

Večerková, E.: Nekalá soutěž a reklama (vybrané kapitoly)

MU Brno, 2005, 330 s., 400,- Kč

Karel Marek*

V letošním roce byla v řadě spisů Právnické fakulty MU v Brně pod č. 284 vydána nadepsaná publikace. Eva Večerková, která je pracovnicí brněnské právnické fakulty tak navazuje na rozsáhlé dílo Petra Hajna, který se na problematiku soutěže a reklamy orientuje již řadu let.

Problematika nekalé soutěže a reklamy je v práci členěna do pěti kapitol následujících po pojednání o historických údajích a o vývoji práva nekalé soutěže v českých zemích. V historické partii se ukazuje vývoj tehdy připravované právní úpravy i před obdobím první republiky, tj. v období rakousko-uherské monarchie, úsilí pokračovatelů po vzniku Československé republiky a vyvrcholení všech těchto příprav, tj. přijetí zákona proti nekalé soutěži v r. 1927.

Přijetím prvorepublikového zákona ostatně plní tehdejší ČSR svoje povinnosti vyplývající z Pařížské úmluvy. V historicky orientované kapitole pak nechybí ani stručný přehled příslušné právní úpravy z období socialisticky orientovaného Československa, tj. ustanovení § 352 občanského zákoníku z r. 1950 a ustanovení § 119 a násl. Hospodářského zákoníku z r. 1964. Autorka přitom za nejdůležitější dosavadní právní úpravy na našem území považuje prvorepublikový zákon a současný obchodní zákoník.

Kapitolu věnovanou právu nekalé soutěže člení autorka na pojednání věnovaná pojmu, subjektům, tzv. generální klauzuli a právním prostředkům ochrany proti nekalé soutěži.

Následující kapitoly jsou orientovány na právní úpravu reklamy obecně, na regulaci reklamy a na právní úpravu klamavé reklamy v nekalé soutěži.

Samostatnou kapitolu přitom tvoří kapitola nadepsaná K právní úpravě srovnávací reklamy v nekalé soutěži a cenné je, že knížku – kromě závěru celkového – završují i závěry s návrhy de lege ferenda k úpravě reklamy. Jedná se o závěry

- k základnímu ustanovení nekalé soutěže
- ke klamavé reklamě

- ke srovnávací reklamě
- k právním prostředkům ochrany.

Lze říci, že o jednotlivých otázkách pojednává E. Večerková systematicky a práci vhodně strukturuje.

V kapitole o právu nekalé soutěže probíhá zkoumání daných veličin vždy ve třech rovinách, a to

- v obecném rámci daném Pařížskou úmluvou
- dále podle ustanovení prvorepublikového zákona proti nekalé soutěži, který z tohoto rámce vycházel,
- posléze podle platných ustanovení obchodního zákoníku.

Použijme nyní výstižná slova autorky: V obchodněprávním pojetí nekalé soutěže je poukázáno na některé problémy vyplývající ze „zmodernizované“ úpravy nekalé soutěže a také na to, že „nové“ neznamená vždy „lepší“.

Třetí kapitola o reklamě začíná obecným vymezením pojmu „reklama“ a „nedovolená reklama“ a posléze se zaměřuje na regulaci reklamy právem, a to zejména veřejnoprávními předpisy, a na etickou samoregulaci. Jak vyplývá ze slov E. Večerkové, jde o velmi rozsáhlou problematiku, ke které bylo možno podat jen základní rozbor.

Při zpracování třetí, čtvrté a páté kapitoly je zde volen jiný způsob členění než u částí předchozích.

Důvodem je existující evropská úprava nekalosoutěžní reklamy směrnici č. 84/450/EHS ve znění směrnice 97/55/ES o klamavé a srovnávací reklamě. Těmto směrnícím by měla odpovídat naše transponovaná právní úprava. Vzhledem k zaměření evropské úpravy zde byly pro právní rozbor zvoleny pouze klamavá a srovnávací reklama. Nejde přitom jen o popis, ale z provedeného rozboru jsou zřejmé existující problémy.

* Doc. JUDr. Karel Marek, CSc., Katedra obchodního práva Právnické fakulty Masarykovy univerzity, Brno

Právě z poukázání na rozdílnou či shodnou dikci ustanovení našeho obchodního zákoníku a úpravy ES, plyne potřeba k realizaci námětů de lege ferenda. Zkoumání je přitom provedeno kriticky a návrhy jsou přesvědčivé.

Například k ustanovení § 53 a 54 obchodního zákoníku autorka navrhuje, že by bylo zapotřebí zřetelně a jmenovitě uvést, které osoby jsou oprávněny uplatnit konkrétní žalobní nároky (vč. uvedení rozsahu – zda všechny nároky nebo jen některé) a v jakých případech nekalé soutěže (zda ve všech nebo jen některých).

Stojí přitom za úvahu, zda by tyto závěry své práce (s. 311–319 publikace) s návrhy de lege ferenda např. k ustanovení § 53 a 54 obchodního zákoníku neměla přitom (s odkazem na recenzovanou publikaci) autorka publikovat i časopisecky. To se nám jeví vhodné k doporučení. Výsledky přínosné práce autorky by tak získaly ještě širší okruh čtenářů.

Celkově můžeme dílo E. Večerkové hodnotit jako velmi pečlivě zpracované, výborně dokumentované prameny a přesvědčivě argumentované, které nemá jen pomíjivou hodnotu.