazných znaků reklamy v § 2977 odst. 2 ObčZ možné související případy rozhodnout (např. na základě analogie podle § 10 odst. 1 ObčZ při použití jiných výrazných znaků reklamy). Při celkovém shrnutí nastíněné komparace lze tedy i z hlediska unijního vlivu dovodit, že výrazné znaky reklamy by ObčZ nemusely být nastaveny. Pokud však zákonodárce na jejich zavedení trvá, jsem toho názoru, že měly být upraveny v rámci širších kategorií, které do sebe budou schopné pojmout i budoucí projevy klamavé reklamy a nebudou adekvátní jen pro současnou legislativní potřebu. Celý přehled výrazných znaků reklamy by jistě bylo možné zobecnit, a tím i zefektivnit.

6 Závěr

Na první pohled doznala právní úprava klamavé reklamy v ObčZ výrazných změn oproti dřívější regulaci v obchodním zákoníku[33], dále jen ObchZ: definiční znaky klamavé reklamy dle § 2977 odst. 1 ObčZ jsou odlišné, než tomu bylo v ObchZ, a zcela nově je doplněn demonstrativní výčet výrazných znaků klamavosti. I přes občanskoprávní nastavení, které více odráží unijní regulaci, je nutné se věnovat nedostatkům, které úprava vykazuje, a tedy i návrhům na jejich zhojení.

---

31 V případě výzvy ke koupi se za závažné považují tyto informace, nejsou-li patrné ze souvislosti: „…*a) hlavní znaky produktu v rozsahu odpovídajícím danému sdělovacímu prostředku a produktu; b) adresa a totožnost obchodníka, například jeho obchodní firma, a případně adresa a totožnost obchodníka, jehož jménem jedná; c) cena včetně daní, nebo pokud z povahy produktu vyplývá, že cenu nelze rozumně stanovit předem, způsob jejího výpočtu, a případně i veškeré další poplatky za dopravu, dodání nebo poštovné, nebo pokud tyto poplatky nelze rozumně stanovit předem, skutečnost, že k ceně mohou být účtovány takové další poplatky; d) ujednání o platebních podmínkách, dodání, plnění a vyřizování reklamací a stížností, pokud se odchylují od požadavků náležité profesionální péče; e) u produktů a obchodních transakcí, u kterých existuje právo na odstoupení nebo zrušení, existence takového práva*“.

32 Výrazné znaky jsou pro klamavá konání zachyceny § 5 odst. 2 ZOS a pro klamavá opomenutí § 5a odst. 3 ZOS.

33 Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

De lege ferenda lze konec § 2977 odst. 1 ObčZ navrhnout takto: „… *nebo která z těchto důvodů je způsobilá přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům.*“, aby dané ustanovení reflektovalo i možnost poškození jiného soutěžitele, popř. zákazníka.

Dále zastávám názor, že § 2977 odst. 1 ObčZ neměl přebírat částečnou charakteristiku reklamy ze Směrnice 2006/114/ES. Uvažuji tak o vypuštění části § 2977 odst. 1 ObčZ od souvislosti s podnikáním až po poskytování služeb, včetně práv a povinností. Klamavá reklama podle § 2977 odst. 1 ObčZ totiž musí reflektovat nastavení reklamy podle ZRR, a nemusí tudíž přebírat nastavení reklamy ještě podle Směrnice 2006/114/ES. Lze upozornit i např. na skutkovou podstatu srovnávací reklamy podle § 2980 ObčZ, která rovnou stanovuje, co představuje daný delikt, a neduplikuje představení reklamy, přestože se jí rovněž dotýká.

Z hlediska klamavých opomenutí lze navrhnout jejich explicitní regulaci v § 2977 ObčZ (inspirací může být nastavení ve Směrnici 2005/29/ES). U klamání správnými údaji by pak tyto měly být upraveny na věcně správné, čímž by se odstranily výše deklarované výkladové potíže.

U výrazných znaků reklamy navrhuji jejich spíše generální regulaci, která by jen v základní rovině nastiňovala podstatné charakteristiky reklamy. Pokud by v ObčZ skutečně došlo k definování klamavých opomenutí, nemělo by u nich každopádně dojít k dvojímu nastavení výrazných znaků, jako je tomu ve Směrnici 2005/29/ES.

Vzhledem k tomu, že závadná reklama oplývá schopností přimět rozsáhlé skupiny populace k chybným ekonomickým rozhodnutím, je způsobilá podílet se na ohrožování celkového myšlenkového klimatu společnosti a její politické stability. Lze hodnotit jedině pozitivně, pokud má proto stát zájem na regulaci (klamavé) reklamy a ochranu proti ní stanovuje i prostřednictvím práva nekalé soutěže. Praktické dopady a efektivnost aspektů nově zavedených ObčZ (např. výrazných znaků reklamy) však ukáže až aplikační praxe. Význam judikatury tak i v této oblasti nekalé soutěže zůstane značný.

Literature

DIBLÍK, J., VEIT, F. *Media law and intellectual property law in the Czech Republic*. Praha: Linde, 2012, 264 s. ISBN 9788072018635.

Důvodová zpráva k NOZ (konsolidovaná verze). *Nový občanský zákoník: Zákony a stanoviska – Texty zákonů* [online]. Ministerstvo spravedlnosti ČR, 2013 – 2015 [cit. 17. 11. 2016], 598 s. Dostupné z: http://obcansky-zakonik.justice.cz/images/pdf/Duvodova-zprava-NOZ-konsolidovana-verze.pdf

HAJN, P. Jak vykládat klamavá opomenutí v reklamě? (Aneb dobře rozhoduje, kdo dobře rozlišuje). *Obchodněprávní revue*, 2009, roč. 1, č. 4, s. 96–102. ISSN 18036554.

HAJN, P. Oslabená ochrana spotřebitelů?: k aktuálnímu výkladu směrnice o nekalých obchodních praktikách. *Obchodněprávní revue*, 2009, roč. 1, č. 2, s. 44–47. ISSN 18036554.

HAJN, P. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. Brno: Masarykova univerzita, 2000, 329 s. ISBN 8021022825.

ONDREJOVÁ, D. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku: komentář*. Praha: C. H. Beck, 2014, 364 s. ISBN 9788074005220.

ONDREJOVÁ, D. Novinky (?) v nekalé soutěži podle nového občanského zákoníku jako změny k lepšímu? *Časopis pro právní vědu a praxi,* 2012, roč. 20, č. 4, s. 248–355. ISSN 12109126.

POKORNÁ, J., VEČERKOVÁ, E., PEKÁREK, M. *Obchodní korporace a nekalá soutěž*. Praha: Wolters Kluwer, 2015, 636 s. ISBN 9788074788734.

ŠTENGLOVÁ, I. a kol. *Obchodní zákoník: komentář*. 13. vyd. Praha: C. H. Beck, 2009, 1469 s. ISBN 9788074003547.

ŠVESTKA, J. a kol. *Občanský zákoník: komentář. Svazek VI, (§ 2521 až 3081)*. Praha: Wolters Kluwer, 2014, 1479 s. ISBN 9788074786303.

Contact – e-mail

tereza.levicka@gmail.com

Vybrané klamavé praktiky a zdraví spotřebitele

Jana Dudová, Eva Večerková

Masarykova univerzita, Právnická fakulta, Česká republika

Abstract in original language

Příspěvek se zabývá problematikou právní úpravy vybraných nekalých obchodních praktik vůči spotřebitelům ve vztahu k jejich zdraví. Autorky v příspěvku sledují, zda aktuální unijní, veřejnoprávní a soukromoprávní regulace klamavých obchodních praktik je současně účinným nástrojem také pro ochranu zdraví spotřebitelů a zda v případech, jimiž může být ohroženo zdraví spotřebitelů (např. nebezpečný výrobek), dostatečně vyhovuje aplikační praxi. Poukazují při tom na některé legislativní problémy a také na prvek zranitelnosti (ne)zdravého spotřebitele.

Keywords in original language

Klamavé obchodní praktiky; klamavá reklama; zdraví spotřebitele; nebezpečný výrobek.

Abstract

The paper deals with the legal regulation of selected unfair commercial practices towards consumers in relation to their health. The contributors monitor whether current EU, public and private law regulation of misleading business practices is an effective tool also for protecting consumer health and whether it satisfies application practice in cases where consumers‘ health (for example by a damage caused by a dangerous product) may be compromised. Authors point out some problems with current legislation and focus especially on the aspect of vulnerability of a (not)healthy consumer.

Keywords

Misleading Business Practices; Misleading Advertising; Consumer Health; Dangerous Product.

1 Úvod

Cílem našeho příspěvku je zjistit, zda právní úprava klamavých obchodních praktik může zároveň představovat účinný **právní nástroj k ochraně zdraví**

spotřebitele. Práva spotřebitelů a jim odpovídající povinnosti podnikatelů při výrobě, dovozu, distribuci a prodeji výrobků či poskytování služeb, jsou upraveny zejména v zákoně č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále jen ZOS), a dále pak v celé řadě speciálních právních předpisů, které přímo či nepřímo ovlivňují ochranu zdraví spotřebitele.[1] Determinanty zdraví jsou navíc propojeny komplexem velmi složitých vzájemně souvisejících vztahů. Nabízí se proto také otázka, zda (resp. v jaké míře) lze pod klamavé obchodní praktiky přiřadit i takové jevy, které souvisí s přítomností zdraví nebezpečných látek ve výrobcích, v jejich obalech nebo v prostředí poskytování služeb. Pozornost by v daném kontextu měla být věnována některým problematickým či přímo nebezpečným výrobkům a surovinám. S tím souvisí také některé otázky posuzování zdravotních rizik.

Ochrana zdraví spotřebitele je nepochybně úzce propojena s problematikou hygienických požadavků a limitů, zakotvených v zákoně č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, ve znění pozdějších předpisů (dále jen ZOVZ).[2] Jedná se o oblast, v níž je sledována specifická „zranitelnost spotřebitele", a to už jen samotným faktem, že spotřebitel je determinován kvalitou prostředí (a např. i vstupních surovin), tzn. okolnostmi, které zpravidla nemůže výrazně ovlivnit (a často také ani subjektivně vnímat a kontrolovat).

1 Jedná se zejména o zákon č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, v platném znění; zákon č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, v platném znění; zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky, ve znění pozdějších předpisů; zákon č. 455/1991 Sb., živnostenský zákon, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 146/2002 Sb., o Státní zemědělské a potravinářské inspekci, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 147/2002 Sb., o Ústředním kontrolním a zkušebním ústavu zemědělském zákon, zákon č. 166/1999 Sb., o veterinární péči ve znění pozdějších předpisů, zákon 78/2004 Sb., o nakládání s geneticky modifikovanými látkami a produkty, zákon. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství, zákon č. 91/1996 Sb., o krmivech, zákon č. 326/2004 Sb., o rostlinolékařské péči, zákon č. 156/1998 Sb., o hnojivech, pomocných půdních látkách, pomocných rostlinných přípravcích a substrátech a o agrochemickém zkoušení zemědělských půd (zákon o hnojivech), zákon č. 120/2002 Sb., o biocidních přípravcích, zákon č. 350/2011 Sb., o chemických látkách a chemických směsích a o změně některých zákonů (*chemický zákon)* a řadu dalších předpisů.

2 Z pojmu ochrana veřejného zdraví vychází další dva důležité pojmy: jednak „ohrožení veřejného zdraví", které lze označit za stav, při němž jsou lidé vystaveni nebezpečí, z něhož míra zátěže rizikovými faktory překračuje přijatelnou úroveň a představuje významné riziko poškození zdraví, a jednak „hodnocení zdravotních rizik" (z hodnocení zdravotních rizik vychází i hygienické limity a požadavky upravené prováděcími právními předpisy).

V současné době jsou v podmínkách České republiky rovněž velmi nebezpečným jevem nekalé obchodní praktiky různých podnikatelů (tzv. „šmejdů"), zaměřené zejména na skupiny „zranitelných spotřebitelů", kteří jsou nejvíce náchylní k podlehnutí jejich klamavým praktikám. Za alarmující lze považovat skutečnost, že aktuálně jsou takové praktiky prioritně směrovány k údajné ochraně zdraví spotřebitele, přičemž deklarovaná tvrzení o zdravotních účincích jsou často klamavá.[3]

2 Klamavé obchodní praktiky s negativním dopadem na zdraví spotřebitele (veřejnoprávní i soukromoprávní posouzení)

Podle konstantní judikatury Soudního dvora EU (resp. dříve Evropského soudního dvora) jsou všechny orgány členských států, včetně soudů, povinny při uplatňování vnitrostátního práva vykládat toto právo v souladu se zněním a účelem směrnice či jiného právního předpisu Evropské unie, k jejichž implementaci slouží.[4] Směrnice Evropského parlamentu a Rady (ES) 2005/29 ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách (dále jen směrnice 2005/29) stanovuje, že jedním ze znaků klamavých obchodních praktik je okolnost, že tato klamavá jednání či klamavá opomenutí vedou nebo mohou vést k tomu, že **průměrný spotřebitel učiní rozhodnutí o obchodní transakci, které by jinak neučinil** (viz čl. 6 a čl. 7 směrnice 2005/29). Bezprostředně po implementaci směrnice 2005/29 uvedený znak v § 5 ZOS o klamavých obchodních praktikách původně vůbec nebyl zahrnut.[5] Nyní (od novelizace ZOS zákonem č. 378/2015 Sb.) již je v § 5 a v § 5a

3 Blíže srov. DUDOVÁ, Jana. In: VEČERKOVÁ, Eva, SELUCKÁ, Markéta, DUDOVÁ, Jana, URBANOVÁ, Martina a kol. *Společensko-právní aspekty ochrany spotřebitele a jeho zdraví.* 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2015, s. 149–183. ISBN 978-80-210-8050-8.

