



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK

JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl předsedkyní senátu JUDr. Zuzanou Čížkovou ve věci žalobce HENKEL ČR, spol. s r.o., IČO 15889858, se sídlem v Praze 7, U průhonu 10, zastoupeného JUDr. Karlem Čermákem jr., Ph.D., LL.M., advokátem, se sídlem v Praze 5, Smíchov, Elišky Peškové 735/15, proti žalovanému MediaCom Praha s.r.o., IČO 25149962, se sídlem v Praze 1, Nové Město, Opletalova 1015/55, zastoupenému JUDr. Marinou Machytkovou, advokátkou, se sídlem v Praze 1, Staré Město, Dlouhá 705/16, o ochranu před nekalosoutěžním jednáním,

**t a k t o :**

I. Žaloba o uložení povinnosti žalovanému zdržet se zadávání k šíření reklamy na výrobek ARIEL 3in1 PODS obsahující slovní sdělení: „Nejlepší gelové kapsle proti skvrnám.“ a vizuální prvky



se zamítá.

II. Žalobce je povinen nahradit žalovanému náklady řízení Kč 18.424,- k rukám JUDr. Mariny Machytkové, a to do tří dnů od právní moci rozsudku.

### Odůvodnění:

Žalobce se domáhal vydání rozhodnutí uvedeného ve výroku tohoto rozsudku. V odůvodnění žaloby uvedl, že je dlouhodobě přítomen na trhu prostředků na praní prádla v automatických pračkách prostřednictvím výrobků prodávaných pod značkou „PERSIL“. Jednou z variant přípravku jsou i gelové kapsle PERSIL DUO-CAPS, uváděné v několika variantách lišících se odlišnou vůní a například tím, zda jsou určeny pro praní bílého nebo barevného prádla.



Dne 18. července 2015 se začala v České republice šířit televizní reklama na přípravek ARIEL 3in1 Pods, jejímž zadavatelem je žalovaný. Distributorem tohoto výrobku je Procter & Gamble Czech Republic s.r.o., přímý konkurent žalobce na trhu v České republice. Výrobek ARIEL je přímo substituovatelný výrobkem PERSIL žalobce. Spotřebitel, který chce vyprat prádlo, si může zvolit jeden výrobek nebo druhý.



Jedná se o reklamu srovnávací, která nepřímou identifikuje výrobek žalovaného. V reklamě se objevuje vyobrazení dvou praček, kdy na jedné je umístěn výrobek ARIEL a na druhé výrobek označený jako „prémiový plně gelový přípravek“.



Ve 22 sekundě se zobrazí vizuální zobrazení:



Ženský hlas ve 25 sekundě reklamy říká: „Ariel. Nejlepší gelové kapsle proti skvrnám“. Ve 26 sekundě se zobrazí vizuální zobrazení:



Žalovaný je ad hoc soutěžitelem žalobce na trhu s prostředky na praní prádla v ČR. Reklama žalovaného je klamavá, a proto je nepřipustná. Reklama hovoří o „prémiovém plně gelovém přípravku“. Výrobek PERSIL Duo-Caps spadá do této definice. Na trhu se vyskytuje výrobek LANZA, který není běžně dostupný, zatímco výrobky Persil a Ariel jsou nabízeny v každé prodejně s drogistickým zbožím. Na trhu jsou také nabízeny výrobky, které nejsou prémiové, např. gelové kapsle Tesco. I pokud by výrobek PERSIL nebyl jediným prémiovým výrobkem, byl by žalobce oprávněn se proti reklamě bránit. Reklama nemusí označovat žalobce či jeho výrobek přímo. Postačí, že se jedná o reklamu srovnávací.

Reklama tvrdí, že srovnává účinnost výrobků na praní prádla. Uzavírá, že na základě provedených zkoušek jsou výrobky ARIEL 3in1 Pods „nejlepší gelové kapsle proti skvrnám“. Provedené zkoušky však nejsou reprezentativní. Zaměřují se na dvě skupiny znečištění z celkových 14-ti a není tedy možné na jejich základě bezpečně usuzovat (extrapolovat) na účinnost obecně. Uvedení německé vlaječky v závěru reklamy navozuje dojem, že výrobek má spojitost s Německem, nejpravděpodobněji, že tam byl vyroben, a je proto kvalitní. Výrobek ARIEL není vyráběn v Německu, a drobný text, který se k použití vlaječky vztahuje, není možné přečíst a zpracovat při jednom zhlédnutí reklamy.

