



ČESKÁ REPUBLIKA

**ROZSUDEK**

**JMÉNEM REPUBLIKY**

Krajský soud v Brně rozhodl samosoudkyní Mgr. Klárou Vašákovou v právní věci

žalobkyně: **TOMKET, s.r.o., IČO 25123998,**  
sídlem Vojtěšská 245/1, 110 00 Praha 1  
zastoupené doc. JUDr. Danou Ondřejovou, Ph.D., advokátkou  
sídlem Václavská 12, 120 00 Praha 2

proti  
žalované: **ONIO s.r.o., IČO 27712885,**  
sídlem Vídeňská 101/119, 619 00 Brno, Dolní Heršpice  
zastoupené Mgr. Tomášem Markem, advokátem  
sídlem Na Hutích 661/9, 160 00 Praha 6

**o zdržení se nekalosoutěžního jednání, o ochranu dobré pověsti  
o zaplacení přiměřeného zadostiučinění ve výši 1 000 000 Kč**

**takto:**

**I. Žalovaná je povinna zdržet se  
1. šíření tvrzení, že:**

- a. pneumatiky Tomket Snowroad 3 nezářily v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018, který měřil brzdovou dráhu v rozměru 195/65 R15;
- b. pneumatiky Tomket Snowroad 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 5,7 metrů delší brzdovou dráhu na sněhu než Continental WinterSport TS 860;
- c. pneumatiky Barum Polaris 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 3,5 metru kratší brzdovou dráhu na sněhu než pneumatiky Tomket Snowroad 3;
- d. srovnání pneumatiky Tomket Snowroad 3 s pneumatikou Barum Polaris 3 v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 žalobkyni nelichotí;
- e. pneumatiky Tomket mají řadu nejasností ohledně původu;

f. pneumatiky Tomket jsou vyráběny v Číně;

g. u pneumatik Tomket zákazníci nezískají pláště od dlouhodobě spolehlivých značek;

h. u pneumatik Tomket zákazníci nezískají záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě;

i. značka pneumatik Tomket je nekvalitní;

2. šíření varování, aby každý řidič zvážil, zda pneumatiky Tomket splňují jeho představy o prémiovosti.

II. Žalovaná je povinna zaplatit žalobkyni 100 000 Kč z titulu přiměřeného zadostiučinění, a to do 3 dnů od právní moci tohoto rozsudku.

III. V rozsahu, v němž se žalobkyně domáhala přiznání částky 900 000 Kč z titulu přiměřeného zadostiučinění, se žaloba zamítá.