4 Srov. např. rozsudek ze dne 13. 11. 1990, věc C-106/89, Marleasing SA proti La Comercial Internacional de Alimentacion SA. Obdobně dospěl Ústavní soud k závěru, že povinností soudní moci je interpretovat a aplikovat vnitrostátní právo eurokonformním způsobem, tedy při více výkladových variantách volit tu, jež bude v souladu s právem Evropské unie (blíže např. nález Ústavního soudu ze dne 16. 7. 2015, sp. zn. III. ÚS 1996/13, dostupný z nalus.usoud.cz).

5 Zmíněný nedostatek ZOS musel být dříve překlenován judikaturou. Podle předchozí judikatury při doslovném výkladu § 5 ZOS (srov. znění do 31. 1. 2016) bylo možné dojít i k takovému závěru, že např. pouhé uvedení (ne)pravdivého údaje, opomenutí uvést důležitý údaj či prodej zboží, které porušuje některá práva duševního vlastnictví, byly samy o sobě klamavou obchodní praktikou, a to bez ohledu na to, zda takto došlo nebo mohlo dojít k ovlivnění spotřebitelova rozhodování. Takovou interpretaci soudy odmítly s odůvodněním, že v oblasti ochrany spotřebitele musí být spotřebitel vždy na prvním místě. Srov. např. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 17. 6. 2015, č. j. 1 As 210/2014 – 39.

ZOS také výslovně zakotveno, že *„obchodní praktika se považuje za klamavou, pokud obsahuje…, což vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil"* (navíc novelizovaný ZOS již rozlišuje klamavá konání a klamavá opomenutí).

Při zkoumání aspektu ochrany zdraví spotřebitele vycházíme zejména z okolnosti, že **obchodní praktiky jsou vždy považovány za klamavé** (ve smyslu níže uvedených písmen přílohy č. 1 k ZOS), pokud prodávající

> *b) neoprávněně používá značku jakosti nebo jiné obdobné označení,*
> *c) prohlašuje, že jemu, jeho výrobku nebo jím poskytované službě bylo uděleno schválení, potvrzení nebo povolení, ačkoli tomu tak není, nebo takové prohlášení není v souladu s podmínkami schválení, potvrzení nebo povolení,*
> *h) tvrdí nebo vytváří dojem, že prodej výrobku nebo služby je dovolený, i když tomu tak není,*
> *k) uvádí nesprávné údaje o povaze a míře rizika pro osobní bezpečnost spotřebitele nebo jeho rodiny, pokud si jeho výrobek nebo službu nekoupí,*
> *p) nepravdivě prohlašuje, že výrobek nebo služba může vyléčit nemoc, zdravotní poruchu nebo postižení.*

V aplikační praxi se můžeme setkat v souvislosti s klamavými obchodními praktikami s řadou případů porušení práva na ochranu zdraví spotřebitele. Pokud se danou problematikou zabýváme **z hlediska veřejnoprávní úpravy**, především se může jednat o porušení povinností v režimu zákona č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, ve znění pozdějších předpisů (dále jen ZOBV).

Ve smyslu ustanovení § 6 ZOBV *orgány státní správy a orgány územní samosprávy v přenesené působnosti jsou povinny činit v mezích své působnosti veškerá opatření, aby zamezily dovozu, vývozu a uvádění na trh výrobků, které jsou nebezpečné, nebo zamezily jejich dalšímu oběhu. O výrobcích na trhu, které jsou nebezpečné, jsou povinny všemi dostupnými prostředky, například prostřednictvím hromadných sdělovacích prostředků, informovat spotřebitelskou veřejnost. Na tyto případy se nevztahuje povinnost mlčenlivosti uložená podle zvláštních právních předpisů.*

Uvedený postup je možno demonstrovat na konkrétním případu rozhodnutí ministerstva zdravotnictví o stanovení nebezpečného kosmetického výrobku (vč. příslušného oznámení spotřebitelské veřejnosti na webových stránkách

tohoto ministerstva).[6] V předmětné věci postupem podle § 6 ZOBV ministerstvo zdravotnictví stanovilo jako nebezpečný kosmetický přípravek sadu očních stínů „**EYE SHADOW MiLe ITEM NO 2037, Color 04, NET 12 g**“, neboť na výrobku nebyl uveden v**ýrobce, dovozce, distributor ani země původu. V předmětné věci** tedy nebyly splněny základní legislativní požadavky vztahující se k uvedení kosmetického přípravku na trh. Bylo zjištěno, že u výrobku nejsou prokazatelně dodrženy požadavky nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1223/2009 o kosmetických přípravcích.[7] **Riziko** pro spotřebitele spočívá v tom, že v případě nastalých zdravotních potíží v souvislosti s aplikací kosmetického přípravku nemají toxikologická střediska možnost zjistit podrobné informace o složení přípravku a zvolit tak rychlé a náležité lékařské ošetření. Máme za to, že jednáním prodávajícího jednoznačně došlo k naplnění skutkové podstaty klamavé obchodní praktiky podle písm. h) přílohy č. 1 k ZOS. Ve smyslu tohoto ustanovení je **obchodní praktika považována vždy za klamavou**, pokud prodávající

6 Rozhodnutí ministerstva zdravotnictví ze dne 19. 9. 2016, č. j. MZDR 55520/2016/OVZ. Blíže viz webové stránky ministerstva zdravotnictví na: http://www.mzcr.cz/dokumenty/stanoveni-nebezpecneho-vyrobku-paleta-ocnich-stinu-eye-shadow-mile_12706_1.html

7 Podle čl. 4 nařízení (ES) na trh smějí být uváděny pouze kosmetické přípravky, pro něž je v EU určena určitá právnická či fyzická osoba jako odpovědná osoba. Odpovědná osoba zajistí před uvedením kosmetického přípravku na trh, aby bylo na základě příslušných informací provedeno posouzení jeho bezpečnosti a aby byla vypracována zpráva o bezpečnosti kosmetického přípravku v souladu s přílohou I. Při uvedení kosmetického přípravku na trh k němu uchovává odpovědná osoba informační dokumentaci, a to po dobu deseti let od uvedení poslední šarže kosmetického přípravku na trh. Odpovědná osoba zajistí, aby informační dokumentace k přípravku byla pro příslušný orgán členského státu, ve kterém se tato dokumentace nachází, snadno přístupná v elektronickém nebo jiném formátu na její adrese uvedené na etiketě. Informace obsažené v informační dokumentaci k přípravku musí být dostupné v jazyce snadno srozumitelném příslušným orgánům uvedeného členského státu.
Čl. 19 nařízení (ES) pro označování kosmetických přípravků stanoví určité požadavky ve vztahu ke spotřebitelům (povinné informace): Kosmetický přípravek může být dodáván na trh, pouze pokud jsou na obalu, do kterého je přípravek naplněn, a na jeho vnějším obalu nesmazatelně, čitelně a viditelně uvedeny konkrétní údaje (jméno nebo zapsaný název a adresa odpovědné osoby, jmenovitý obsah v době balení vyjádřený v hmotnosti nebo objemu a datum minimální trvanlivosti).
Před uvedením kosmetického přípravku na trh předkládá odpovědná osoba Evropské komisi informace o složení přípravku, které mají být dostupné toxikologickým střediskům s cílem umožnit rychlé a náležité lékařské ošetření v případě zdravotních obtíží. Zabezpečení proti klamavosti spočívá v čl. 20 nařízení (ES): Při označování, dodávání na trh a propagaci kosmetických přípravků nesmějí být používány texty, názvy, ochranné známky, vyobrazení ani názorné nebo jiné znaky, které by přisuzovaly těmto přípravkům vlastnosti nebo funkce, jež nemají.

tvrdí nebo vytváří dojem, že prodej výrobku nebo služby je dovolený, i když tomu tak není. Je proto důležité blíže zkoumat také právní úpravu vztahující se ke zdraví bezpečným výrobkům (viz kap. III).

V dalším konkrétním případu z aplikační praxe, týkajícím se klamavých obchodních praktik, které souvisejí i s porušením práva spotřebitele na ochranu zdraví, vedle uplatnění veřejnoprávního rámce (daného zejména úpravou vycházející ze směrnice 2005/29) zohledníme také **soukromoprávní úpravu** (danou předpisy o nekalé soutěži).[8]

Nejvyšší soud ČR (dále jen NS) se jednoznačně vyjádřil v odůvodnění k posuzovanému případu nekalé soutěže, že **klamavou obchodní praktiku vůči spotřebiteli** lze kvalifikovat současně také jako **jednání nekalé soutěže** (při splnění určitých podmínek daných úpravou nekalé soutěže). V konkrétním případu z rozhodnutí NS[9] dle tvrzení žalobkyně nekalá soutěž měla údajně spočívat v tom, že žalovaná obchodní společnost ve vysílání rozhlasových stanic (především rádia Impuls a Frekvence 1), v televizním vysílání (na stanicích ČT1, ČT2, ČT24, ČT4 Sport, Nova, Nova Cinema a Prima TV) a v městské hromadné dopravě ve velkých městech (např. v Praze, Brně, Ostravě, Hradci Králové, Českých Budějovicích, Olomouci, a to formou držáku pro chycení se za jízdy se zabudovaným reklamním letákem) uváděla **reklamu** ve znění *„Bolí Vás klouby, netrapte se, užívejte doplněk stravy Proenzi 3! Pomohl statisícům z nás, pomůže i Vám“, „Bolí Vás klouby? Užívejte Proenzi!“ a/nebo „Bolí Vás klouby? Proenzi Vás udrží na nohou!“*.

Soudy všech stupňů (Krajský soud v Ostravě, Vrchní soud v Olomouci i NS) posoudily, že žalobkyně a žalovaná jsou v přímém soutěžním vztahu, neboť obě obchodní společnosti vyrábějí a distribuují doplňky stravy, mimo jiné i **doplňky stravy na kloubní potíže**. Soud prvního stupně ve všech třech výše uvedených reklamních tvrzeních žalované spatřoval nekalé soutěžní jednání (resp. nepřípustnou klamavou reklamu, jíž žalovaná potravině **„doplněk stravy Proenzi 3“** přisuzuje vlastnosti léčby a vyléčení lidského onemocnění a spotřebiteli tak naznačuje, že od bolesti kloubů mu pomůže

8 K soukromoprávní oblasti ochrany spotřebitelů a jejich zdraví blíže srov. SELUCKÁ, Markéta (kap. 3.1 a 3.2) a VEČERKOVÁ, Eva (kap. 3.3 až 3.7) In: VEČERKOVÁ, Eva, SELUCKÁ, Markéta, DUDOVÁ, Jana, URBANOVÁ, Martina a kol. *Společensko-právní aspekty ochrany spotřebitele a jeho zdraví.* 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2015, s. 67–147. ISBN 978-80-210-8050-8.

9 Blíže viz rozsudek NS sp. zn. 23 Cdo 3845/2012 ze dne 24. 4. 2013 - http://www.nsoud.cz

právě přípravek Proenzi). Na rozdíl od jeho rozhodnutí oba vyšší soudy (odvolací i dovolací soud) za nekalou soutěž ve smyslu klamavé reklamy považovaly pouze první z uvedených reklamních sdělení (*„Bolí Vás klouby, netrapte se, užívejte doplněk stravy Proenzi 3! Pomohl statisícům z nás, pomůže i Vám“*). Z odůvodnění rozsudku NS vyplývá souhlasné stanovisko se závěrem i odůvodněním rozsudku vrchního soudu, jímž bylo zamítnuto rozhodnutí soudu prvního stupně ve výrocích, kterými byla žalované uložena povinnost zdržet se uveřejňování reklamního tvrzení *„Bolí Vás klouby? Užívejte Proenzi!“* a reklamního tvrzení *„Bolí Vás klouby? Proenzi Vás udrží na nohou!“*.

