

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

# Nekalá soutěž: Když se byznys nehraje čistě

Když podnikatelé hrají podle pravidel, soutěž na trhu je zdravá, férová a prospěšná pro všechny – firmy i zákazníky. Co se ale stane, když někdo pravidla poruší a snaží se prosadit nečistými praktikami? Právě tehdy vstupuje na scénu pojem nekalá soutěž. V tomto třídílném seriálu se na ni podíváme blíže. V prvním článku nabídneme základní orientaci v problematice nekalé soutěže a přiblížíme nejčastější praktiky, které zákon zakazuje, respektive označuje jako nekalosoutěžní jednání. Druhý díl se zaměří na stále častější jev – přetahování zaměstnanců mezi konkurenčními firmami. A ve třetím shrneme nejzajímavější aktuality, soudní rozhodnutí a trendy, které touto oblastí v poslední době hýbou.

## Co je to nekalá soutěž?

Obecné vymezení nekalé soutěže je uvedeno v § 2976 odst. 1 občanského zákoníku. Tato takzvaná generální klauzule nekalé soutěže stanoví tři podmínky, které musí být splněny kumulativně, aby bylo možné určité jednání považovat za nekalosoutěžní. Podle první podmínky musí jednání probíhat v hospodářském styku, tedy v oblasti zahrnující všechny činnosti, vztahy a vazby, jejichž cílem je uspokojení potřeb, pokud jejich pohnutkou je dosažení vlastního či cizího hospodářského prospěchu.<sup>[1]</sup> Dále musí být jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže a současně musí být splněna poslední podmínka, tedy že jednání musí být způsobilé přivodit újmu, ať už majetkovou či nemajetkovou<sup>[2]</sup>, jiným soutěžitelům nebo zákazníkům. Posouzení naplnění těchto kritérií pak vždy náleží výlučně soudu, jelikož se jedná o otázku právní, nikoliv skutkovou.<sup>[3]</sup> Nekalosoutěžní jednání je ex lege zakázané a nehraje roli, zda se jej jednajícím osoba dopustila úmyslně či pouze v důsledku nedbalosti.<sup>[4]</sup>

K vymezení nekalé soutěže je potřeba doplnit a rovněž se zabývat pojmem soutěžitel, který je adresátem popsané regulace. Za soutěžitele je podle definice převzaté z § 2972 občanského zákoníku označen ten, „kdo se účastní hospodářské soutěže“. I přesto, že pojmově je v případě zneužití a omezení soutěže pracováno s termínem „hospodářská soutěž“ a účastí na takové soutěži, a v případě nekalé soutěže s pojmem „hospodářský styk“, nejedná se o pojmy s ohledem na jejich skutkové vymezení příliš rozdílné. I přesto, že se jedná o definiční určení velice široké, lze pro účely tohoto článku a nejčastěji dovozované případy za adresáty této právní regulace považovat subjekty, jejichž jednání je způsobilé soutěž ovlivnit, a to zejména konkurenční vztahy soutěžitelů navzájem či vůči jiným subjektům, působícím na trhu. Nekalosoutěžní jednání je ze své povahy ohrožujícím deliktem, kdy pro založení právní odpovědnosti postačí pouze ohrozit zájem chráněný zákonem.

## Proč je nezbytné nekalou soutěž regulovat?

Zákaz nekalé soutěže vychází z potřeby zajistit spravedlivé a transparentní podnikatelské prostředí, kde mají všichni soutěžitelé rovné podmínky k uplatnění svých schopností. Nekalosoutěžní jednání může způsobit újmu nejen soutěžitelům, ale i zákazníkům a samotnému trhu, který může v případě absence regulace deformovat. Zákaz nekalé soutěže

tedy není samoučelný, ale sleduje širší cíl - zachování integrity hospodářské soutěže jako jednoho z pilířů fungujícího právního státu a tržní ekonomiky.