IV. Žádná z účastnic nemá právo na náhradu nákladů tohoto řízení.

#### Odůvodnění:

1. Žalobou doručenou soudu dne 26. 3. 2021 se žalobkyně domáhala ochrany před nekalosoutěžním jednáním žalované a neoprávněným zásahem do pověsti žalobkyně. Uvedla, že žalovaná jakožto provozovatelka internetového obchodu s pneumatikami šířila nepravdivé a hrubě zavádějící tvrzení o žalobkyni a jejích produktech (pneumatikách), jimiž vykreslovala pneumatiky žalobkyně jako nekvalitní, nebezpečné a nespolehlivé mj. s ohledem na nepravdivé informace o výsledcích jejich testování a zavádějící informace o zemi výroby, když je prezentovala jako nekvalitní čínské výrobky. Žalovaná tyto informace šířila veřejně prostřednictvím internetu na své webové stránce s návštěvností až cca 530 000 unikátních uživatelů měsíčně (jednání tedy mělo celorepublikový dosah) a dále je hromadně rozšířila až tisícům osob prostřednictvím newsletteru. Jednání žalované bylo vedeno snahou poškodit dobré jméno a atraktivitu značky pneumatik žalobkyně a oslabit jejich prodeje, to vše na úkor jiných značek pneumatik, které právě žalovaná sama na svém e-shopu prodává (a které také v daném textu výslovně upřednostňovala a odkazovala na místo na její stránce, kde je bylo možné zakoupit; žalovaná přitom nenabízí k prodeji pneumatiky žalobkyně), a tím dosáhnout finančního prospěchu a odklonit zákazníky žalobkyně směrem k vlastním podnikatelským aktivitám žalované. Z pohledu žalobkyně žalovaná parazitovala na pověsti, známosti a atraktivitě pneumatik žalobkyně, které jsou novinkou na českém trhu, a v současnosti jedinou značkou pneumatik vyráběnou českým subjektem, a to tím, že využila zájem spotřebitelů o produkty žalobkyně ke svým vlastním obchodním aktivitám (tj. prodeji pneumatik jiných značek na svém e-shopu, zvýšení atraktivity a návštěvnosti vlastního internetového obchodu). Jednání žalované přitom bylo načasované na období roku, kdy je o pneumatiky zájem (zákazníci vyhledávají internetové obchody nabízející zimní pneumatiky se záměrem přezout pneumatiky na zimní pláště), klamavé a nepravdivé informace šířené žalovanou tak podstatným způsobem snížily pověst žalobkyně a zákaznickou atraktivitu a důvěru v její produkty, ale také přivodily újmu spočívající v odlivu stávajících i potenciálních obchodních partnerů a zákazníků žalobkyně. Žalobkyně odkázala na usnesení Vrchního soudu v Olomouci ze dne 27. 1. 2021, č. j. 4 Cmo 204/2020-143, který se v řízení o vydání předběžného opatření, které předcházelo tomuto řízení, předběžně ztotožnil s protiprávní povahou jednání žalované a naplnění podmínek nekalosoutěžního jednání a neoprávněného zásahu do pověsti žalobkyně. S ohledem na intenzitu a rozsah protiprávního jednání žalované požaduje žalobkyně kromě zdržovacího nároku také nárok na přiměřené zadostiučinění ve výši 1 000 000 Kč, které žalobkyně odůvodnila významným dopadem na relevantní trh a pověst žalobkyně a jejích produktů. Žalobkyně pneumatiky na trh začala uvádět

před pěti lety, mj. též díky masivním nákladům na reklamu, které žalobkyně vynaložila, dnes patří mezi nejprodávanější dostupné pneumatiky na českém trhu (na trhu zabírají cca 10 %). Bezpečnost a spolehlivost jsou zcela klíčovými aspekty, k nimž spotřebitelé při výběru pneumatik z jejich povahy přihlížejí, a věnují jim tedy nejvyšší možnou pozornost, přičemž žalovaná právě svými nepravdivými a zavádějícími informacemi tyto aspekty podstatně relativizovala. Jednání žalované tedy dopadlo zejména na tzv. zvláště zranitelné spotřebitele vymezené unijním právem a judikaturou. Žalovaná informace šířila prostřednictvím internetu, a to nejméně až desetitisícům osob.

Žalobkyně je výrobcem a prodejcem pneumatik vlastní značky TOMKET a dále provozuje internetový obchod [www.nejlevnejsipneu.cz](http://www.nejlevnejsipneu.cz), v němž nabízí široký sortiment pneumatik pro osobní vozidla více než třiceti značek, včetně vlastní značky TOMKET. Žalovaná je provozovatelkou internetového obchodu [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz) zabývajícího se rovněž prodejem pneumatik různých značek; pneumatiky TOMKET však mezi nimi nefigurují.