S uvedenými závěry NS se plně ztotožňujeme a považujeme za **nepřípustnou klamavou reklamu** první z výše uvedených reklamních tvrzení žalované, a to podle tehdejší právní úpravy nekalé soutěže (v § 44 a násl. zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku, ve znění pozdějších předpisů) i podle současné úpravy (v § 2976 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějšího předpisu – dále jen OZ).

Pokusíme se provést rozbor předmětného reklamního tvrzení (srov. text *„Bolí Vás klouby, netrapte se, užívejte doplněk stravy Proenzi 3! Pomohl statisícům z nás, pomůže i Vám“*), které podle závěru NS v r. 2013 bylo nekalosoutěžní, a to podle aktuální právní úpravy (nejen dle nekalé soutěže v OZ). Dospějeme přitom k závěru[10], že posuzovaná reklama žalované obchodní společnosti

- porušuje obecný zákaz reklamy stanovený v § 2 odst. 1 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů (dále jen ZRR): *Zakazuje se reklama, která je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního právního předpisu*[11]*; za takovou reklamu se nepovažuje umístění produktu v audiovizuálním díle nebo jiném zvukově obrazovém záznamu, splňuje-li podmínky stanovené jiným právním předpisem*[12];

10 Náš závěr se obsahově nijak neodlišuje od závěru NS v r. 2013, vychází však z aktuálních právních předpisů. Hlavní důvod pro shodný závěr spočívá ve skutečnosti, že úprava nekalé soutěže byla zákonodárcem přenesena z obchodního zákoníku do OZ bez podstatných změn a spočívá na shodném principu kombinace použití generální klauzule a konkrétní skutkové podstaty, příp. jen samostatného použití generální klauzule v případech zvláště neupravených OZ jako tzv. pojmenované skutkové podstaty nekalé soutěže. Navíc, oproti rozhodnutí NS, se zde zabýváme také aplikací relevantních veřejnoprávních předpisů na daný případ.

11 Zvláštním právním předpisem se zde rozumí ZOS.

12 Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, a zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání.

- porušuje povinnost stanovenou v § 5d odst. 1 ZRR: *V reklamě na potraviny mohou být uvedena výživová nebo zdravotní tvrzení za podmínek přímo použitelného předpisu Evropské unie*[13];
- porušuje povinnost stanovenou v § 5d odst. 3 ZRR: *Reklama na doplněk stravy*[14] *musí obsahovat zřetelný, v případě tištěné reklamy dobře čitelný, text „doplněk stravy"*;
- porušuje zákaz klamavých obchodních praktik podle písm. p) přílohy č. 1 k ZOS (jedná se o praktiku nekalou vždy a za všech okolností): *prodávající nepravdivě prohlašuje, že výrobek nebo služba může vyléčit nemoc, zdravotní poruchu nebo postižení;*
- porušuje zákaz nekalé soutěže podle tzv. generální klauzule (srov. § 2976 odst. 1 OZ[15]) a současně také podle skutkové podstaty klamavé reklamy[16] (srov. § 2977 a 2979 občanského zákoníku).

13 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006).

14 Podle § 2 písm. g) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích, ve znění pozdějších předpisů, doplňkem stravy se rozumí potravina, jejímž účelem je doplňovat běžnou stravu a která je koncentrovaným zdrojem vitaminů a minerálních látek nebo dalších látek s nutričním nebo fyziologickým účinkem, obsažených v potravině samostatně nebo v kombinaci, určená k přímé spotřebě v malých odměřených množstvích.

15 Podle § 2976 odst. 1 OZ, jednání, jímž se osoba, která se dostane v hospodářském styku do rozporu s dobrými mravy soutěže a je-li takové jednání způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům, se zakazuje. (Pozn.: Zde použitý termín „zákazník" je pojmem, který zahrnuje jakoukoliv fyzickou nebo právnickou osobu, tedy včetně spotřebitelů ve smyslu § 419 OZ).
Podle § 2977 OZ 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. (Pozn.: V kombinaci s tzv. generální klauzulí podle § 2976 odst. 1 OZ, jejíž podmínky musí být v každém případě splněny, aby se vůbec mohlo jednat o nekalou soutěž, lze usoudit, že zejména spotřebitelé jsou právě těmi osobami, jejichž hospodářské chování by mohlo být klamavou reklamou ovlivněno).

16 Při posuzování klamavosti reklamy je zapotřebí podle § 2977 odst. 2, písm. a) až d) OZ přihlédnout zvláště k čtyřem výrazným znakům reklamy. Tato česká úprava vychází z čl. 3 směrnice Evropského parlamentu a Rady (ES) 2006/114 o klamavé a srovnávací reklamě (kodifikované znění) – dále jen směrnice 2006/114, jenž poskytuje vodítka, která mají být vzata v potaz při posuzování klamavosti reklamy, a to pokud celkový kontext reklamy a informace v ní obsažené mohou klamat o (a) povaze zboží a služeb, (b) ceně zboží a služeb a podmínek dodání nebo (c) osobě zadavatele reklamy. D. Sehnálek v uvedeném kontextu uvádí, že v čl. 3 směrnice 2006/114 se jedná o demonstrativní výčet a nejsou tedy vyloučeny i další charakteristiky a zna-ky (např. povaha osoby příjemce reklamy), podle nichž bude klamavost konkrétní reklamy urče-na. Zdůrazňuje navíc, že s ohledem na minimální standard úpravy v této směrnici není vůbec vyloučeno, že určitá reklama nemusí být považována za klamavou podle směrnice 2006/114, avšak podle práva ČR klamavá a tudíž zakázaná bude. Blíže ke klamavé reklamě a zejména ke kritériím posuzování klamavosti reklamy podle unijního a vnitrostátního práva srov. SEHNÁLEK, David In: ONDREJOVÁ, Dana, SEHNÁLEK, David. *Vliv práva Evropské unie na českou regulaci nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2016, s. 57–70. ISBN 978-80-210-8398-1.

Při posuzování současnými orgány (správními či soudními) by komentovaný soudní případ žalované obchodní společnosti mohl být uzavřen – s aplikací aktuální právní úpravy - následujícím způsobem:

- Podle veřejnoprávní úpravy orgány dozoru nad dodržováním zákona (srov. § 7 ZRR a § 23 ZOS) zjistí, že uvedenou klamavou obchodní praktikou se zadavatel reklamy dopustil **správního deliktu**, protože

  (i) porušení povinností stanovených ZRR (viz výše) lze kvalifikovat jako správní delikt podle § 8a odst. 2 písm. b) a písm. d), příp. i písm. i) ZRR; zadavateli reklamy (obchodní společnosti) za něj může orgán dozoru uložit pokutu až do výše 5 mil. Kč podle § 8a odst. 6 ZRR; příp. může postupovat také podle § 7c ZRR[17] a

  (ii) porušení povinností stanovených ZOS (viz výše) lze kvalifikovat jako správní delikt podle § 24 odst. 1 písm. a) ZOS; zadavateli reklamy (obchodní společnosti) za něj může orgán dozoru uložit pokutu až do výše 5 mil. Kč podle § 24 odst. 14 ZOS.
- Podle soukromoprávní úpravy k žalobnímu nároku oprávněné osoby, jejíž právo bylo ohroženo nebo porušeno jednáním nekalé soutěže žalované (srov. § 2988 OZ), s požadavkem, aby se žalovaná zdržela při reklamě na doplněk stravy Proenzi uveřejňování reklamního tvrzení *„Bolí Vás klouby, netrapte se, užívejte doplněk stravy Proenzi 3! Pomohl statisícům z nás, pomůže i Vám“,* soud může posoudit, že uvedená reklama obchodní společnosti je klamavá obchodní praktika, která je **nekalou soutěží**, a žalobkyni uvedený nárok přiznat, protože

  (i) splňuje všechny základní podmínky generální klauzule podle § 2976 odst. 1 OZ a současně

  (ii) splňuje také podmínky klamavé reklamy podle § 2977 a 2979 OZ (zde v souladu s § 2977 odst. 2 písm. a) OZ posoudí zejména

17 Podle § 7c ZRR orgán dozoru může nařídit odstranění nebo ukončení reklamy, která je v rozporu se zákonem, a určit k tomu přiměřenou lhůtu. Může též zakázat nepřípustnou srovnávací reklamu nebo reklamu, která je nekalou obchodní praktikou jako protiprávní jednání podle přímo použitelného předpisu Evropské unie. Orgán dozoru je oprávněn pozastavit zahájení šíření nepovolené srovnávací reklamy nebo reklamy, která je nekalou obchodní praktikou. Pro takový postup se nevyžaduje vznik skutečné ztráty či jiné újmy způsobené takovou reklamou, ani zavinění zadavatele reklamy; to však nezakládá oprávnění k zavedení systému předběžné kontroly návrhů reklamy před jejím šířením.

údaje, která reklama obsahuje ohledně vlastnosti produktu: *způsobilosti k určenému účelu*).[18]

Závěrem této kapitoly lze tedy uvést, že na jednotlivé články směrnice 2005/29, směrnice 2006/114 i na příslušná ustanovení tuzemských právních předpisů, které sledují přednostně ochranu spotřebitelů a potažmo i jejich zdraví (zejména ZOS), bude často odkazováno správními i soudními orgány při posuzování jakýchkoliv závadných jednání podnikatelů, jimiž by spotřebitelé mohli být oklamáni. Z unijních předpisů, které sledují ochranu spotřebitelů (včetně ochrany jejich zdraví), se dále zmiňujeme o dalších dvou úpravách, v nichž je sledována bezpečnost výrobků, zejména potravin, a z nichž vychází také systém rychlého varování o vzniku rizika ohrožení zdraví lidí z potravin a krmiv.

3 Bezpečné výrobky a systém pro rychlou výměnu informací

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (ES) 2001/95 ze dne 3. prosince 2001 o obecné bezpečnosti výrobků (dále jen směrnice 2001/95) zakotvuje určité požadavky pro výrobky uváděné na vnitřní trh. Účelem této směrnice je zajistit, aby výrobky uváděné na trh byly bezpečné. Tato směrnice se použije v případě, pokud zvláštní předpisy EU upravující bezpečnost určitých kategorií výrobků chybí nebo pokud jsou zvláštní (odvětvové) předpisy neúplné.[19]

B**ezpečným výrobkem** se podle směrnice 2001/95 rozumí *každý výrobek, který za běžných nebo rozumně předvídatelných podmínek použití, včetně požadavků na životnost, a případně na uvedení do provozu, instalaci a údržbu, nepředstavuje žádné riziko nebo představuje pouze minimální rizika slučitelná s použitím výrobku a považovaná za přijatelná a odpovídající vysoké úrovni ochrany zdraví a bezpečnosti osob*,

18 V daném případě by se soudy v ČR mohly opřít rovněž i o relevantní judikaturu Soudního dvora EU – viz např. rozhodnutí ze dne 2. února 1994, věc C-315/92, Verband Socialer Wettbewerb eV proti Clinique Laboratoires SNC a Estée Lauder Cosmetics GmbH (v Německu bylo označení „clinique" pro kosmetiku bez jakýchkoliv lékařských účinků považováno za klamavé, a to zejména proto, že stejně znějící slovo Klinik v němčině souvislost s medicínou zřetelně má). Blíže ke kritériím posuzování klamavosti reklamy podle unijního a vnitrostátního práva srov. SEHNÁLEK, David In: ONDREJOVÁ, Dana, SEHNÁLEK, David. *Vliv práva Evropské unie na českou regulaci nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik*. op. cit., s. 64–69.

19 Směrnice 2001/95 stanoví obecné požadavky na bezpečnost pro všechny výrobky uváděné na trh a určené spotřebitelům nebo výrobky, které mohou být spotřebiteli využity, včetně výrobků využívaných spotřebiteli v rámci určité služby.

přičemž se berou v úvahu zejména (i) charakteristiky výrobku, včetně jeho složení, balení, návodů k montáži a případně k instalaci a údržbě; (ii) vliv na jiné výrobky, jestliže lze rozumně předpokládat, že výrobek bude používán s jinými výrobky; (iii) obchodní úprava výrobku, označování štítkem, veškerá upozornění a návody k jeho použití a zneškodnění a veškeré další údaje nebo informace týkající se výrobku; (iv) kategorie spotřebitelů, kteří jsou vystaveni riziku při používání výrobku, zejména děti a starší osoby.