## **Zákonem explicitně uvedené formy nekalé soutěže**

Nekalá soutěž může mít mnoho forem. Zákon uvádí jako příklad deset případů jednání<sup>[5]</sup>, které jsou považovány za nekalosoutěžní. Dále si je představíme v nejtypičtějším formách jednání, jak jsou praxí dovozována. Cílem tohoto pojednání je přiblížit tato jednání běžné praxi, nikoli analyzovat veškeré možné nuance takového jednání:

### **1. Klamavá reklama**

Jde o reklamu, která uvádí spotřebitele nebo jiné soutěžitele v omyl. Může se jednat o lživé údaje o vlastnostech výrobku, jeho ceně, původu, slevách apod. Typickým příkladem je situace, kdy výrobce tvrdí, že jeho produkt je z hlediska některé vlastnosti či povahy výjimečný, přestože to není ničím podloženo. Tato informace je tak šířena s cílem klamat zájemce o tento produkt (službu) za účelem zvýšení jeho atraktivity u zákazníků či mu přiznat výhodu nebo vlastnost, kterou nemá.

### **2. Klamavé označování zboží a služeb**

Tato skutková podstata bude naplněna, pokud soutěžitel použije označení, které je způsobilé vyvolat mylnou domněnku, že jím označené zboží nebo služby pocházejí z určité oblasti nebo od určitého výrobce, nebo že vykazují zvláštní charakteristické znaky. Jinými slovy, jde o situaci, kdy je zboží nebo služba označena tak, aby oklamala spotřebitele ohledně jejich původu, kvality, nebo složení.

### **3. Vyvolávání nebezpečí záměny**

Toto nekalosoutěžní jednání nastává, pokud soutěžitel použije označení, které je natolik podobné již zavedenému, že to může vést k oklamání spotřebitelů a k mylné domněnce, že zboží nebo služby pocházejí od stejného výrobce nebo že mezi nimi existuje nějaké propojení. Jde obvykle o situace, kdy se soutěžitel "přiživuje" na dobrém jméně a pověsti zavedené značky. Příkladem takového jednání může být použití podobného loga, názvu produktu, případně designu obalu, který je zaměnitelný s originálem. Uvedené jednání, společně s klamavou reklamou či klamavým označením zboží a služeb, je jedním z nejtypičtějším projevů nekalosoutěžní praxe, se kterou se setkáváme.

### **4. Parazitování na pověsti**

Tato forma nekalé soutěže nastává, když se soutěžitel neoprávněně „přiživuje“ na reputaci, prestiži a důvěře, kterou si jiný soutěžitel vybudoval. To se může projevat například prodejem podřadných napodobenin s použitím podobné značky nebo designu, aby se vyvolala mylná představa, že jde o stejně kvalitní produkt, čímž dochází k parazitování na investicích a úsilí původního soutěžitele. Cílem je získat nezaslouženou výhodu na trhu a profitovat z goodwillu, který nepatří jemu, ale někomu jinému.

### **5. Podplácení**

Podplácení je definováno jako přímé či nepřímé nabídnutí, slíbení nebo poskytnutí úplatku anebo výhody členovi orgánu, zaměstnanci nebo zástupci jiného soutěžitele s cílem získat neoprávněnou výhodu na úkor konkurence. V praxi jde o jednání, kdy jeden podnikatel nabídne peníze, dary nebo jiné výhody klíčové osobě u konkurence, aby získal neveřejné

informace, ovlivnil rozhodování, anebo jinak zasáhl do její obchodní činnosti. Stejně tak je za podplácení označeno i jednání, kdy uvedené osoby o poskytnutí takové výhody či úplatku žádají.

## **6. Zlehčování**

V případě této formy nekalosoutěžního jednání jde zjednodušeně řečeno o pomluvu konkurence. Konkrétně se může jednat o šíření nepravdivých informací o kvalitě výrobků, finanční situaci konkurenčního soutěžitele či o jeho obchodní pověsti, a to s úmyslem poškodit ho či jeho produkty na trhu. Může jít například o tvrzení, že výrobky konkurence jsou nebezpečné nebo nekvalitní, i když tomu tak není.