Žalovaná dne 10. 8. 2020 na svých internetových stránkách, v sekci „Umíme poradit - o pneumatikách víme vše“, v rubrice „Články a tipy“ zveřejnila článek specifikovaný ve výroku I. tohoto rozsudku, v němž žalovaná prezentující se jako zaslíbený autor hodnotí zejména kvalitu pneumatik navrhovatelky. Uvedeným článkem podle žalobkyně došlo na základě nepravdivé a zavádějící interpretace výsledků testování pneumatik navrhovatelky s modely jiných výrobců k závěru, že pneumatiky žalobkyně nelze považovat za prémiové, přičemž v textu opakovaně poukazuje na skutečnost, že jsou ve skutečnosti vyráběny v Číně a dále, že jeden z testů s pozitivním hodnocením pneumatik žalobkyně mohl být upraven podle objednávky žalobkyně. Žalovaná v textu článku dovozuje, že pneumatiky TOMKET mohou představovat riziko při brzdění na sněhu a že se nejedná o pláště spolehlivé značky. Žalovaná, přestože pneumatiky žalobkyně ve svém internetovém obchodě vůbec nenabízí, v textu článku poté, co pneumatiky žalobkyně hodnotí negativně, tyto srovnává v celkem třech kategoriích (na zimu, na léto, celoročně) s jinými modely pneumatik, které upřednostňuje a které ve svém internetovém obchodě nabízí s tím, že text je doplněn příslušnými hypertextovými odkazy na vlastní nabídku internetového obchodu. Žalobkyně zdůraznila, že uvedená tvrzení jsou nepravdivá a hrubě zkreslující, zavádějící, když značku TOMKET a výrobky pod touto značkou šířené prezentuje odpůrkyně jako rizikové např. při brzdění na sněhu či jinak nebezpečné, protože je nedoporučuje.

Žalobkyně se ohrazuje zejména proti následujícím nepravdivým tvrzením žalované v textu článku:

- že by pneumatiky žalobkyně TOMKET Snowroad 3 měly podle testu zimních pneumatik v magazínu Autobild z roku 2018 „o celých 5,7 metru delší brzdnu dráhu na sněhu“ než Continental WinterSport TS 860“. Hypertextově je odkazováno na jiný text na webu žalované nadepsaný jako „Test brzdne dráhy zimních pneumatik 195/65 R15 91H – Autobild 2018“, v němž je tento test blíže rozebírán. Pneumatiky žalobkyně ovšem totiž nebyly uvedeným německým magazínem - pokud jde o brzdnu dráhu na sněhu - vůbec hodnoceny; test probíhal pouze pokud jde o brzdnu dráhu na mokřem povrchu. Na sněhu bylo testováno pouze 30 nejúspěšnějších pneumatik z testů na mokřem povrchu; pneumatika TOMKET Snowroad 3 se však umístila na 33. místě, a tudíž do dalšího kola testů na sněhu již nepostoupila. Srovnání s nejlépe hodnocenou pneumatikou výrobce Continental k brzdne dráze na sněhu je proto zjevně nepravdivé.

- že by pneumatiky Barum Polaris 3 měly podle testu zimních pneumatik v magazínu Autobild z roku 2018 „o celých 3,5 metru kratší brzdnu dráhu na sněhu“ než pneumatiky TOMKET Snowroad 3. Vzhledem k tomu, že na sněhu nebyla pneumatika žalobkyně v odkazovaném testu vůbec hodnocena, je tvrzení žalované zjevně nepravdivé ze stejných důvodů jako v případě předchozího tvrzení.

- test agentury Applus+ IDIADA je nedůvěryhodný, neboť byl zadán na objednávku žalobkyně. Žalovaná informuje, že si žalobkyně měla u uvedené agentury objednat test její pneumatiky TOMKET Sport 3 za účelem osvědčení jejich kvalit; kladné výsledky hodnocení této agentury