Jednání žalovaného spadá do generální klauzule dle ust. § 2976 občanského zákoníku (dále jen „o. z.“). Jeho jednáním dochází též k naplnění skutkové podstaty podle ust. § 2980 o. z. a skutkových podstat klamavé reklamy, klamavého označení výrobku a zlehčování.

Žalovaný v písemném vyjádření k žalobě uvedl, že je reklamní agenturou. Není ve vztahu ke svým klientům odpovědný ani za kvalitu jejich produktů a služeb, ani za způsob její prezentace z pohledu práva na ochranu před nekalosoutěžním jednáním. To je z podstaty obchodních vztahů věcí klientů - producentů, poskytovatelů služeb apod. Žalovaný se totiž nezabývá vytvářením obsahu reklamy a nemá ani konkrétní informaci o obsahu reklamy objednávané klienty. Zabývá se výhradně sjednáváním obchodních podmínek reklamy, a to tak, že se podílí na tvorbě především dodacích a cenových podmínek pro realizaci reklamy svých klientů coby objednatelů, resp. zadavatelů reklamy, u poskytovatelů reklamního prostoru (převážně tištěných a internetových médií, televize a rozhlasu). Je tudíž pouze prostředníkem mezi reálným zadavatelem reklamy a poskytovatelem reklamního plnění (médiem), přičemž sjednává reklamu služeb a výrobků třetích osob. Subjektem výlučně odpovědným za obsahovou stránku reklamy je klient - objednatel (zadavatel) služeb. Objednatelem a klientem žalovaného není společnost Procter & Gamble Czech Republic s.r.o. Žalovaný poskytl reklamní služby objednávkou reklamy na příslušný výrobek „ARIEL 3in1 PODS“ v rámci vysílání na televizní stanici Nova a dalších stanicích patřících do vysílacího portfolia společnosti CET 21 spol. s r.o., tj. Nova Cinema, TV Fanda a Smíchov. Na základě pokynu klienta žalovaný dne 4. února 2016 v 10 hod. 04 min udělil pokyn CET 21 spol. s r.o. k ukončení šíření reklamy. Poslední vysílání reklamy bylo dne 3. února 2016 v 21 hod. a 53 min., tj. ještě před nařízením předběžného opatření. Dne 8. února 2016 bylo ukončeno vysílání na jiných televizních kanálech vlastněných soukromými subjekty. Žalovaný nesouhlasil s tvrzením žalobce, že předmětná televizní reklama byla srovnávací reklamou, která nepřímo identifikovala výrobek žalobce PERSIL Duo-Caps. Nesouhlasil ani s tvrzením žalobce, že se jednalo o klamavou reklamu. Použití reklamního sloganu „nejlepší gelové kapsle proti skvrnám“ je zcela adekvátní a odpovídá běžné hospodářské soutěži a zavedené praxi. V případě předmětné televizní reklamy se nejednalo o klamavé označení výrobku. Navrhl zamítnutí žaloby.

Před zahájením řízení ve věci samé podal žalobce návrh na nařízení předběžného opatření. Usnesením ze dne 10. února 2016, č.j. 2 Nc 1019/2016-52 uložil soud žalovanému povinnost zdržet se zadávání k šíření reklamy na výrobek ARIEL 3in1 PODS obsahující slovní sdělení: „Nejlepší gelové kapsle proti skvrnám.“ a vizuální prvky



a

(výrok I.)

a zajistit ukončení šíření již objednané reklamy na výrobek ARIEL 3in1 PODS obsahující slovní sdělení a vizuální prvky uvedené ve výroku I. (výrok II.). K odvolání žalovaného Vrchní soud v Praze usnesením ze dne 31. října 2016, č.j. 3Cmo 78/2016-188 usnesení zdejšího soudu změnil tak, že návrh na nařízení předběžného opatření, aby odpůrci byla uložena povinnost zdržet se zadávání k šíření reklamy na výrobek ARIEL 3in1 PODS obsahující slovní sdělení „Nejlepší gelové kapsle proti skvrnám“ a vizuální prvky dle vyobrazení, jež jsou součástí výroku I., zajistit do dvou dnů od doručení tohoto usnesení ukončení šíření již objednané reklamy na výrobek ARIEL 3in 1 PODS, obsahující slovní sdělení „Nejlepší gelové kapsle proti skvrnám“ a vizuální prvky dle vyobrazení, jež jsou součástí výroku II., se zamítá.