Podle § 3 odst. 1 ZOBV je *bezpečným výrobkem výrobek, který za běžných nebo rozumně předvídatelných podmínek užití nepředstavuje po dobu stanovenou výrobcem nebo po dobu obvyklé použitelnosti nebezpečí, nebo jehož užití představuje pro spotřebitele vzhledem k bezpečnosti a ochraně zdraví pouze minimální nebezpečí při užívání výrobku, přičemž se sledují z hlediska rizika pro bezpečnost a ochranu zdraví spotřebitele zejména tato kritéria: (a) vlastnosti výrobku, jeho životnost, složení, způsob balení, poskytnutí návodu na jeho montáž a uvedení do provozu, dostupnost, obsah a srozumitelnost návodu, způsob užívání včetně vymezení prostředí užití, způsob označení, způsob provedení a označení výstrah, návod na údržbu a likvidaci, srozumitelnost a rozsah dalších údajů a informací poskytovaných výrobcem; údaje a informace musí být vždy uvedeny v českém jazyce, (b) vliv na další výrobek, za předpokladu jeho užívání s dalším výrobkem, (c) způsob předvádění výrobku, (d) rizika pro spotřebitele, kteří mohou být ohroženi při užití výrobku, zejména děti a osoby s omezenou schopností pohybu a orientace.*

Za bezpečný výrobek je považován tedy pouze takový výrobek, který nepředstavuje žádné nebezpečí nebo představuje pouze minimální nebezpečí přijatelná z hlediska vysoké míry ochrany zdraví a bezpečnosti spotřebitelů. Za bezpečný výrobek se považuje výrobek splňující požadavky zvláštního právního předpisu, který přejímá právo Evropských společenství a kterým se stanoví požadavky na bezpečnost výrobku nebo na omezení rizik, která jsou s výrobkem při jeho užívání spojena. Jestliže však takovýto právní předpis stanoví pouze některá hlediska bezpečnosti, ostatní hlediska se posuzují podle ZOBV.[20]

Má-li být **ochrana zdraví spotřebitele** skutečně účinná, spotřebitel musí být především efektivně a včas varován před nebezpečnými (resp. i potenciálně nebezpečnými) výrobky. Evropská unie proto k ochraně zdraví a bezpečnosti spotřebitele zavedla (ve vazbě na směrnici 2001/95) **systém**

[20] Srov. § 3 odst. 2 ZOBV.

pro rychlou výměnu informací (RAPEX)[21] vztahující se na výrobky, které jsou pro spotřebitele velmi nebezpečné.[22] Podle bodu 25 preambule k dosažení cílů směrnice 2001/95 je vhodné podporovat činnost evropské sítě výkonných orgánů členských států, aby se v součinnosti zejména se systémem RAPEX zlepšila operativní spolupráce v oblasti dozoru nad trhem a dalších kontrolních činností; zejména se to týká posuzování rizik, zkoušení výrobků, výměny zkušeností a odborných znalostí, provádění společných projektů dozoru a vysledování nebezpečných výrobků, jejich stažení z trhu nebo odvolání.

Systém RAPEX představuje komplexní kontrolu výrobků nebezpečných pro spotřebitele zajišťovanou v rámci EU. Členské státy si samy vytváří struktury, které mají za úkol kontrolovat, aby výrobky splňovaly požadavky na jejich bezpečnost. Identifikovány jsou takové výrobky, které jsou velmi nebezpečné pro zdraví a bezpečnost spotřebitelů. Jednotlivé členské státy jsou povinny přijmout konkrétní opatření a zasáhnout včas, aby spotřebitelé byli varováni před hrozícím nebezpečím. V případě nebezpečných výrobků pak jsou povinny zahájit příslušné řízení (např. zakázat dodávání výrobků na trh) a informovat o tom Komisi. Komise zohledňuje obecné požadavky na bezpečnost výrobků při definování mandátů subjektů EU pro normování a v Ústředním věstníku EU zveřejní odkazy na konkrétní normy EU, které vymezují obecné požadavky na bezpečnost výrobku. Systém RAPEX umožňuje rychlou výměnu informací mezi členskými státy a Komisí. Může omezit nebo zabránit šíření nebezpečných výrobků.

Zvláštní úprava se vztahuje na potravinářské, farmaceutické a zdravotnické výrobky, u nichž se použijí jiné intervenční systémy. Jedná se zejména o **systém rychlého varování pro potraviny a krmiva** (Rapid Alert System for Food and Feed – **RASFF**). Systém RASFF byl zaveden v souladu s nařízením Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002, kterým se stanoví

21 Srov. rozhodnutí Komise 2010/15/EU ze dne 16. prosince 2009, jímž se stanoví pokyny pro řízení systému Společenství pro rychlou výměnu informací RAPEX, zřízeného podle článku 12 a pro postup oznamování stanovený podle článku 11 směrnice 2001/95/ES (směrnice o obecné bezpečnosti výrobků).

22 Srov. např. informace k systému RAPEX dostupné na:
- http://www.mpo.cz/dokument105996.html
- http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/main/index.cfm?event=main.weeklyOverview & web_report_id=2211 & Year=2017

obecné zásady a požadavky potravinového práva, zřizuje se Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin, jakož i nařízení Komise (EU) č. 16/2011, kterým se stanoví prováděcí opatření k systému rychlé výměny informací pro potraviny a krmiva.[23] Tento systém je v České republice podrobně upraven nařízením vlády č. 98/2005 Sb., kterým se stanoví systém rychlého varování o vzniku rizika ohrožení zdraví lidí z potravin a krmiv. RASFF je vzájemně propojenou sítí, která spojuje členské země EU s Evropskou komisí a Evropským úřadem pro bezpečnost potravin (European Food Safety Autority – EFSA). Hlavním cílem tohoto systému je zabránit ohrožení spotřebitele nebezpečnými potravinami nebo (zprostředkovaně) krmivy. Národním kontaktním místem v systému rychlého varování je Státní zemědělská a potravinářská inspekce[24] (ve smyslu ustanovení § 15 odst. 4 zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích).

4 Závěr

Domníváme se, že v souvislosti s právní úpravou ochrany spotřebitelů před klamavými obchodními praktikami je možné účinně chránit rovněž i zdraví spotřebitelů. Tento přístup sledují unijní předpisy (konkrétní úprava v námi sledovaných směrnicích 2005/29, 2006/114 a 2001/95, dále v nařízení č. 1223/2009, č. 178/2002 a č. 16/2011) i vnitrostátní právní úprava, která z unijních předpisů vychází (zejména veřejnoprávní úprava podle ZOS – klamavé obchodní praktiky, ZOVZ – ochrana zdraví osob, ZOBV – požadavky na bezpečné výrobky, ZRR – klamavá reklama, a potažmo také soukromoprávní úprava podle OZ – nekalá soutěž).

Podle našeho názoru se však právní garance ochrany zdraví spotřebitele v podmínkách ČR teprve postupně konsolidují. I přes stále preciznější

23 Blíže viz in www.bezpecnostpotravin.cz

24 Národní kontaktní místo soustřeďuje informace ze všech dozorových orgánů nad potravinami a krmivy v ČR: Státní veterinární správy, Státní zemědělské a potravinářské inspekce, orgánů ochrany veřejného zdraví a Ústředního kontrolního a zkušebního ústavu zemědělského. S Národním kontaktním místem spolupracují také další účastníci národního systému rychlého varování: Generální ředitelství cel, Státní úřad pro jadernou bezpečnost, ministerstvo vnitra, ministerstvo obrany a ministerstvo spravedlnosti. Koordinačním místem je sekretariát koordinační skupiny bezpečnosti potravin při ministerstvu zemědělství.

a exaktněji stanovené režimy veřejnoprávní úpravy (zejména s ohledem na systém nastavení a sledování limitů zdraví nebezpečných látek a jejich expozice, organizační zabezpečení, vč. příslušných kontrolních orgánů, systém varování před nebezpečnými výrobky apod.) stále zůstává určitý prostor pro **nekalé obchodní praktiky**, které mohou znamenat **vážné riziko pro zdraví spotřebitele**. Z hlediska objektivity je proto vhodné poukázat také na ne zcela zanedbatelné riziko vyplývající pro zdraví spotřebitele z některých dalších praktik (resp. z určitého chování podnikatelů), které jsou specifické tím, že je přímo jako klamavé obchodní praktiky označit nelze, protože jsou např. založeny na legálním využívání výjimek ze zákonných požadavků či limitů stanovených veřejnoprávní úpravou. Přesto však tyto praktiky mohou být pro spotřebitele netransparentní a v některých krajních případech i zavádějící a způsobilé je oklamat.[25] Jedná se přitom o oblast, v níž se nabízí specifická „zranitelnost" spotřebitelů, kteří se spoléhají na veřejnoprávní záruky ochrany zdraví (i ZOVZ mimo jiné obsahuje právní režim umožňující nadlimitní zátěž z hlediska zdraví spotřebitele).[26]

Nezbývá, než příspěvek uzavřít doporučením každému spotřebiteli (a zejména „zvlášť zranitelnému spotřebiteli"), aby si **ochranu svých práv i svého zdraví zabezpečoval sám**, a to nejlépe **preventivně**, zejména zjišťováním si potřebných údajů a důležitých informací, nezbytnou znalostí právní úpravy atd., příp. s pomocí osob, kterým důvěřuje a které mu mohou kvalifikovaně pomoci (konkrétně s lékaři a odborným zdravotnickým personálem v případě péče o vlastní zdraví, s právníky v případě uzavírání smluv s podnikateli o dodání tzv. zaručeně spolehlivých produktů, které zmírňují či dokonce odstraňují zdravotní potíže, s členem rodiny nebo se sousedem ochotným poradit ve všech ostatních případech, s nimiž si sám spotřebitel neví rady anebo v nichž se již dříve nechal oklamat nějakou nekalou obchodní praktikou podnikatelů).

---

25 Blíže srov. DUDOVÁ, Jana. *Právo na ochranu veřejného zdraví. Ochrana veřejného zdraví před rizikovými faktory venkovního prostředí.* 1. vyd. Praha: LINDE Praha, a. s., 2011, s. 169–184. ISBN 978-80-7201-854-3.

26 ZOVZ v některých ustanoveních toleruje výjimky ze stanovených hygienických limitů např. na jakost pitné vody, na jakost vody ke koupání v koupališti, na hluk a vibrace apod., přičemž institut posuzování případných zdravotních rizik v režimu tohoto zákona zohledňuje toliko prokázané negativní účinky na zdraví.

Pokud se (ne)zdravý spotřebitel rozhodne přenechat péči o svá práva i o své zdraví neznámým osobám (často i tzv. „šmejdům“, kteří se velmi často uchylují k nekalým obchodním praktikám, vycházejíce při tom ze zneužívání základních neznalostí, nezkušeností a nedostatečné připravenosti spotřebitelů) v domnění, že v každé situaci je on tím slabším subjektem, kterého mají vždy a za všech okolností chránit právní předpisy (unijní či tuzemské), ocitne se spíše v roli oběti a snadno manipulované osoby, než v pozici sebevědomého, dostatečně informovaného a pozorného jedince (k pojmu tzv. průměrný spotřebitel srov. bod 18 preambule směrnice 2005/29[27]).

Literature

DUDOVÁ, Jana. *Právo na ochranu veřejného zdraví. Ochrana veřejného zdraví před rizikovými faktory venkovního prostředí.* 1. vyd. Praha: LINDE Praha, a. s., 2011, s. 169–184. ISBN 978-80-7201-854-3

DUDOVÁ, Jana In: VEČERKOVÁ, Eva, SELUCKÁ, Markéta, DUDOVÁ, Jana, URBANOVÁ, Martina a kol. *Společensko-právní aspekty ochrany spotřebitele a jeho zdraví.* 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2015, s. 149–183. ISBN 978-80-210-8050-8

27 „Je vhodné chránit před nekalými obchodními praktikami všechny spotřebitele; nicméně Soudní dvůr při rozhodování ve věcech týkajících se reklamy od přijetí směrnice 84/450/EHS shledal nezbytným posuzovat vliv na pomyslného běžného spotřebitele. Tato směrnice, v souladu se zásadou proporcionality a pro zajištění účinné ochrany v ní obsažené, vychází z pojmu průměrného spotřebitele, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory, jak je vykládán Soudním dvorem; tato směrnice však obsahuje také ustanovení, jejichž účelem je předcházet zneužívání spotřebitelů, kteří jsou svým charakterem obzvláště zranitelní nekalými obchodními praktikami. Zaměřuje-li se určitá obchodní praktika na určitou skupinu spotřebitelů, jako jsou například děti, je žádoucí, aby se dopad takové obchodní praktiky hodnotil z pohledu průměrného člena dané skupiny. Proto je vhodné zařadit do seznamu praktik, jež jsou za všech okolností nekalé, ustanovení, které, aniž by ukládalo obecný zákaz reklamy zaměřené na děti, chrání děti před přímým naváděním k nákupu. Pojem průměrného spotřebitele není statistickým pojmem. Pro stanovení typické reakce průměrného spotřebitele v daném případě budou muset vnitrostátní soudy a orgány vycházet z vlastního úsudku, s přihlédnutím k judikatuře Soudního dvora.“
V bodu 19 preambule směrnice 2005/29 je pojem „průměrný spotřebitel“ podle bodu 18 dále specifikován: „Pokud určité vlastnosti, jako je například věk, fyzická nebo duševní slabost nebo důvěřivost, vedou k snadnějšímu ovlivnění spotřebitelů obchodními praktikami nebo propagací produktů a pokud taková praktika může narušit ekonomické chování pouze u těchto spotřebitelů způsobem, který může obchodník rozumně očekávat, je vhodné zajistit přiměřenou ochranu těchto spotřebitelů posuzováním dané praktiky z pohledu průměrného člena této skupiny.“

SELUCKÁ, Markéta (kap. 3.1 a 3.2) In: VEČERKOVÁ, Eva, SELUCKÁ, Markéta, DUDOVÁ, Jana, URBANOVÁ, Martina a kol. *Společensko-právní aspekty ochrany spotřebitele a jeho zdraví*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2015, s. 67–147. ISBN 978-80-210-8050-8.