zásadním způsobem relativizuje, ačkoli je uvedena agentura jednou z nejvýznamnějších světových nezávislých agentur zaměřujících se na testování a homologaci v oblasti automobilového průmyslu a má vysokou prestiž. Žalovaná v článku zásadním způsobem opomíjí okolnosti testování i úspěšný výsledek testování, a to navzdory tomu, že žalovaná si jako krédo předmětného článku vytyčila ověření toho, zda pneumatiky žalobkyně v testech dokáží obhájit svou tvrzenou „prémiovost“ (srov. tvrzení žalované z textu: „České prémiové pneumatiky za dostupnou cenu. Tak se od svého vzniku prezentuje značka Tomket. Dokáže však výrobce toto tvrzení obhájit i v nezávislých testech? Čtěte dál a posuďte sami.“). Text testu využívá prakticky pouze k tomu, aby zdiskreditovala a zpochybnila kvalitu výrobků žalobkyně, když žalovaná nesmyslně dovozuje, že by tyto výsledky měly být neobjektivní, a dále uvádí „Vzhledem k výše uvedeným výsledkům v testech a řadě nejasností ohledně původu, je na každém řidiči, zda pneumatiky Tomket splňují jeho představy o prémiovosti.“ Z pohledu čtenáře podle žalobkyně lze očekávat zhodnocení kvality pneumatik žalobkyně a jejich výsledků v nezávislých testech, avšak cílem žalované je pouze navedení zákazníků na pneumatiky, na jejichž prodeji je žalovaná pozitivně zainteresovaná. To je o to zřetelnější za situace, kdy se pneumatiky Barum v testu umístily až za pneumatikou žalobkyně, avšak žalovaná pneumatiky Barum doporučuje na úkor pneumatik žalobkyně. Tentýž test byl rovněž prezentován na webu AutoForum (nezávislém serveru zabývajícího se automobilovým průmyslem), kde již o něm bylo informováno objektivně. Informování o testu agentury IDIADA jakož i obecné hodnocení kvality pneumatik žalobkyně TOMKET Sport 3 tak považuje žalobkyně za hrubě zavádějící.

- že u značky Barum má spotřebitel záruku, že její pláště jsou vyrobeny přímo v Evropě. Žalovaná v textu článku výslovně uvádí, že na rozdíl od pneumatik žalobkyně existují takové pneumatiky, u nichž zákazník získá „s podobnými náklady“ pláště „od dlouhodobě spolehlivých značek“, u nichž má zákazník navíc záruku, že „jsou vyrobeny přímo v Evropě“; z další části textu článku je přitom zřejmé, že se jedná o pneumatiky Barum, a to přestože se tyto pneumatiky vyrábějí alespoň zčásti také v mimoevropských zemích (mj. v Malajsii či v Číně).

- že pneumatiky žalobkyně mají mít řadu „nejasností ohledně původu“. Skutečnost, že jsou pneumatiky žalobkyně vyráběny v Číně společností „Linglong Tire“, popř. v Thajsku není žalobkyní nijak tajena, přičemž žalobkyně ani nikdy v souvislosti s jejich propagací neuváděla jinou informaci. Přesto žalovaná prezentuje pneumatiky žalobkyně jako méně kvalitní právě s odkazem na jejich výrobu v Číně, přestože kritérium země původu není z pohledu kvality výrobku nijak relevantní. Pneumatiky „Linglong Tire“ dosahují v současnosti vysokých hodnocení i v porovnání s „tradičními“ výrobci pneumatik, s nimiž bývají v současnosti již v testech pravidelně srovnávány. Kvalita výroby je totiž u významných výrobců pneumatik garantována jako totožná, přičemž pneumatiky žalobkyně není v žádném případě možné nepřímo označovat jako „nespolehlivé“ či jinak nebezpečné, a to z důvodu jejich certifikace na evropský trh i jiných certifikátů jejich kvality.

Vzhledem k tomu, že žalovaná pneumatiky žalobkyně na svém eshopu nenabízí, přestože jde o nejprodávanější dostupné pneumatiky na českém trhu s objemem cca 10 % prodeje, dovozuje žalobkyně, že žalovaná tak činí z marketingových důvodů a za účelem propagace a zvýšením odbytu pneumatik ve vlastním internetovém obchodu. Pokud budou na webu žalované pneumatiky žalobkyně zdiskreditovány, a současně jsou doplněny přímé hypertextové odkazy na nabídku žalované v jejím eshopu, je tak činěno na přímý úkor žalobkyně, resp. jejích pneumatik a internetového obchodu.