## **7. Srovnávací reklama**

Srovnávací reklama je zásadně přípustná, pokud jejímu adresátovi umožňuje objektivní porovnání zboží nebo služeb stejného druhu na základě ověřitelných a relevantních vlastností, například ceny či kvality. Nepřípustnou se stává tehdy, pokud je klamavá. Tedy porovnává výrobky nebo služby nesrovnatelné povahy, zlehčuje či poškozují dobré jméno soutěžitele, neoprávněně těží z jeho pověsti nebo představuje zboží jako napodobeninu chráněného označení či známky. Podstatou nedovolené srovnávací reklamy tedy není samotné porovnání, ale jeho nepoctivá forma, která soutěžní prostředí narušuje místo toho, aby přispívala k informovanosti spotřebitele.

## **8. Porušení obchodního tajemství**

Porušení obchodního tajemství představuje nekalosoutěžní jednání, jehož podstatou je neoprávněné získání, zpřístupnění či využití skutečností tvořících obchodní tajemství soutěžitele. Obchodním tajemstvím se rozumí informace podnikatelské povahy, které mají skutečnou nebo alespoň potenciální hospodářskou hodnotu, nejsou běžně dostupné a jejich nositel zajišťuje jejich utajení (tedy je adekvátním způsobem chrání). K porušení dochází například tehdy, když soutěžitel získá důvěrné technologické postupy, databáze zákazníků nebo cenové strategie a know-how jiného podnikatele a použije je k vlastnímu prospěchu či ke škodě konkurenta.

## **9. Dotěrné obtěžování a nátlak**

Dotěrné obtěžování je nekalosoutěžní jednání spočívající v nevyžádaném a opakovaném oslovování spotřebitelů či jiných osob způsobem, který je svou intenzitou nebo četností nevhodný. Typicky jde o neustálé telefonáty, zasílání nevyžádaných zpráv či jiné formy agresivní reklamy, které přes zjevný nezájem adresáta, narušují jeho rozhodovací svobodu a vytvářejí neférové soutěžní prostředí.

## **10. Ohrožení zdraví a životního prostředí** Trestný čin porušení předpisů o pravidlech hospodářské soutěže

Ohrožení zdraví nebo životního prostředí je další z druhů nekalosoutěžního jednání spočívající zejména v provozování výroby či uvádění na trh zboží a služeb, které svou povahou nebo způsobem nabídky představují riziko pro zdraví lidí či životní prostředí, čímž takový soutěžitel neoprávněně modifikuje podmínky hospodářské soutěže. Soutěžitel tak získává výhodu prostřednictvím nebezpečných a zakázaných praktik, jež narušují férovou soutěž i veřejný zájem na ochraně zdraví a životního prostředí.

**Zákonem explicitně neuvedené formy nekalé soutěže**[\[6\]](#)

Výše uvedené konkrétní příklady forem nekalosoutěžního jednání pomohou ilustrovat nejběžnější praktiky a lépe je propojit s odpovídající právní normou. Pokud však nespatřujeme v závadném jednání soutěžitele podobnost s žádnou vyjmenovanou formou, neznamená to, že jednání nemůže být nekalosoutěžní. Primárním korektivem je totiž již zmíněná generální klauzule, jež umožňuje kvalifikovat jako nekalosoutěžní jednání i takové jednání, které není obsaženo v demonstrativním výčtu skutkových podstat nekalé soutěže uvedeném v § 2976 odst. 2 občanského zákoníku.<sup>[7]</sup> V průběhu let se tak prostřednictvím ustálených soudních rozhodnutí vyvinuly tzv. nepojmenované skutkové podstaty nekalé soutěže (někdy též alternativně nazývány soudcovské). K doplnění je pak nutné uvést, že nekalosoutěžní praktikou může být i uvedení informace pravdivé či pojmově správné, která je ovšem způsobilá klamat či uvést v omyl s ohledem na povahu její prezentace či s přihlédnutím k okolnostem jejího zveřejnění (srov. k tomu § 2979 občanského zákoníku).