SEHNÁLEK, David. In: ONDREJOVÁ, Dana, SEHNÁLEK, David. *Vliv práva Evropské unie na českou regulaci nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2016, s. 57–70. ISBN 978-80-210-8398-1.

VEČERKOVÁ, Eva (kap. 3.3 až 3.7) In: VEČERKOVÁ, Eva, SELUCKÁ, Markéta, DUDOVÁ, Jana, URBANOVÁ, Martina a kol. *Společensko-právní aspekty ochrany spotřebitele a jeho zdraví*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2015, s. 67–147. ISBN 978-80-210-8050-8.

Contact – e-mail

jana.dudova@law.muni.cz, eva.vecerkova@law.muni.cz

Příloha směrnice 2005/29 jako omezení zákonodárné moci

Michal Vítek

Masarykova univerzita, Právnická fakulta, Česká republika

Abstract in original language

Směrnice Evropského parlamentu a Rady č. 2005/29/ES obsahuje v souladu se svým čl. 5 odst. 5 přílohu, která obsahuje taxativní výčet obchodních praktik, které jsou považovány za nekalé a tedy zakázané za všech okolností. Tento výčet je jednotný ve všech členských státech EU a může být měněn pouze revizí směrnice. Z této konstrukce však plyne také skutečnost, že členský stát není oprávněn vlastním zákonodárstvím regulovat zákazy, které by mohly tento taxativní výčet rozšiřovat. Specifikace tohoto omezení pro zákonodárce je předmětem příspěvku.

Keywords in original language

Směrnice 2005/29/ES; příloha č. 1; omezení zákonodárné moci; taxativní výčet.

Abstract

With accordance with Article 5, the Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council contains the Annex that contains an exhaustive list of business practices considered as unfair and therefore as prohibited under any circumstances. This list has unitary character across all Member States and can be modified by revision of the Directive only. This leads to the fact that Member States are not entitled to regulate such prohibitions by its legislations that may lead to broadening of the above mentioned exhaustive list. The specification of such limitations for legislature is the subject of this article.

Keywords

Directive 2005/29/EC; Annex No. 1; Limitation of Legislative Power; Exhoustive List.

1 Úvod

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. 5. 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/ESH, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004 (dále jen „***směrnice 2005/29***“) je vystavěna na stěžejním principu jednotného standardu v rámci celé EU, který nedovoluje členskému státu přijmout nejen mírnější, ale ani přísnější právní úpravu v oblasti nekalých obchodních praktik. Tento model byl zvolen po neblahých zkušenostech se směrnicí Rady 84/450/EHS ze dne 10. 9. 1984 o klamavé a srovnávací reklamě, která zakotvovala pouze minimální standard s možností přijmout úpravu přísnější. Výsledkem byly značné rozdíly v právních předpisech jednotlivých členských států.[1] Tato odlišnost s sebou přináší nejistotu při vstupu podnikatelů na nové trhy, vyšší náklady na zajištění souladu s novým právním řádem a současně oslabují jistotu spotřebitele ohledně úrovně ochrany práv v cizí zemi.[2] Tyto důvody vedly k tomu, že v oblasti nekalých obchodních praktik byl zvolen jednotný standard, který se uplatní ve všech členských státech bez rozdílu. S jednotným standardem se však nevyhnutelně pojí dva negativní důsledky pro vnitrostátního zákonodárce. Prvním z nich je snížení úrovně ochrany spotřebitele v některých severských státech[3]. Druhým přirozeným efektem jednotného standardu je omezení zákonodárné[4] činnosti jednotlivých členských států co do vlastní regulace oblasti nekalých obchodních praktik. Cílem tohoto příspěvku je vymezit limity zákonodárné činnosti vnitrostátního zákonodárce a současně poukázat na příklady jejich překročení.

2 Teoretická část – vymezení limitů zákonodárné moci

Základem pro limitaci zákonodárné činnosti je příloha směrnice 2005/29 vydaná na základě článku 5 odst. 5 této směrnice. Toto ustanovení uvádí,

1 Srov. bod 3 preambule směrnice 2005/29.
2 Srov. Bod 4 preambule směrnice 2005/29.
3 Např. Švédsko, vizte WEATHERILL, S. The Consumer Rights Directive: How and why a quest for “coherence” has (largely) failed. *Common Market Law Review,* 2012, s. 1284 a 1287.
4 Ačkoliv by bylo přesnější hovořit spíše o normotvorné činnosti, než o činnosti zákonodárné, používá autor příspěvku pro zjednodušení pojem zákonodárné činnosti jako pojem zahrnující vydávání právních norem jakékoliv právní síly.

že *„V příloze I je uveden výčet obchodních praktik, které jsou považovány za nekalé za všech okolností. Tento jednotný výčet platí ve všech členských státech a může být změněn pouze revizí této směrnice“*. Preambule směrnice 2005/29 k příloze v bodě 17 uvádí: *„Pouze tyto obchodní praktiky lze pokládat za nekalé, aniž by bylo potřeba provádět hodnocení jednotlivých případů podle článků 5 až 9* (definice nekalých, klamavých a agresivních obchodních praktik, pozn. aut.). *Tento seznam lze změnit pouze revizí této směrnice“*. Je zřejmé, že praktiky uvedené v příloze jsou za všech okolností nekalé (ať již klamavé či agresivní). Současně je zde však uveden zákaz rozšiřování tohoto výčtu reprezentovaný slovem „pouze“ ve větě „pouze tyto obchodní praktiky lze pokládat za nekalé za všech okolností“. Členský stát EU tedy nemá pravomoc sám rozšiřovat výčet za všech okolností zakázaných nekalých obchodních praktik. Jen stěží si lze představit, že by se některý stát pokoušel o přímé rozšíření implementovaného výčtu. Praxe a následně i judikatura však znají četné množství případů, kdy stát zavedením určité právní normy tento zákaz porušil a určil jinou obchodní praktiku jako za všech okolností zakázanou.

Pokud se stát tohoto překročení dopustí, dostane se takovým zákazem do rozporu se sekundárním právem EU, což má za následek neaplikovatelnost rozporné vnitrostátní normy.[5]

Norma, která by na takového limity zákonodárné moci narážela, však musí splňovat několik podmínek, aby se vůbec dostala do působnosti směrnice 2005/29 a aby se dostala do rozporu s výše uvedenými ustanoveními zakotvujícími taxativní výčet vždy zakázaných praktik dle přílohy I. Jde o následující kumulativní podmínky.

2.1 Obchodní praktika

Jak již sám název směrnice 2005/29 napovídá, tato směrnice reguluje obchodní praktiky. Totéž je také vyjádřeno v prvním článku směrnice 2005/29. Hned ve článku následujícím jsou pak uvedeny definice jednotlivých pojmů.

5 Zásadu neaplikovatelnosti vnitrostátního práva rozporného s právem EU konstatoval Soudní dvůr EU např. v rozsudku ze dne 9. 3. 1978, sp. zn. 106/77, Amministrazione delle finanze dello Stato v. Simmenthal.

Velmi širokou definici obchodní praktiky nalezneme v čl. 2 písm. d) směrnice 2005/29, která vymezuje obchodní praktiku jako *„jednání, opomenutí, chování nebo prohlášení, obchodní komunikaci včetně reklamy a uvedení na trh ze strany obchodníka přímo související s propagací, prodejem nebo dodám produktu spotřebiteli"*. Z této definice je patrné, že jako obchodní praktiku lze kvalifikovat prakticky jakékoliv podnikatelské jednání, jehož cílem je vůči spotřebiteli zlepšit své hospodářské postavení.

Jak konstatoval Soudní dvůr EU ve svém rozsudku ze dne 14. 1. 2010, sp. zn. C-304/08[6], vzhledem k účelu směrnice 2005/29 zavést jednotný standard zajišťující především ochranu spotřebitele a rovné postavení vnitrozemských a zahraničních podnikatelů, není nutné pro kvalifikaci obchodní praktiky ve smyslu směrnice 2005/29 přítomnost přeshraničního prvku. Směrnice 2005/29 se tak vztahuje jak na praktiky obchodníků ze stejného státu, jako je dotčený spotřebitel, tak i na praktiky obchodníků z jiných členských států.

I sám pojem *praktika* může vyvolávat pochybnosti v tom smyslu, zda je třeba opakovanosti určitého jednání proto, aby se takové jednání stalo praktikou, či je praktikou i jednorázové jednání. Tuto otázku posuzoval Soudní dvůr EU v rozsudku ze dne 16. 4. 2015, sp. zn. C-388/13[7]. Zde soud výslovně určil, že *„… okolnost, že k uvedenému jednání dotčeného obchodníka došlo jen jednou a že se týkalo pouze jednoho spotřebitele, je v této souvislosti irelevantní"* a dále *„… směrnice jako celek totiž neobsahuje nic, co by nasvědčovalo tomu, že jednání nebo opomenutí, kterých se dopustil obchodník, musí být opakované nebo že se musí týkat více než jednoho spotřebitele"*. Soud tedy jasně stanovil, že obchodní praktikou může být i jednorázové jednání vůči jednomu spotřebiteli. Jako důvod soud mimo jiné uvedl, že opačný názor by vedl k nutnosti spotřebitelů prokazovat, že podnikatel stejnou praktikou poškodil i další spotřebitele, což je ve skutečnosti mimořádně obtížné.

2.2 Zaměření vůči spotřebitelům

S vymezením obchodní praktiky nutně souvisí definice pojmů obchodník a spotřebitel uvedené v čl. 2 písm. a) a b) směrnice 2005/29. Tyto lze

6 Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV v. Plus Warenhandelsgesellschaft mbH.

7 Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság v. UPC Magyarország Kft.

obsahově ztotožnit s definicemi dle českého práva[8]. Spotřebitel je zde definován jako fyzická osoba, která nejedná v souvislosti s provozem obchodu, živností, řemeslem či výkonem povolání. Naopak obchodník je definován jako fyzická či právnická osoba, která jedná za účelem, který lze považovat za provoz obchodu, živnosti, řemesla či povolání.

Naopak z působnosti směrnice 2005/29 jsou v bodě 6 preambule výslovně vyjmuty obchodní praktiky, které poškozují pouze ekonomické zájmy obchodníků a které se zaměřují na vztahy mezi obchodníky. Judikatura Soudního dvora EU již v minulosti musela řešit otázku, zda směrnice 2005/29 dopadá či nedopadá na případy, kdy se obchodní praktika dotýká vztahů jak mezi obchodníky, tak vztahu ke spotřebitelům. V usnesení Soudního dvora EU ze dne 7. 3. 2013, sp. zn. C-343/12[9], řešil soud zákaz obchodní praktiky spočívající v prodeji zboží pod náklady. Tato obchodní praktika se zpravidla považuje za nekalosoutěžní jednání[10], které má dopady primárně do vztahů mezi soutěžiteli. Cílem takového jednání je však vytlačení konkurence a následné zneužití takto nabytého silnějšího tržního postavení. V konečném důsledku a dlouhodobém horizontu proto i podnákladové ceny vedou k ohrožení spotřebitelů. Tutéž argumentaci přednesl v popisovaném případě i obchodní soud v Gentu, když v předkládacím rozhodnutí uvádí: *„i když článek 101 LPPC* (zákaz podnákladových cen, pozn. aut.) *může být zajisté považován za článek, který má dopad na vztahy mezi hospodářskými subjekty, nic to nemění na tom, že jeho cílem je chránit spotřebitele“*. Z toho Soudní dvůr EU dovodil, že takový zákaz podnákladových cen spadá do působnosti směrnice 2005/29, protože se nedotýká pouze zájmů obchodníků, ale dotýká se také zájmů spotřebitelů.