Text na webu žalované se přitom dostal prostřednictvím hromadného emailu označeného „**Q**NEDOPORUČUJEME: 4. díl – Tomket“ do dispozice až tisíců potenciálních zákazníků žalobkyně a rozeslaného dne 25. 8. 2020; v něm je upozorňováno na „čínský původ pneumatik žalobkyně“ (mj. též graficky), na „nekvalitní značku pneumatik žalobkyně“; email rovněž obsahuje hypertextový odkaz na článek na webu žalované. Tento email byl prokazatelně doručen panu O.S. a panu A.T., avšak vzhledem k tomu, že jde o hromadný email zachycený rovněž na mailkit.eu, lze

mít podle žalobkyně postaveno najisto, že byl šířen až tisícům adresátů. Článek byl šířen žalovanou aktivně jednak rozesláním uvedeného hromadného emailu, dále na stránkách žalované, které jsou navštěvovány značným množstvím unikátních návštěvníků; jde až o 530 tisíc osob měsíčně, v období září 2020 se jednalo o cca 260 000 uživatelů. Současně je hromadný email sdílen na Facebooku např. na profilech V&W MORAVA s.r.o. (176 followerů), P.M. či K.B.. V přímé souvislosti s publikováním článku se pak na žalobkyni i její obchodní partnery začaly obracet až desítky zákazníků se stížnostmi a dotazy na kvalitu a bezpečnost pneumatik. Žalovaná se na adresu žalobkyně přitom obdobně negativně s kritikou jejích produktů vyjádřila již v minulosti, např. v komentáři na sociální síti Facebook dne 3. 10. 2019.

Žalobkyně doplnila, že přestože byla žalované usnesením ze dne 29. 9. 2020 předběžným opatřením uložena povinnost zneprístupnit na všech webových stránkách vedených na doméně [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz) obsah článku „Levné pneu TOMKET: Jsou skutečně prémiové?“ a dále zdržet se bez ohledu na způsob šíření tohoto sdělení a na použité medium

1. šíření tvrzení, že:

- a. pneumatiky Tomket Snowroad 3 nezářily v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018, který měřil brzdou dráhu v rozměru 195/65 R15;
- b. pneumatiky Tomket Snowroad 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 5,7 metru delší brzdou dráhu na sněhu než Continental WinterSport TS 860;
- c. pneumatiky Barum Polaris 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 3,5 metru kratší brzdou dráhu na sněhu než pneumatiky Tomket Snowroad 3;
- d. srovnání pneumatiky Tomket Snowroad 3 s pneumatikou Barum Polaris 3 v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 žalobci nelichotí;
- e. pneumatiky Tomket mají řadu nejasností ohledně původu;
- f. pláště pneumatik Tomket jsou vyráběny v Číně;
- g. u pneumatik Tomket zákazníci nezískají pláště od dlouhodobě spolehlivých značek;
- h. u pneumatik Tomket zákazníci nezískají záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě;
- i. značka pneumatik Tomket je nekvalitní;

2. šíření varování, aby každý řidič zvážil, zda pneumatiky Tomket splňují jeho představy o prémiovosti,

žalovaná se popsaného jednání nezdržela a žalobkyně byla nucena podat dne 6. 10. 2020 exekuční návrh, pročez jí byla uložena exekučním příkazem soudního exekutora Mgr. Pavla Preuse ze dne 22. 10. 2020, č. j. 204 Ex 14908/20-60 pokuta ve výši 100 000 Kč a další pokuta exekučním příkazem ze dne 16. 11. 2020, č. j. 204 Ex 14908/20 – 103 ve výši 150 000 Kč; tyto pak byly obě potvrzeny usnesením Městského soudu v Brně ze dne 3. 2. 2021, č. j. 75 EXE 1236/2020 – 104.