Tyto skutkové podstaty lze rozdělit do tří základních kategorií.

### **1. Porušení norem veřejného nebo soukromého práva se soutěžním dopadem**

Jedná se takové jednání, při kterém dojde k porušení právních předpisů, kvůli němuž nabude rušitel takové výhody, které by v případě, že by k porušení nedošlo, nemohl získat. Tato nepojmenovaná skutková podstata může mít mnoho podob. Jako příklady lze uvést neoprávněné získání veřejné podpory v důsledku uvedení nepravdivých informací v žádosti o tuto podporu či podprahovou reklamu v televizním vysílání. Tento rozměr je poté určen fakticky dvojí ochranou hospodářské soutěže, a to jednak postihem nekalosoutěžního jednání v rámci privátního, deliktního jednání (typicky mezi dvěma tržními konkurenty) a dále ochranou veřejnou, která protektivně cílí na ochranu hospodářské soutěže jako takové. Případy na pomezí obou chráněných zájmů spadají právě do této kategorie nekalosoutěžního jednání.

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

Tato kategorie nepojmenovaných podstat obsahuje taková jednání, která sice přímo nenaplňují znaky výše uvedených, zákonem definovaných skutkových podstat, ale výrazně se jim přibližují. Jedná se například o zneužití jiných vnitřních informací než obchodního tajemství nebo třeba zneužití doménových jmen, tzv. cybersquatting.

### **3. Ostatní jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže**

Poslední skupina zahrnuje jednání, která nelze zařadit ani do jedné z předcházejících skupin, jsou však stále v rozporu s dobrými mravy soutěže. Do této skupiny bývají řazeny kupříkladu nedovolené formy marketingu, jako jsou nepovolené varianty guerilla marketingu, ambush marketing nebo buzzmarketing. Důležitým a stále více objevujícím jevem spadajícím do této oblasti je přetahování zaměstnanců nebo zákazníků od konkurence. Této formě nekalé soutěže se bude podrobněji věnovat druhý díl série.

### **Jak se bránit proti nekalé soutěži?**

Pokud má osoba podezření, že je obětí nekalé soutěže, může se bránit několika způsoby:

- **Předběžným opatřením** - jímž lze požadovat okamžitý zásah proti nekalosoutěžnímu jednání, pokud je nutné zatímco upravit poměry účastníků či by mohl být ohrožen výkon meritorního rozhodnutí, a to zejména, nikoli výlučně nárokem na okamžité zdržení se takového nekalosoutěžního jednání s navazujícím podáním žaloby, jak je

uvedeno dále.

- **Občanskoprávní žalobou** - jejím prostřednictvím může požadovat, aby škůdce upustil od nekalého jednání, odstranil závadný stav, poskytl přiměřené zadostiučinění, náhradu škody či vydal bezdůvodné obohacení (tyto nároky lze požadovat i společně).[\[8\]](#)
- **Návrhem k Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS)** - ten může prošetřit porušení pravidel soutěže, zejména pokud má širší dopad na trh (např. zavádění cenových praktik s dopadem na celý trh).[\[9\]](#)
- **Podáním trestního oznámení** - v případě překročení intenzity protiprávnosti a závadnosti může nekalosoutěžní jednání založit i trestněprávní odpovědnost rušitele.[\[10\]](#)
- **Podáním jiných podnětů** - s ohledem na povahu nekalosoutěžního jednání, které může být dílem i porušením veřejně vymáhané regulace takového chování, tedy deliktem s dopadem na spotřebitele, je možné v této souvislosti oslovit i dotčené orgány, které regulují dané činnosti (např. Českou obchodní inspekci, živnostenský úřad, aj.).