2.3 Ochrana ekonomických zájmů

Preambule směrnice 2005/29 v bodě 8 výslovně uvádí, že předmětem ochrany jsou ekonomické zájmy spotřebitele. Obdobné zdůraznění ekonomických zájmů pak obsahuje poslední věta bodu 12 téže preambule. V samotném textu směrnice 2005/29 pak nalezneme odkaz na ekonomické

8 Srov. § 419 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku.

9 Euronics Belgium CVBA v. Kamera Express BV, Kamera Express Belgium BVBA.

10 ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář.* 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2014, s. 64.

zájmy spotřebitelů například v čl. 1 a 5. Do působnosti směrnice 2005/29 tak spadají pouze obchodní praktiky, které zasahují ekonomické zájmy spotřebitelů.

Stejně jako v případě zaměření obchodní praktiky se i v otázce dotčených zájmů musíme ptát, zda musí být ekonomické zájmy zasaženy výlučně, nebo postačí, aby byly jedním ze zasažených zájmů. Odpověď na tuto otázku dal Soudní dvůr EU ve svém rozsudku ze dne 9. 11. 2010, sp. zn. C-540/08[11]. Předmětem tohoto řízení bylo posouzení právní úpravy, která zakazovala vydavatelům periodického tisku poskytovat spotřebitelům bezplatné výhody (prémie), v tomto případě například možnost zúčastnit se slosování o večeři s vybraným fotbalistou. Rakouská vláda v řízení uvedla, že posuzovaná úprava nespadá do působnosti směrnice 2005/29 z toho důvodu, že jejím primárním cílem je zachování plurality sdělovacích prostředků v Rakousku, nikoliv ochrana ekonomických zájmů spotřebitelů. Tuto argumentaci však soud odmítl. Odůvodněním mu byl čl. 3 směrnice 2005/29, podle kterého smí vnitrostátní zákonodárce stanovit mimo rámec směrnice pravidla za účelem ochrany nezávadnosti a bezpečnosti produktů. A contrario tak dovodil, že pokud jsou byť jen částečně dotčeny ekonomické zájmy spotřebitele, a hlavním dotčeným zájmem (tedy účelem normy) není ochrana zdravotní nezávadnosti nebo bezpečnosti produktů, praktika spadá do rámce směrnice 2005/29.

Zaměření obchodní praktiky na ekonomické zájmy spotřebitele se posuzuje především s ohledem na záměr vnitrostátního zákonodárce. Přitom je třeba vzít v úvahu obecný účel zákona, pozadí a genezi dotčených opatření (včetně přípravných prací) i akademické komentáře.[12]

2.4 Povaha zákazu

Jak již bylo uvedeno v úvodu, vždy a bez dalšího mohou být zakázány pouze praktiky obsažené v příloze I směrnice 2005/29. Na rozdíl od nich jsou ostatní obchodní praktiky zakázány pouze tehdy, pokud k tomuto závěru dojdeme

11 Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG v. „Österreich"-Zeitungsverlag GmbH.

12 Srov. KEIRSBILCK, B. In: VAN BOOM, W., GARDE, A., AKSELI O. *The European Unfair Commercial Practices Directive. Impact, Enforcement, Strategies and National Legal Systems.* Surrey: Ashgate Publishing Limited, 2014, s. 56–58.

na základě definic uvedených v článcích 5–9 směrnice 2005/29. Jakékoliv narušení tohoto principu je v rozporu s touto směrnicí. Prakticky tak lze vysledovat dva možné způsoby narušení jednotného standardu směrnice:

a) Stanovení zákazu praktik dle přílohy I směrnice 2005/29 na základě individuálního posouzení. Tento přístup, ať již kritériem posuzování budou čl. 5 – 9 směrnice 2005/29 či jakákoliv jiná kritéria, je v rozporu s touto směrnicí. Takovéto porušení se však v praxi prakticky nevyskytuje.
b) Stanovení praktik neuvedených v příloze I směrnice 2005/29 jako zakázaných bez dalšího. Zde lze opět poukázat na bod 17 preambule této směrnice, který uvádí, že pouze v příloze I uvedené praktiky lze pokládat za nekalé, aniž by bylo třeba provádět hodnocení jednotlivých případů dle čl. 5 – 9. Toto porušení jednotného standardu je poměrně častým prohřeškem členských států.

Jako příklad lze uvést rozsudek Soudního dvora EU ze dne 17. 1. 2013, sp. zn. C-206/11[13]. Předmětem přezkumu zde byla opět rakouská právní úprava, která umožňovala vyhlášení výprodeje pouze po předchozím oznámení správnímu orgánu, přičemž nepovolený výprodej mohl být soudem zakázán. Soud ve svém rozsudku nezpochybnil samotný předběžný přezkum výprodeje, problém však spatřoval v kritériích tohoto posuzování, kterými nebyly normy dle čl. 5–9 směrnice 2005/29. Vzhledem k tomu, že neohlášená obchodní praktika byla bez dalšího zakázána, spatřoval v tomto soud rozšíření výčtu dle přílohy I právě o neohlášené výprodeje, a konstatoval proto rozpor s touto unijní úpravou.

2.5 Neexistence speciální úpravy

Vyjma výše uvedené zdravotní nezávadnosti a bezpečnosti produktů vyčleňuje směrnice 2005/29 ze své působnosti ještě další okruhy právních úprav. Na tyto se směrnice buďto vůbec nevztahuje, případně se na ně vztahuje pouze s povahou minimálního standardu. Jedná se o oblasti

- se speciální unijní úpravou ve smyslu čl. 3 odst. 4 směrnice 2005/29,
- podmínky usazování a výkonu určitých regulovaných profesí ve smyslu čl. 3 odst. 8 směrnice 2005/29,

13 Georg Köck v. Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb.

- finanční služby ve smyslu čl. 3 odst. 9 směrnice 2005/29,
- právní předpisy upravující vydávání osvědčení a stanovení ryzosti předmětů z drahých kovů ve smyslu čl. 3 odst. 10 směrnice 2005/29.

V těchto oblastech se neuplatní princip jednotného standardu právní úpravy, ani výlučnost přílohy I směrnice 2005/29, a proto ani případná vlastní normotvorná činnost státu nebude v rozporu s požadavky této směrnice.

3 Praktická část

Praktickou částí tohoto příspěvku je rozbor ustanovení § 7 odst. 3 zákona č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách, v platném znění (dále jen „***ZHH***“). Jedná se o nově přijatý, dosud neúčinný právní předpis, u kterého by se dalo očekávat, že s ohledem na stáří směrnice 2005/29 již bude s touto směrnicí plně v souladu. Rozebírané ustanovení je systematicky zařazeno mezi úvodními obecnými ustanoveními, v § 7 nazvaném zákonná omezení. Ustanovení zní takto:

(3) V souvislosti s provozováním hazardní hry se provozovateli zakazuje poskytovat účastníkovi hazardní hry jakoukoliv výhodu v podobě potravin, nápojů, tabákových výrobků nebo povzbuzujících látek.

Ustanovení bude na tomto místě podrobeno výše uvedeným kritériím, přičemž splnění či nesplnění jednotlivých podmínek bude individuálně odůvodněno:

1. **Obchodní praktika**

   První podmínkou je, aby poskytování výhody v podobě potravin, nápojů, tabákových výrobků a povzbuzujících látek provozovatelem v souvislosti s provozem loterií bylo možné hodnotit jako obchodní praktiku ve smyslu čl. 2 písm. d) směrnice 2005/29. Takové jednání by šlo bez větších pochybností podřadit pod jednání v souvislosti s dodáním produktu (kterým se dle předchozího písmene čl. 2 rozumí i služba). Ostatně ona souvislost je přímo jedním z definičních znaků rozebírané zákazové normy.

2. **Zaměření vůči spotřebitelům**

   Druhou podmínkou je alespoň částečné zaměření obchodní praktiky vůči spotřebitelům. Opět nelze než konstatovat, že tato podmínka

je splněna již samotnou zákazovou normou, kde se výslovně uvádí, že potraviny, nápoje, tabákové výrobky nebo povzbuzující látky nesmí být poskytovány účastníkům hazardní hry.

Pojem účastník hazardní hry je definován v § 4 odst. 1 písm. a) ZHH tak, že je jím fyzická osoba, která se k účasti na hazardní hře registrovala nebo zaplatila vklad. Je proto nepochybné, že půjde o fyzickou osobu přijímající službu mimo rámec svého podnikání, tedy o spotřebitele.

3. **Ochrana ekonomických zájmů**

Pravděpodobně nejobtížnější posouzení bude v tomto třetím bodě, tedy posouzení, zda se obchodní praktika a její zákaz dotýkají ekonomických zájmů spotřebitelů, či jsou zaměřeny na ochranu jiných zájmů, především pak ochrany zdravotní nezávadnosti a bezpečnosti služeb.

Důvodová zpráva ke komentovanému ustanovení uvádí následující: *„Důvodem tohoto zákazu je zejména, že jediným účelem uvedených výhod je pouze zvýšení počtu potencionálních účastníků hazardní hry a jejich celkových útrat v rámci účasti na hazardních hrách. Tedy jakýsi „bonus“, jež má další osoby nalákat ke hře, nebo osoby, již hrající, u dané hazardní hry udržet. Regulace v podobě zákazu jakýchkoliv výhod poskytovaných v souvislosti s hazardními hrami byla zvolena zejména z důvodu posílení ochrany účastníků hazardní hry, kdy právě tyto výhody jsou často primárním důvodem začít s účastí na hazardních hrách“*. Z takto uvedeného textu, ač je zde výslovně uveden i ekonomický zájem, nelze dovodit, zda účelem ochrany není i zájem na prevenci případné závislosti na hazardních hrách, tedy oblast zdravotní nezávadnosti služby.

Řešení však může přinést prezentace Ministerstva financí ČR z 27. 7. 2016, která byla přednesena na workshopu k výkladu ZHH a přináší jakousi oficiální metodiku pro výklad tohoto předpisu[14]. Na straně 17 této prezentace je uvedena otázka, zda je za takovou poskytnutou výhodu nutné považovat také slevu na nápoje, potraviny apod. Odpověď Ministerstva financí ČR je pak následující:

14 Prezentace je dostupná z http://www.mfcr.cz/assets/cs/media/Prezentace_2016-07-27_06-Herni-prostor-Identifikace-a-monitorovani_v02.pdf

„Pokud by cena potravin, nápojů, tabákových výrobků nebo povzbuzujících látek byla výrazně nižší, než je cena obvyklá v restauračních zařízeních (s ohledem na místo a čas), pak by se mohlo jednat o zakázanou výhodu“. Takovýto výklad by nasvědčoval ekonomickému zaměření pravidla.

Ještě jasněji pak hovoří otázka uvedená na straně 19 prezentace, kde byla vznesena otázka na možnost all inclusive občerstvení za jednorázový poplatek. Odpověď Ministerstva financí ČR je taková, že toto je možné poskytovat, pokud onen all inclusive poplatek bude odpovídat běžné výši srovnatelného poplatku ve srovnatelných zařízeních.

Cílem regulace tedy není poskytování či neposkytování potravin, nápojů, tabákových výrobků či povzbuzujících látek hráčům hazardních her, ale pouze cena poskytování takového zboží. Z toho lze dovodit, že i podmínka ekonomických zájmů spotřebitelů je splněna.

4. **Povaha zákazu**

Zákaz poskytování potravin, nápojů, tabákových výrobků či povzbuzujících prostředků hráčům hazardních her není možné podřadit pod žádnou z per se zakázaných praktik dle přílohy I směrnice 2005/29. Dle směrnice je proto nutné takovou praktiku hodnotit z hlediska kritérií uvedených v čl. 5–9 této směrnice. ZHH však žádné takové posuzování nezakotvuje, když uvádí, že takové výhody jsou bez dalšího zakázány. I tuto čtvrtou podmínku lze proto považovat za splněnou.

5. **Neexistence speciální úpravy**

Unijní právní úprava neobsahuje zvláštní právní úpravu pro tuto oblast, ani nejde o žádnou z oblastí vyloučených samotnou směrnicí 2005/29. Naopak hazardní hry jsou obvykle z unijní úpravy pro svou zvláštní povahu vyňaty.[15]

Lze tedy shrnout, že existují minimálně pochybnosti o tom, že popisované ustanovení § 7 odst. 3 ZHH je v souladu se směrnicí 2005/29 a v ní uvedeným jednotným standardem úpravy a její přílohou I.[16]

15 Tak činí například směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. 10 2011 o právech spotřebitelů.

16 A to i přes to, že si tvůrci zákona zcela zjevně byli existence směrnice 2005/29 vědomi. Záměrně totiž odstranili dřívější úpravu spotřebitelských loterií, kterou dle důvodové zprávy k ZHH shledali rozpornou s právě se směrnicí 2005/29. Ke stejnému závěru došel také Nejvyšší správní soud v rozsudku ze dne 24. 8. 2016, sp. zn. 8 As 136/2015.

4 Závěr

Výše bylo vymezeno pět podmínek, za jejichž splnění je právní norma vnitrostátního práva v rozporu se směrnicí 2005/29. Těmito podmínkami jsou

- regulace obchodní praktiky,
- zaměření obchodní praktiky na spotřebitele,
- zasažení ekonomického zájmu spotřebitele,
- povaha zákazu a neexistence speciální úpravy.

