

## USNESENÍ

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, Elišky Peškové 735/15, proti žalovanému MediaCom Praha s.r.o., IČO 25149962, se sídlem v Praze 1, Opletalova 55, o návrhu na vydání předběžného opatření,

### t a k t o :

I. Žalovaný je povinen zdržet se zadávání k šíření reklamy na výrobek ARIEL 3in1 PODS obsahující slovní sdělení: „Nejlepší gelové kapsle proti skvrnám.“ a vizuální prvky



a

II. Žalovaný je povinen zajistit, do dvou dnů ode dne doručení tohoto usnesení, ukončení šíření již objednané reklamy na výrobek ARIEL 3in1 PODS obsahující slovní sdělení: „Nejlepší gelové kapsle proti skvrnám.“ a vizuální prvky





a

III. Žalobce je povinen do 15 dnů ode dne doručení tohoto usnesení podat proti žalovanému návrh na zahájení řízení.

### Odůvodnění:

Žalobce se domáhal vydání předběžného opatření uvedeného ve výroku tohoto usnesení. V odůvodnění návrhu na zahájení řízení uvedl, že je přítomen na trhu s výrobkem PERSIL DUO-CAPS, dávkovaným gelovým pracím prostředkem.



Dne 18. července 2015 se začala v České republice šířit televizní reklama na přípravek ARIEL 3in1 Pods, kterou zadal k šíření 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 nepřijatelná. 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.

Podle ust. § 74 a násl. o.s.ř. může soud na návrh účastníka nařídit předběžné opatření, jestliže je třeba, aby byly zatímně upraveny poměry účastníků. Při rozhodování o tom, zda předběžné opatření nařídí, vychází soud ze skutečností, které žalobce uvedl a osvědčil, a které

odůvodňují po věcné stránce nařízení předběžného opatření. Druhou podmínkou, která musí být splněna současně, je osvědčení naléhavosti zatímní úpravy vztahů.

Žalobce přehledem vysílání ode dne 1. ledna 2015 do dne 30. ledna 2016, vypracovaného společností MEC Czech s.r.o., osvědčil, že na různých televizních stanicích je 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 dále osvědčil, že zadavatelem reklamy na výrobek Ariel 3in1 Pods, která je v posledních měsících zařazována do televizního vysílání společnosti CET 21, byla společnost MediaCom Praha s.r.o., tj. žalovaný. Osoba zpracovatele není společností CET 21 spol. s r.o. známa. CD nosičem, obsahujícím i žalobcem napadenou reklamu, byla osvědčena tvrzení (obsah) popsaná jím v návrhu na zahájení řízení, stručně uvedená výše.

Soud dospěl k závěru, že žalovaný není, jak nakonec uvádí i sám žalobce v návrhu na zahájení řízení, konkurentem, tj. přímým soutěžitelem, žalobce, je však nepochybně soutěžitelem nepřímým, neboť objednal-li u společnosti CET spol. s r. o. vysílání předmětné reklamy na výrobek Ariel 3in1 Pods, vstoupil tak do hospodářské soutěže vůči žalobci jako prodejci obdobného (srovnatelného a veřejnosti známého) konkurenčního výrobku. Z obsahu žalobcem napadené reklamy je rovněž nepochybné, že se jedná o reklamu srovnávací. Je porovnáván výrobek Ariel 3in1 Pods s „prémiovými plně gelovými kapslemi“. Takovým prémiovým výrobkem je žalobcem uvedený výrobek PERSIL Duo-Caps. Veřejnosti je formou reklamního spotu předkládán určitý názor o „lepším působení“ výrobku jednoho soutěžitele oproti výrobku jiného v reklamě neidentifikovaného druhého soutěžitele, aniž jsou tyto výrobky hodnoceny ve více znacích, z vícero hledisek, jež výrobky charakterizují a mohou být pro spotřebitele při výběru takových srovnatelných výrobků podstatná. Protože nejde o jeden (totožný) výrobek, ale pouze o výrobky totožného určení, pak uvedení pouze jedné vlastnosti, jednoho hlediska nepostačuje k dovolenému srovnávání. Zvolené hledisko „lepšího působení“ s sebou nese ovšem i vyjádření jednoho soutěžitele k výrobku soutěžitele druhého, i když v daném případě pouze nepřímě, o jeho „horším působení“. Jsou-li v uvedeném reklamním spotu uváděny titulky, ať již nahoře, uprostřed nebo dole („Kvalita testovaná německým institutem“, „ve srovnávacím testu s konkurenčními zcela gelovými kapslemi při praní na 40°C ve středně tvrdé vodě“, „testováno v německém institutu 5GS INSTITUT FRESENIUS“), není v „silách“ diváka, potenciálního kupujícího, sledující reklamu tyto titulky, s ohledem na „rychlost“ reklamního spotu, vůbec přečíst. Navíc uvedená tři tvrzení zůstávají pouze v rovině tvrzení, jež jsou tímto reklamním spotem „vnucována“ divákovi, aniž by ten měl jakoukoliv možnost si tato tvrzení hodnověrným způsobem ověřit. O to se ani reklamní spot, s ohledem na jeho krátkou stopáž, nesnaží.

Soud na základě žalobcem osvědčeného stavu dospěl k závěru, že byla v míře postačující pro vydání předběžného opatření osvědčena možnost posouzení jednání žalovaného, spočívající v objednání vysílání reklamy na výrobek Ariel 3in1 Pods v televizi, jako jednání nekalosoutěžní ve smyslu ust. § 2976 odst. 1 občanského zákoníku (dále jen „o. z.“), neboť ze strany žalovaného jde o jednání v hospodářské soutěži, které může být v rozporu s dobrými mravy soutěže a může být způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům. Vysílanou reklamou může dojít i k naplnění zvláštních skutkových podstat srovnávací reklamy podle ust. § 2980 o. z. a zlehčování podle ust. § 2984 o. z., neboť uvedeným reklamním spotem se spotřebitelům dostává takových informací o vlastnostech a charakteru výrobku porovnávaného s výrobkem Ariel 3in1 Pods, jež mohou vyvolat dojem o horších pracích účincích konkurenčního výrobku, což může vést k odlivu zákazníků. Jelikož hrozba možné újmy žalobce je tak zcela reálná, je podle názoru soudu splněna i podmínka naléhavé potřeby zatímní úpravy poměrů účastníků navržených předběžným opatřením.

Soud zároveň uložil žalobci, aby ve lhůtě 15 dnů ode dne doručení tohoto usnesení soudu podal žalobu ve věci samé.

Nařízené předběžné opatření zanikne podle ust. § 77 odst. 1 o.s.ř., nebude-li ve lhůtě soudem určené podán návrh na zahájení řízení; jinak právní mocí rozhodnutí, nebude-li návrhu ve věci samé vyhověno; bude-li návrhu ve věci vyhověno, pak uplynutím patnácti dnů od vykonatelnosti rozhodnutí ve věci. Podle odstavce druhého citovaného ustanovení pominou-li důvody, pro které bylo předběžné opatření nařízeno, soud jej zruší.

O náhradě nákladů předběžného opatření bude rozhodnuto v rozhodnutí ve věci samé.

**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.

V Praze dne 10. února 2016

JUDr. Zuzana Čížková, v.r.  
předsedkyně senátu

Za správnost:  
Kettnerová