Žalobkyně je přesvědčena, že žalovaná naplnila všechny tři podmínky generální klauzule nekalé soutěže a dále skutkovou podstatu nekalé soutěže v podobě zlehčování. Jednání obou účastnic řízení je jednáním v hospodářské soutěži, obě jsou přímými soutěžitelkami a působí shodně na trhu prodeje pneumatik, obě provozují významné české e-shopy s pneumatikami; žalobkyně je navíc výrobcem pneumatik vlastní značky TOMKET, které prodává ve svém internetovém obchodu [www.nejlevnejsipneu.cz](http://www.nejlevnejsipneu.cz), ale i v internetových obchodech provozovaných jinými subjekty. Pneumatiky žalobkyně ovšem nejsou prodávány v internetovém obchodě žalované [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz). Žalobkyně i žalovaná jsou tedy hospodářskými soutěžitelkami. Popsané jednání žalované bylo ostatně vedeno se soutěžním záměrem, pokud žalovaná ve svém e-shopu

pneumatiky žalobkyně jakožto své konkurence neprodává, byť ta patří na českém trhu mezi nejprodávanější. Žalovaná proto měla zájem na snížení prodejů pneumatik žalobkyně, a to právě v kontrastu k těm pneumatikám, které na svém webu sama prodává. Server žalované přitom není žádným nezávislým internetovým srovnávačem či serverem informační, ale e-shop, který provozuje žalovaná za účelem zisku. Zjevným cílem žalované proto bylo „přesměrovat“ potenciální zákazníky žalobkyně na jiné produkty, které žalovaná na svém e-shopu nabízí. Soutěžní záměry žalované lze vysledovat rovněž v tom, že účelem provozu e-shopu žalované je kromě generování profitu z prodeje pneumatik rovněž zisk z reklamy na tomto webu; žalovaná má proto zájem na co nejvyšší návštěvnosti webové stránky [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz), protože vyšší návštěvnost generuje vyšší tržby. S naplněním této podmínky se ostatně ztotožnil předběžně i Vrchní soud v Olomouci v usnesení ze dne 27. 1. 2021, č. j. 4 Cmo 204/2020 – 143.

Pokud jde o předpoklad, že označené jednání bylo jednáním v rozporu s dobrými mravy soutěže, má žalobkyně za to, že i tato podmínka je v projednávaném případě splněna, jelikož žalovaná hodnotila veřejně, tj. ve vztahu k potenciálním zákazníkům a obchodním partnerům, soutěžní výkony soutěžitele druhého, a to bez ohledu na to, zda jsou tvrzení pravdivá či nikoli. Jednání, které spočívá ve zveřejňování a šíření (negativních) recenzí o výkonech (produktech nebo službách) určitého soutěžitele, a to vždy, jsou-li šířeny se soutěžním záměrem ze strany jiného soutěžitele (lhostejno, zda jsou pravdivé, či nepravdivé), anebo v případě nepravdivých či zavádějících recenzí také tehdy, jsou-li šířeny jinými osobami. Nelze připustit, aby si jeden ze soutěžitelů „osoboval právo arbitra a právo veřejnosti sdělovat svůj soud“ o soutěžních výkonech soutěžitele jiného, aby jiný soutěžitel, tj. žalovaná předmětným článkem prezentovala výrobky značky pneumatik žalobkyně jako nekvalitní čínské produkty, které žalobkyně pouze označuje za „prémiové“, ale ve skutečnosti dosahují špatných výsledků v testu s jinými obdobnými pneumatikami, popř. si takové testy žalobkyně platí, což snižuje jejich důvěryhodnost a objektivitu. Žalovaná nadto z těchto testů prezentuje výsledky, které jsou zjevně zavádějící a nepravdivé a které vykreslují výrobky žalobkyně jako nekvalitní ve srovnání s jinými pneumatikami, např. pokud jde o brzdnu dráhu na sněhu. Cílem jednání žalované tak bylo v tomto ohledu jediné: poškodit dobré jméno žalobkyně a oslabit atraktivitu její značky pneumatik a oslabit její prodeje, a to právě na úkor jiných značek pneumatik, které žalovaná sama prodává, a tím tedy dosáhnout finančního prospěchu. Odkazem na pověst a známost produktů žalobkyně tak žalovaná nejprve získala pozornost veřejnosti na svůj internetových obchod, aby tuto následně využila svým článkem k „přesměrování“ zákazníků směrem k obchodům, na nichž žalovaná může mít vlastní finanční prospěch (tzn. k nákupu takových pneumatik, které jsou dostupné na jejím internetovém obchodu, což právě pneumatiky žalobkyně nejsou). Jedná se tak o zjevně parazitní jednání, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže. V případě této věci je třeba vyjít také z toho, že žalovaná svůj článek doprovodila výraznou vizuální grafikou, jejímž účelem bylo čtenáři blíže vsugerovat domněnku, že produkty žalobkyně jsou méně nekvalitní vzhledem k jejich mimoevropskému původu, přičemž během textu žalovaná v tomto smyslu průběžně upozorňovala na značky, u nichž má mít spotřebitel údajně „záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě“, což ovšem není pravda, neboť např. pneumatiky značky Barum se rovněž vyrábí (nejméně z části) v Číně. Nekalosoutěžní delikt je deliktem objektivním, není tak vůbec relevantní, co žalovaná svými výroky skutečně mínila, nýbrž toliko to, jak se tyto jeví třetí osobám. Intenzita porušení dobrých mravů soutěže jednáním žalované je pak znásobena tím, že byly v této věci žalovanou šířeny takové informace o žalobkyni, jež nejsou pravdivé, zejm. pokud jde o brzdnu dráhu jedné z pneumatik žalobkyně na sněhu. Nepravdivé, popř. hrubě zavádějící byly též výroky žalované, když kontrastovala ze strany žalované zjevně ironicky míněnou „prémiovost“ výrobků žalobkyně vyráběných v Číně s „ekonomickou“ značkou Barum, která má údajně být vyráběna v České republice, což však není pravda. Konečně pak porušení dobrých mravů soutěže lze v tomto kontextu shledat také v tom, že žalovaná v textu nedovoleným způsobem srovnávala produkty žalobkyně s jinými konkurenčními výrobky. Žalovaná žalobkyni vystavila formou internetového článku a newsletteru nedůvěře v její produkty ze strany obchodních partnerů či zákazníků a na základě tohoto zlehčování a parazitování spočívajících jednak v