Tyto podmínky jsou kumulativní a musí být vždy splněny všechny. Pokud tomu tak bude, lze tvrdit, že tato norma je v rozporu se sekundárním právem EU, což má za následek její neaplikovatelnost. Vzhledem k povaze takových norem, které budou téměř vždy zákazové, tak půjde o neúčinnost tohoto zákazu.

Literature

KEIRSBILCK, B. In: VAN BOOM, W., GARDE, A., AKSELI O. *The European Unfair Commercial Practices Directive. Impact, Enforcement, Strategies and National Legal Systems.* Surrey: Ashgate Publishing Limited, 2014, 265 s. ISBN 9781472423405.

ONDREJOVÁ, Dana. *Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku. Komentář.* 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2014, 364 s. ISBN 978-80-7400-522-0.

WEATHERILL, S. The Consumer Rights Directive: How and why a quest for "coherence" has (largely) failed. *Common Market Law Review,* 2012, s. 1284 a 1287. ISSN 0165-0750.

Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 9. 3. 1978, sp. zn. 106/77, Amministrazione delle finanze dello Stato v. Simmenthal.

Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 14. 1. 2010, sp. zn. C-304/08, Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs eV v. Plus Warenhandelsgesellschaft mbH.

Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 9. 11. 2010, sp. zn. C-540/08, Mediaprint Zeitungs-und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG v. „Österreich"-Zeitungsverlag GmbH.

Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 17. 1. 2013, sp. zn. C-206/11, Georg Köck v. Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb.

Usnesení Soudního dvora EU ze dne 7. 3. 2013, sp. zn. C-343/12, Euronics Belgium CVBA v. Kamera Express BV, Kamera Express Belgium BVBA.

Rozsudek Soudního dvora EU ze dne 16. 4. 2015, sp. zn. C-388/13, Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság v. UPC Magyarország Kft.

Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 24. 8. 2016, sp. zn. 8 As 136/2015.

Důvodová zpráva ke sněmovnímu tisku 578, který byl přijat jako záon č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/text/tiskt.sqw?O=7 & CT=578 & CT1=0

Prezentace Ministerstva financí ČR ze dne 27. 7. 2016 k výkladu zákona č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách. Dostupné z: http://www.mfcr.cz/assets/cs/media/Prezentace_2016-07-27_06-Herni-prostor-Identifikace-a-monitorovani_v02.pdf

Contact – e-mail

378442@mail.muni.cz

Bid rigging a veřejné zakázky

Vlastimil Calaba

Univerzita Palackého v Olomouci, Právnická fakulta, Česká republika

Abstract in original language

Tématem tohoto příspěvku je problematika tzv. bid riggingu, jako nekalé soutěžní praktiky vyskytující se u výběrových řízení, zejména u veřejných zakázek. Bid rigging se nejčastěji projevuje v koordinaci činností jednotlivých soutěžitelů za účelem dosažení výhodnějších a reálně trhu neodpovídajících podmínek, kdy koordinací postupů soutěžitelů dochází zejména ke zkreslení trhu, anebo získání jiných výhod oproti ostatním soutěžitelům. Tento příspěvek si pak klade za cíl zabývat se problematikou bid riggingu v evropských souvislostech (zejména s ohledem na č. 101 odst. 1 Smlouvy o fungování evropské unie) a na jeho implementaci v České republice, a to jak z hlediska teoretického chápání, tak praktické aplikace spočívající v analýze rozhodovací praxe a přístupu k bid riggingu.

Keywords in original language

Veřejné zakázky; bid rigging.

Abstract

The topic of this article is the issue of so-called Bid Rigging as unfair competitive practice occurring in tenders, especially in public procurement. Bid rigging is most often manifested as coordinating the activities of individual competitors in order to achieve a more favourable market conditions by coordinating bids that result to distortion of the market or and obtaining other advantages over another competitors. This paper deals with the issue of bid rigging in the European context (particularly with regard to article 101, subsection 1 of the Treaty on the Functioning of the European Union) and its implementation in the Czech Republic, both in terms of theoretical understanding and practical application decision-making practice and attitude to bid rigging.

Keywords

Public Procurement; Bid Rigging.

1 Úvod

Tento článek vznikl jako příspěvek v rámci konference Dny práva 2016 do sekce „Dopad práva Evropské unie na českou regulaci soutěže a nekalých obchodních praktik" a jak je uvedeno již v anotaci, jeho cílem je problematika tzv. bid riggingu, jako soutěžní praktiky odporující dobrým mravům soutěže, vyskytující se u výběrových řízení, zejména u veřejných zakázek.

2 Soutěž, soutěžní právo, bid rigging

Obecně lze soutěž definovat jako zápolení několika subjektů, které usilují o dosažení určité věci nebo cíle, a to subjekty, které si navzájem konkurují. V případě, že k tomuto zápolení dochází na určitém trhu, a tyto subjekty chtějí dosáhnout zisku v rámci obchodu a obchodních aktivit, resp. hospodářského prospěchu, pak se jedná o soutěž hospodářskou, přičemž strany (subjekty) nazýváme soutěžiteli.[1]

Velice zajímavé vymezení hospodářské soutěže je možné nalézt v „obchodní a živnostenskoprávní rukověti, ve které nalezneme následující definici *„Soutěž, jsouc v podstatě závoděním o odbyt, pobádá, pokud jest zdravou, zvláště k zdokonalení osobní dovednosti.*"[2] Dle této definice je soutěž motorem rozvoje, je-li však tato soutěž „zdravá".

Tak jako každá jiná lidská činnost, pak i soutěž ve svém důsledku (aby byla zdravá) musí být regulována., přičemž tuto oblast regulace nazýváme soutěžním právem. Soutěžní právo je pak v nejširším smyslu soubor právních předpisů, jejichž předmětem jsou soutěžní vztahy mezi subjekty působícími na trhu, které do těchto soutěžních vztahů vstupují, přičemž cílem je zabránění narušení soutěže. Funguje-li totiž na trhu efektivní soutěž, jsou vzájemně si konkurující podniky motivovány k tomu, aby nabízely co nejkvalitnější zboží, služby a stavební práce za co nejnižší ceny.

Jako taková je oblast soutěžního práva velice široká, přičemž teorie rozlišuje zejména předpisy proti nekalé soutěži (jako soutěžní právo v širším slova

1 HAJN, P. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. Brno: Masarykova univerzita, 2000.
2 SCHUSTER, V., JIRÁK, A. *Obchodní a živnostenskoprávní rukověť*. Praha, 1911, s. 119.

smyslu), a dále právo na ochranu soutěže, tj. práva zakazující zákaz dohod, které negativně ovlivňují, nebo mohou ovlivnit soutěž, které se zabývají dominantním postavením na trhu a jeho zneužitím a právem upravující spojování podniků.[3]

Z výše uvedené definice lze pojem bid riggingu tedy zařadit spíše do soutěžního práva v užším slova smyslu, jako dohoda, která negativně ovlivňuje, nebo může ovlivnit soutěž.

Nyní však k samotné definici a bližšímu vymezení pojmu bid rigging. Podle OECD lze za bid rigging označit tzv. „smluvenou nabídku", tedy zakázanou dohodu mezi podniky, u kterých by se jinak očekávalo, že si budou konkurovat při výběrovém řízení, s cílem zvýšit cenu, snížit kvalitu nebo si rozdělit trh, tím, že se jednotliví soutěžitelé dopředu dohodnou, jaké předloží v té které konkrétní soutěži cenové nabídky.[4]

OECD v této souvislosti rozhoduje následující schémata bid riggingu, kterými jsou:

- Krycí nabídky – (doplňkové, zdvořilostní), kdy jednotlivci nebo firmy souhlasí s podáním nabídky, která je předem „odkonzultována" a soutěžitelé jednající ve shodě souhlasí s podáním nabídky, která je vyšší než nabídka určeného vítěze, nebo soutěžitel podá nabídku, která je příliš vysoká na to, aby mohla být akceptována tak, aby bylo vytvořeno zdání nefalšované soutěže
- Utlumení nabídek – která zahrnuje dohody mezi soutěžiteli, ve kterých jedna nebo více společností souhlasí s tím, že se nezúčastní soutěže a nepodá nabídku pro konečné hodnocení
- Rotace nabídek – kdy spiklenecké firmy pokračují v nabízení, nicméně se dohodnou ve střídání postu vítězného nabízejícího
- Přidělení trhu – kdy si soutěžitelé rozdělí trh a dohodnou se nesoutěžit o určité zákazníky v určitých geografických oblastech[5]

---

3 KINDL, Jiří, MUNKOVÁ, Jindřiška. Část první [Ochrana hospodářské soutěže (§ 1–28)]. In: KINDL, Jiří, MUNKOVÁ, Jindřiška. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže*. 3. vyd. Praha: Nakladatelství C. H. Beck, 2016, s. 2. ISBN 978-80-7400-627-2.

4 OECD. Pokyny pro boj proti kartelovým dohodám mezi uchazeči o veřejnou zakázku (dále také jako „BID RIGGING"). POKYNY PRO BOJ PROTI KARTELOVÝM DOHODÁM MEZI UCHAZEČI O VEŘEJNOU ZAKÁZKU (DÁLE TAKÉ JAKO „BID RIGGING"). 2009. Dostupné z: http://www.oecd.org/competition/cartels/42886665.pdf

5 Tamtéž.

Ostatně obdobnou definici na svých stránkách má zveřejněnu i Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, který za *„bid rigging považuje tajné kartelové dohody uzavírané mezi účastníky výběrových řízení v úmyslu ovlivnit výsledek výběrového řízení ve prospěch dosažení dohodnutého cíle“*.[6]

Všechny zakázané dohody uvedené výše však mají jednu společnou věc, kterou je umělé navýšení ceny realizace veřejné zakázky, neboť zpravidla část ceny, kterou zadavatel zaplatí vítězné firmě je určená jako „odstupné“ mezi ostatní účastníky kartelové dohody jako peněžní odměna za uskutečněnou dohodu, příp., též zajištění spoluúčasti při samotné realizaci zakázky formou subdodávky.

Zároveň platí, že ačkoli jak je z výše uvedeného patrné je bid rigging spíše problematikou ochrany hospodářské soutěže, a to ještě v jejím užším slova smyslu, negativní dopady této praktiky jsou spíše v oblasti veřejných zakázek, a proto také předpisy upravující zadávání veřejných zakázek s bid riggingem více či méně počítají.

3 Evropský právní základ bid riggingu

Na evropské úrovni představuje právní základ zákazu bid riggingu článek 101 odst. 1 Smlouvy o fungování EU, který stanoví, že „*S vnitřním trhem jsou neslučitelné, a proto zakázané, veškeré dohody mezi podniky, rozhodnutí sdružení podniků a jednání ve vzájemné shodě, které by mohly ovlivnit obchod mezi členskými státy a jejichž účelem nebo důsledkem je vyloučení, omezení nebo narušení hospodářské soutěže na vnitřním trhu, zejména ty, které*

> *a) přímo nebo nepřímo určují nákupní nebo prodejní ceny anebo jiné obchodní podmínky;*
>
> *b) omezují nebo kontrolují výrobu, technický rozvoj nebo investice;*
>
> *c) rozdělují trhy nebo zdroje zásobování;*
>
> *d) uplatňují vůči obchodním partnerům rozdílné podmínky při plnění stejné povahy, čímž jsou někteří partneři znevýhodněni v hospodářské soutěži;*
>
> *e) podmiňují uzavření smluv tím, že druhá strana přijme další plnění, která ani věcně, ani podle obchodních zvyklostí s předmětem těchto smluv nesouvisejí.“*

6 Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. 2012. Dostupné z: https://www.uohs.cz/cs/verejne-zakazky/osveta-a-transparentnost-verejnych-zadavatelu/zakazane-dohody-bid-rigging.html

V evropské právní úpravě (ostatně stejně tak jako v právní úpravě národní) tak nenalezneme speciální skutkovou podstatu týkající se bid riggingu.

Nicméně výše citovaný čl. 101 v zásadě pokrývá doporučení OECD v oblasti bid riggingu, když např. čl. 101 odst 1. písm. a) reaguje na tzv. krycí nabídky (dohody o ceně), písm. c) reaguje na přidělení trhu atp.

Pro účely aplikace čl. 101 Smlouvy o fungování EU je však dále třeba ověřit, zda zkoumané dohody obsahují tzv. komunitární prvek, tj. zda ovlivňují, či mohou znatelným způsobem ovlivnit obchod mezi členskými státy. V opačném případě se použije národní právo.[7]

Zároveň však platí, že národní právo z tohoto evropského vychází.