Provedenými listinnými důkazy byly soudem zjištěny níže uvedené skutečnosti.

Žalobce přehledem vysílání ode dne 1. ledna 2015 do dne 30. ledna 2016, vypracovaného společností MEC Czech s.r.o., prokázal, že na různých televizních stanicích byla vysílána reklama „Nejlepší gelové kapsle proti skvrnám“. Mezi těmito televizními stanicemi jsou i Nova, Nova Cinema, TV Fanda a Smíchov. Dopisem společnosti CET 21 spol. s r.o. ze dne 29. ledna 2016 bylo prokázáno, že zadavatelem žalobcem napadené reklamy byl žalovaný. Osoba zpracovatele nebyla společností CET 21 spol. s r.o. známa. CD nosičem, obsahujícím i žalobcem napadenou reklamu, byla prokázána tvrzení (obsah) žalobce uvedená výše, tj. znění reklamy na výrobek ARIEL 3in1 Pods.

Na základě provedeného dokazování dospěl soud k závěru, že žaloba není důvodná.

Vrchní soud v Praze ve shora uvedeném usnesení v odůvodnění uvedl: „Odvolací soud však na rozdíl od soudu prvního stupně dospěl k závěru, že v daném případě pro nařízení navrženého předběžného opatření nebyly splněny předpoklady podle ust. § 75c odst. 1 o. s. ř., tedy nebyly osvědčeny skutečnosti, které jsou rozhodující pro uložení povinnosti předběžným opatřením. Podle odvolacího soudu nelze mít za osvědčené, že by jednání odpůrce bylo se značnou mírou pravděpodobnosti v řízení ve věci samé posouzeno jako nekalá soutěž. Vzhledem k tomu, že se navrhovatel předběžným opatřením domáhal uložení povinnosti odpůrci zajistit ukončení reklamy na výrobek ARIEL 3in 1 Pods s reklamním sdělením „nejlepší gelové kapsle proti skvrnám“ a s vizuálními prvky obsaženými ve výrocih I. a II., pak nebylo-li osvědčeno, že by popsáné jednání odpůrce, který není ani výrobce ani distributor pracích prostředků, není ani zadavatelem reklamy, ale pouze objednával reklamu k vysílání na televizních stanicích popsáných v návrhu, mohlo být v řízení ve věci samé posouzeno jako nekalá soutěž, nelze mu takovou povinnost uložit. Podle odvolacího soudu jde o superlativní reklamu, ostatně takovou používá ve svých reklamních kampaních i navrhovatel, který ostatně není jediným výrobcem a distributorem prémiových zcela gelových kapslí a jehož výrobek v reklamě, kterou objednal odpůrce, není ani označen. Odvolací soud má dále za to, že v daném případě nebyla splněna ani podmínka nezbytnosti zatímní úpravy poměrů účastníků. V době podání návrhu na nařízení předběžného opatření již byla reklama ukončena.

Podle ust. § 1 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, 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,1a) pokud není dále stanoveno jinak.

Osoba, která si objednala zpracování neboli vytvoření reklamy v určité podobě, je považována za „zadavatele“ této reklamy. „Zpracovatelem“ reklamy je subjekt, který reklamu vytvořil, resp. zpracoval návrh a konečnou podobu reklamy. Reklamu rozšiřuje osoba „šířitele“ např. prostřednictvím televize. Uvedené osoby mohou při realizaci reklamy působit samostatně, ale také společně.

V projednávané věci nebyl žalovaný ani zadavatelem, ani zpracovatelem, ani šířitelem žalobcem napadené reklamy.

Za srovnávací reklamu se považuje jakákoliv reklama, která výslovně nebo i nepřímo identifikuje jiného soutěžitele anebo zboží nebo služby nabízené jiným soutěžitelem. Reklamní praxe zná několik typů srovnávací reklamy. Konkrétně se jedná o srovnávací reklamu superlativní, v níž nejde o srovnání s konkurencí, ale obecné reklamní přehánění (např. s uvedením „nejoblíbenější“); vnitřní, v níž jde o srovnání vlastních produktů a služeb; s předchozím stavem, v němž jde o srovnání se stavem před prodejem produktu nebo poskytnutím služby; se stavem techniky, v níž jde o obecné či konkrétní porovnání s vývojem techniky v daném oboru; s konkurenčními produkty či službami, v níž musí být splněny všechny podmínky pro srovnání. Reklamu nelze omezovat tak, aby se stala nemožnou, což znamená, že v reklamě je povolena nadsázka a pro tzv. superlativní reklamu (uváděnou zpravidla adjektivy jako např. „nejlevnější“, „nejlepší“, „největší“, „milionkrát ověřeno“, apod.) je typické reklamní přehánění. Superlativní reklama je povolena a nepředstavuje jednání nekalé soutěže, pokud má formu obvyklého přehánění.