dehonestaci výrobků žalobkyně a jejich vykreslování jako nekvalitních mj. i z hlediska jejich země původu, tak i osočování žalobkyně z objednávky záměrně pozitivních výsledků svých výrobků v testování, vystavila žalovaná reklamní kampaň na svůj internetový obchod a produkty, které na svém internetovém obchodu prodává. Jedná se o natolik agresivní útok na pravidla férové hospodářské soutěže, že o rozporu takového jednání s dobrými mravy soutěže nemůže být dle žalobkyně pochyb. Také s naplněním této podmínky se již v tomto případě při rozhodování o návrhu na vydání předběžného opatření dříve ztotožnil nadepsaný soud i Vrchní soud v Olomouci.

Třetí podmínkou generální klauzule nekalé soutěže je „způsobnost jednání přivodit újmu soutěžitelům nebo zákazníkům“ a stejně jako v případě ostatních podmínek je žalobkyně přesvědčena, že je tato podmínka naplněna. Újma na straně žalobkyně pak spočívá v odlivu stávajících i potenciálních obchodních partnerů a zákazníků žalobkyně, což se může nepříznivě projevit v její majetkové sféře (snížení zisku v důsledku poklesu objemu jeho tržeb, a to nikoliv v důsledku legitimní a férové hospodářské soutěže). Jednání žalované poškozují rovněž pověst žalobkyně a znevažuje ji v očích jejích zákazníků, vystavuje žalobkyni nedůvěře v její výrobky ze strany zákazníků, kteří se domnívají, že prodává nekvalitní výrobky, ačkoliv se toto nezakládá na pravdě. Způsobnost přivodit újmu nastala jednáním žalované nejen ve vztahu k žalobkyni, ale i ve vztahu ke stávajícím i potenciálním zákazníkům žalobkyně, kteří jsou klamně a lživě informováni o výkonech produktů žalobkyně na sněhu (pokud jde o jejich brzdovou dráhu) nebo o významu země původu při hodnocení kvality pneumatik (včetně nesprávného údaje o zemi původu značky Barum). S naplněním této podmínky se opětovně již v tomto případě při rozhodování o návrhu na vydání předběžného opatření dříve ztotožnil nadepsaný soud i Vrchní soud v Olomouci.