## Závěr:

Nekalá soutěž představuje závažný problém pro podnikatelské prostředí. Právní regulace této problematiky je klíčová pro udržení rovné soutěže a integrity trhu. Český právní řád nabízí - díky široce formulované úpravě nekalosoutěžního jednání a různým možnostem právních prostředků - k obraně poměrně dobře fungující systém zamezení takovému jednání. I tak je ale třeba doporučit všem podnikatelům, aby byli obezřetní a dbali na dodržování pravidel. Tím nejen ochrání vlastní reputaci, ale zároveň přispějí k etickému a zdravému rozvoji tržní ekonomiky.



**JUDr. Petr Syrovátko, LL.M., Ph.D.**

Advokát / Counsel



**Mgr. Eliška Vyskočilová**

Advokátní koncipient / Junior Lawyer



**Mgr. Bc. Adam Krajiček**  
Advokátní koncipient / Junior Lawyer

**ROWAN<sup>®</sup>**  
**LEGAL**

ROWAN LEGAL, advokátní kancelář s.r.o.

GEMINI Center  
Na Pankráci 1683/127  
140 00 Praha 4

Tel.: +420 224 216 212  
Fax: +420 224 215 823  
e-mail: [paha@rowan.legal](mailto:paha@rowan.legal)

---

[1] Výtisk M. in Petrov a spol - Občanský zákoník, 2. vydání (3. aktualizace, 2024), komentář k § 2976

[2] Ondřejová D. in Nekalá soutěž v novém občanském zákoníku, 1. vydání, 2014, s. 45 - 46

[3] Např. Rozsudek Nejvyššího soudu 32 Cdo 139/2008 ze dne 29. 4. 2008 nebo Usnesení Nejvyššího soudu 23 Cdo 2817/2012 ze dne 19. 8. 2014

[4] Usnesení Nejvyššího soudu 32 Odo 1230/2005 ze dne 14. 3. 2006

[5] § 2976 odst. 2 zákona č. [89/2012](#) Sb., Občanského zákoníku

[6] Ondřejová D. in Hulmák Občanský zákoník. Závazkové právo, 2. vydání, 2025, komentář k § 2976

[7] Usnesení Nejvyššího soudu 32 Odo 267/2005 ze dne 15. 2. 2006

[8] § 2988 zákona č. [89/2012](#) Sb., občanského zákoníku

[9] Zákon č. [143/2001](#) Sb., o ochraně hospodářské soutěže

[10] Trestný čin Porušení předpisů o pravidlech hospodářské soutěže dle § 248 zákona č. [40/2009](#) Sb. trestního zákoníku

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | [www.epravo.cz](http://www.epravo.cz)

## Další články:

- [Právo společníka na informace v s. r. o.: silný nástroj kontroly, ale ne bez hranic](#)
- [Kupní smlouva k nemovité věci bez určení kupní ceny: Nejvyšší soud koriguje katastrální praxi](#)
- [Společnost s podíly 50:50 – právní rizika patových situací a jejich smluvní řešení](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 34: Jednání za společnost – prokura](#)
- [Jak nastavit smlouvy s dodavateli podle nové právní úpravy kybernetické bezpečnosti?](#)
- [Jak soutěžní právo reaguje na pohlcování startupů technologickými giganty aneb fenomén vražedných akvizic](#)
- [Žaloba na fair exit vůči společníkům s. r. o. jednajícím ve shodě](#)
- [Reklamace vad stavby](#)
- [Hodnotící dotazníky jako obchodní sdělení v kontrolním plánu ÚOOÚ pro rok 2026](#)
- [Konec „severních ateliérů“? Nový stavební zákon otevírá dveře k rekolaudaci ubytovacích jednotek na plnohodnotné byty](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 33.: Prevence střetu zájmů \(jednatel x společnost\)](#)