Co se týká samotných sankcí, pak v případě, že je naplněna skutková podstata a Komise dojde k závěru, že došlo k porušení čl. 101 Smlouvy o fungování Evropské Unie, může komise v souladu s čl. 23 odst. 2 písm. a) Nařízení 1/2003 uložit společnosti nebo skupině společností za bid rigging rozhodnutím pokutu až do výše 10% celkového obratu za předchozí hospodářský rok.

Co se týká případů, které byly v rámci EU projednávány, pak lze příkladmo odkázat např. na Rozhodnutí Komise č. COMP/C.38.281/B.2. ve věci „Italian Tabacco Raw“, který se týkal obchodování s tabákem, u kterých bylo prokázáno, že ovlivňovaly podané nabídky při veřejných aukcích, za což bylo komisí uložena pokuta ve výši 56 mil. EUR, nebo velice známé Rozhodnutí Komise č. COMP/E-1/38.823, týkající se zakázaných dohod v oblasti dodávek a instalace výtahů a eskalátorů.

4 Český právní základ bid riggingu

Právní úprava bid riggingu v České republice je potom obdobná, když jako právní základ lze považovat zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, který ve svém § 3 odst. 2 stanoví, že: „*Z dohod zakázaných podle odstavce 1 jsou zakázány zejména dohody, jejichž cílem nebo výsledkem je narušení hospodářské soutěže proto, že obsahují ujednání o*

a) přímém nebo nepřímém určení cen, popřípadě o jiných obchodních podmínkách,

7 MUNKOVÁ, J., KINDL, J., SVOBODA, P. *Soutěžní právo.* 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2012, s. 232–234.

b) omezení nebo kontrole výroby, odbytu, výzkumu a vývoje nebo investic,

c) rozdělení trhu nebo nákupních zdrojů,

d) tom, že uzavření smlouvy bude vázáno na přijetí dalšího plnění, které věcně ani podle obchodních zvyklostí a zásad poctivého obchodního styku s předmětem smlouvy nesouvisí,

e) uplatnění rozdílných podmínek vůči jednotlivým soutěžitelům při shodném nebo srovnatelném plnění, jimiž jsou někteří soutěžitelé v hospodářské soutěži znevýhodněni,

f) tom, že účastníci dohody nebudou obchodovat či jinak hospodářsky spolupracovat se soutěžiteli, kteří nejsou účastníky dohody, anebo jim budou jinak působit újmu (skupinový bojkot).“

Co se týká sankcí, český zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů tyto vymezuje v § 22 a § 22a, přičemž fyzické osobě za přestupek ve formě bid riggingu může uložit pokutu až do výše 10.000.000 Kč a právnické osobě nebo podnikající fyzické osobě za správní delikt ve formě bid riggingu pokutu až do výše 10.000.000 Kč nebo 10% z čistého obratu dosaženého za poslední ukončené účetní období. Dále podle § 22a odst. 4 může úřad uložit za bid rigging spáchaný v souvislosti se zadávacím řízením nebo uzavíráním smlouvy na plnění veřejných zakázek malého rozsahu spolu s pokutou zákaz plnění veřejných zakázek podle zákona o veřejných zakázkách na dobu 3 let.

Mezi nejvýznamnější české případy odhaleného bid riggingu patří případ veřejné zakázky „Provozování ubytoven u provozních středisek Vojenské ubytovací a stavební správy Litoměřice, a to v rozhodnutí ÚOHS-S159/2009/KD-4325/2010/850, kdy se čtyři z firem ve vzájemné shodě rozhodly podat krycí nabídky.

Za další odhalený případ porušení hospodářské soutěže v souvislosti s plněním veřejné zakázky a tedy bid riggingu lze označit případ OHS-S600/2013/KD-19265/2014/850/KNe, týkající se veřejné zakázky „Vybavení pro požární sport a technické vybavení pro SPŠCH Pardubice“, kdy prostřednictvím vzájemných kontaktů měly být koordinovány jednotlivé dodávky a nabídky.

Jeden z posledních případů v oblasti bid riggingu je také případ narušené hospodářské soutěže na trhu inženýrského stavitelství stavebním společnostem STRABAG, a. s., EUROVIA CS, a. s., SWIETELSKY stavební, s. r. o., M-SILNICEa.s., BERGER BOHEMIA, a. s., SKANSKA, a. s.a Leesostavby Třeboň, a. s., když prostřednictvím kontaktů měly koordinovat účast a nabídky ve výběrových řízení na veřejné zakázky „R4 Mirotice – Třebkov", „Písek – krekonstrukce lokality na Bakalářích – I. Etapa" a „Rekonstrukce Jeronýmovy ulice v Třeboni" pomocí tzv. krycích nabídek.

Zároveň v českém právním řádu lze vysledovat i trestněprávní rovinu bid riggingu, kdy podle okolností případu lze uvažovat na naplnění některé ze skutkové podstaty trestného činu – konkrétně § 248 (porušení předpisů o pravidlech hospodářské soutěže), § 256 (sjednání výhody při zadání veřejné zakázky, při veřejné soutěži a veřejné dražbě) a § 257 (pletichy při zadání veřejné zakázky a při veřejné soutěži) podle zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník. Vyloučena by neměla být ani trestní odpovědnost právnické osoby, podle zákona č. 418/2011 Sb., zákon o trestní odpovědnosti právnických osob a řízení proti nim.

5 Bid rigging a veřejné zakázky

Jak již bylo uvedeno výše, ačkoli je problematika bid riggingu spíše problematikou ochrany hospodářské soutěže, do značné míry zasahuje i do problematiky veřejných zakázek.

Zákon o veřejných zakázkách, a to jak zákon č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů, tak současný, nově účinný zákon č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek obsahuje základní zásady, na základě kterých má veřejný zadavatel povinnost postupovat. Jedná se o zásadu rovného zacházení, zákazu diskriminace a transparentnosti, a to tak, aby v souladu se zákonem o č. 320/2001 Sb., o finanční kontrole poptal co nejhospodárnější, nejefektivnější a nejúčelnější řešení.

V případě, že se ve veřejné zakázce vyskytne bid rigging, pak dojde k popření všech těchto zásad, a právě z tohoto důvodu, oproti evropské právní úpravě, obsahoval (resp. obsahuje) český zákon o zadávání veřejných zakázek ustanovení, která by tento bid rigging měly vyloučit.

Podle § 68 současného zákona o veřejných zakázkách tak např. uchazeč o veřejnou zakázku musí do nabídky v souladu s § 68 zákona č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách, ve znění pozdějších předpisů prohlásit, že neuzavřel a neuzavře zakázanou dohodu podle zvláštního předpisu. V případě, že by uchazeč toto odmítl, mohl by být ze zadávacího řízení vyloučen. Čtenář si však bezpochyby učiní vlastní představu, jakou takové prohlášení může ve skutečnosti mít váhu, a zda je schopno bid riggingu jakkoli zamezit. Zároveň podle § 53 zákona

Obdobně i nový zákon č. 134/2016 o zadávání veřejných zakázek ve svém § 48 uvádí, že zadavatel může vyloučit účastníka zadávacího řízení pro nezpůsobilost, pokud prokáže, že došlo k narušení hospodářské soutěže předchozí účastí účastníka zadávacího řízení při přípravě zadávacího řízení, jiné opatření k nápravě není možné a účastník zadávacího řízení na výzvu zadavatele neprokázal, že k narušení hospodářské soutěže nedošlo.

Zároveň je třeba upozornit, že zadavatel by měl možnému vytváření podmínek pro bid rigging předcházet. Ze svého pohledu se domnívám, že jistou možnost ovlivnění zadávacího řízení lze eliminovat např. důsledným využíváním možností, které zákon o veřejných zakázkách, resp. zákon o zadávacích řízeních umožňuje.

Typickým příkladem může být požadavek zadavatele na složení kauce (resp. bankovní záruky či pojištění záruky). Kauce může být veřejným zadavatelem požadována až do výše 2% z předpokládané hodnoty veřejné zakázky, přičemž tímto požadavkem lze snadno eliminovat bid riggingové metody týkající se stahování nabídek, a následnému odstupování vítězů, kteří nabídli nejnižší nabídkovou cenu, avšak následně bohužel z kapacitních důvodů nemohou veřejnou zakázku realizovat.

6 Závěr

Bid rigging je obecně chápán jako věc, která negativně ovlivňuje hospodářskou soutěž a konkurenční prostředí, a právem je považován za jeden z nejzávažnějších problémů veřejných zakázek při jejich zadávání.

I když v současné době došlo k přijetí nového zákona č. 134/2016 Sb., o zadávání veřejných zakázek, problematika bid riggingu se v tomto zákoně dle mého názoru takřka nepromítla, což vzhledem k závažnosti tohoto

problému je škoda. V novém zákoně se problematice bid riggingu věnuje pouze ustanovení jednoho paragrafu (§ 48), a budeme si tedy znovu muset vystačit s ochranou stanovenou v zákoně č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, a jeho vymezením zakázaných dohod v § 3 odst. 2 tohoto zákona, a s úpravou evropskou.

Na druhou stranu lze ocenit, že i když je pojem bid riggingu stále spíše nepříliš známým pojmem, Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, který v této oblasti provádí kontrolu a dohled (a to jak nad zadáváním veřejných zakázek, tak nad ochranou hospodářské soutěže) se snaží zajišťovat také edukační činnost, a problematiku bid riggingu mezi zadavateli a uchazeči vysvětlovat. To má velký význam a je vhodné v tom pokračovat.

Literature

KINDL, Jiří, MUNKOVÁ, Jindřiška. Část první [Ochrana hospodářské soutěže (§ 1–28)]. In: KINDL, Jiří, MUNKOVÁ, Jindřiška. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže*. 3. vyd. Praha: Nakladatelství C. H. Beck, 2016, s. 2. ISBN 978-80-7400-627-2.

MUNKOVÁ, J., KINDL, J., SVOBODA, P. *Soutěžní právo*. 2. vyd. Praha: C. H. Beck, 2012, s. 232–234

OECD. Pokyny pro boj proti kartelovým dohodám mezi uchazeči o veřejnou zakázku (dále také jako „BID RIGGING“). POKYNY PRO BOJ PROTI KARTELOVÝM DOHODÁM MEZI UCHAZEČI O VEŘEJNOU ZAKÁZKU (DÁLE TAKÉ JAKO „BID RIGGING“. 2009. Dostupné z: http://www.oecd.org/competition/cartels/42886665.pdf

HAJN, P. *Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži*. Brno: Masarykova univerzita, 2000.

SCHUSTER, V., JIRÁK, A. Obchodní a živnostenskoprávní rukověť. Praha, 1911, s. 119.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. 2012. Dostupné z: https://www.uohs.cz/cs/verejne-zakazky/osveta-a-transparentnost-verejnych-zadavatelu/zakazane-dohody-bid-rigging.html

Contact – e-mail

vlastimil.calaba01@upol.cz

Vědecká redakce MU
prof. MUDr. Martin Bareš, Ph.D.; Ing. Radmila Droběnová, Ph.D.;
Mgr. Michaela Hanousková; doc. Mgr. Jana Horáková, Ph.D.;
doc. PhDr. Mgr. Tomáš Janík, Ph.D.; doc. JUDr. Josef Kotásek, Ph.D.;
Mgr. et Mgr. Oldřich Krpec, Ph.D.; prof. PhDr. Petr Macek, CSc.;
PhDr. Alena Mizerová; doc. Ing. Petr Pirožek, Ph.D.;
doc. RNDr. Lubomír Popelínský, Ph.D.; Mgr. David Povolný;
Mgr. Kateřina Sedláčková, Ph.D.; prof. RNDr. David Trunec, CSc.;
prof. MUDr. Anna Vašků, CSc.; Mgr. Iva Zlatušková;
doc. Mgr. Martin Zvonař, Ph.D.

Ediční rada PrF MU
doc. JUDr. Josef Kotásek, Ph.D. (předseda)
prof. JUDr. Josef Bejček, CSc.; prof. JUDr. Jan Hurdík, DrSc.;
doc. JUDr. Věra Kalvodová, Dr.; prof. JUDr. Vladimír Kratochvíl, CSc.;
doc. JUDr. Petr Mrkývka, Ph.D.; doc. JUDr. Radim Polčák, Ph.D.;
prof. JUDr. Petr Průcha, CSc.; doc. JUDr. Markéta Selucká, Ph.D.

DNY PRÁVA 2016 – DAYS OF LAW 2016
Část IV. – Dopad práva Evropské unie na českou regulaci nekalé soutěže a nekalých obchodních praktik

Eds.: JUDr. David Sehnálek, Ph.D., Mgr. Iveta Rohová

Vydala Masarykova univerzita, Žerotínovo nám. 617/9, 601 77 Brno

Spisy Právnické fakulty MU č. 585 (řada teoretická)

1. vydání, 2017

ISBN 978-80-210-8555-8