V projednávané věci je soud vázán právním názorem Vrchního soudu v Praze, projeveným ve výše uvedeném usnesení, a od tohoto právního názoru nemá žádného důvodu se odchýlit. Superlativní reklama neodporuje pravidlům řádné soutěže, pokud se v ní operuje hodnotovými úsudky a pokud se nedotýká vymezeného a snadno určitelného okruhu spotřebitelů. Žalobcem napadená reklama není adresná. Průměrný spotřebitel není nadsazeným tvrzením „Nejlepší gelové kapsle proti skvrnám“ žádným způsobem „sveden“ a je schopen rozpoznat v předmětném reklamním sporu nadsázku, přičemž uvedený slogan nevnímá izolovaně. Soud je toho názoru, že v žalobcem napadeném reklamním spotu není přítomna „hrozba“ oklamání spotřebitele, která by jej mohla svést k tomu, aby nekupoval výrobky žalobce.

Podle ust. § 2976 odst. 1 o. z., kdo se dostane v hospodářském styku do rozporu s dobrými mravy soutěže jednáním způsobilým přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům, dopustí se nekalé soutěže. Nekalá soutěž se zakazuje.

Soud je toho názoru, že v projednávané věci nebyly kumulativně splněny podmínky generální klauzule nekalé soutěže. V řízení prokázané jednání žalovaného (objednání vysílání reklamního spotu v televizi) nelze posuzovat podle práva proti nekalé soutěži, neboť v jeho jednání chybí především soutěžní moment (soutěžní orientace). Žalovaný nebyl zadavatelem, zpracovatelem, anebo šířitelem žalobcem napadené reklamy, pouze objednal její vysílání na televizních stanicích. Soud je tudíž toho názoru, že jeho jednání nebylo jednáním nekalosoutěžním, které se zakazuje. Navíc, jak uvedl odvolací soud, v dané věci jde o superlativní reklamu, v níž není výrobek žalobce ani označen a k ukončení jejího vysílání v televizi došlo ještě před podáním návrhu žalobce na nařízení předběžného opatření.

S ohledem na výše uvedené nehodnotil soud ostatní, v řízení provedené, neboť nebyly, podle jeho názoru, pro posouzení věci rozhodné.

Ze shora uvedených důvodů soud žalobu v celém rozsahu jako nedůvodnou zamítl.

Výrok o náhradě nákladů řízení je odůvodněn ust. § 142 odst. 1 o.s.ř. a bylo o nich rozhodnuto podle úspěchu účastníka ve věci. Náklady řízení žalovaného Kč 18.424,- sestávají ze soudního poplatku Kč 1.000,- za odvolání proti usnesení o nařízení předběžného opatření ve věci sp. zn. 2Nc 1019/2016, z odměny Kč 12.000,- za osm úkonů právní služby po Kč 1.500,- podle ust. § 9 odst. 1, ust. § 11 odst. 1 písm. a), d), g) a j) vyhlášky č. 177/1996 Sb., o odměnách advokátů a náhradách advokátů za poskytování právních služeb (převzetí věci, odvolání proti usnesení o nařízení předběžného opatření, písemné vyjádření k žalobě ze dne 13. dubna 2016, 5. srpna 2016 a 26. října 2016, účast na jednání dne 4. října 2016, 3. listopadu 2016 a 29. listopadu 2016), z osmi náhrad hotových výdajů po Kč 300,- podle ust. § 13 odst. 3 citované vyhlášky a z 21 % DPH ve výši Kč 3.024,- podle ust. § 137 o.s.ř. Platební místo bylo určeno podle ust. § 149 odst. 1 o.s.ř.

**P o u ě n í :** Proti tomuto usnesení lze podat odvolání do 15 dnů ode dne doručení k Vrchnímu soudu v Praze prostřednictvím zdejšího soudu.

Nebude-li povinnost uložená tímto rozsudkem splněna dobrovolně, lze navrhnout soudní výkon rozhodnutí.

V Praze dne 8. prosince 2016

JUDr. Zuzana Čížková, v.r.  
předsedkyně senátu

Za správnost:  
Kettnerová