Nad rámec shora uvedeného naplnila žalovaná i tzv. soudcovskou skutkovou podstatu nekalé soutěže podle § 2976 odst. 1 občanského zákoníku judikaturou i odbornou literaturou nazvanou „porušení norem veřejného práva se soutěžním dopadem“, neboť výše popsané jednání je klamavou obchodní praktikou ve smyslu § 5 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále rovněž „zákon o ochraně spotřebitele“). Za klamavou obchodní praktiku tak lze ve výše uvedeném smyslu považovat i způsob chování prodávajícího spočívající v konání, prohlášení, obchodním sdělení včetně reklamy související s propagací, prodejem nebo dodáním výrobku spotřebiteli [viz § 2 písm. o) zákona o ochraně spotřebitele], který může spotřebitele klamat o výhodách, rizicích, způsobnosti k účelu použití, očekávaných výsledcích použití nebo výsledcích a provedených zkouškách nebo kontrolách ohledně určitého produktu. Žalovaná přitom svým jednáním klamně a lživě informovala spotřebitele o výkonech produktů žalobkyně na sněhu (pokud jde o jejich brzdovou dráhu) nebo o významu země původu při hodnocení kvality pneumatik (včetně nesprávného údaje o zemi původu značky Barum). Ve svém důsledku pak usilovala o oslabení reputace produktů žalobkyně a jejich vnímání coby nekvalitních čínských produktů, přičemž k tomuto účelu v článku využila nepravdivé a hrubě zavádějící informace. Spotřebitel tak na tomto základě mohl učinit rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil (např. vyvarovat se produktů žalobkyně, resp. upřednostnit na jejich místo jiné výrobky), a je proto naplněna i definice klamavé obchodní praktiky dle § 5 zákona o ochraně spotřebitele.

Výše popsaným jednáním byla naplněna i skutková podstata zlehčování dle § 2984 odst. 1 občanského zákoníku, neboť uváděním a rozšiřováním nepravdivého tvrzení o výkonech pneumatiky žalobkyně Tomket Snowroad 3 na sněhu (pokud jde o její brzdovou dráhu) a dalších výše uvedených nepravdivých nebo hrubě zavádějících tvrzení, se žalovaná dopustila jednání, jímž uvedla a rozšiřovala nepravdivé údaje o výrobku jiného soutěžitele způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu. Zákon nicméně zakazuje i zlehčování pravdivým údajem (§ 2984 odst. 2 o.z.). V tomto ohledu je tak třeba hodnotit závadné jednání žalované jako celek, neboť jeho účelem byla zjevná snaha oslabit reputaci a důvěru v produkty žalobkyně, a v důsledku tak i jeho prodeje, a to s nijak neskrývaným účelem „přesměrovat“ potenciální zákazníky žalobkyně na jiné produkty, které žalovaná na svém internetovém obchodu nabízí a z jejichž prodeje může mít (v kontrastu s produkty žalobkyně) vlastní finanční prospěch.

Vedle zlehčování naplnila žalovaná podle názoru žalobkyně rovněž hypotézu skutkové podstaty nekalé soutěže v podobě parazitování na pověsti podle § 2982 občanského zákoníku. Není sporu o tom, že žalobkyně dobrou pověst má a tato se presumuje; v souladu s obecně uznávanou presumpcí poctivosti jednání subjektů práva se rovněž předpokládá, že určitá osoba má dobrou pověst do té doby, dokud není úspěšně proveden důkaz opaku. Tuto pověst žalovaná zneužila, když použila bombastický titulek „Levné pneu TOMKET: Jsou skutečně prémiové?“, který žalovaná užila k přilákání pozornosti a ostatně také masivní šíření tohoto textu mj. formou hromadného newsletteru. Odkazem na pověst a známost produktů žalobkyně tak žalovaná nejprve získala pozornost veřejnosti na svůj internetových obchod, aby tuto následně využila k dosažení prospěchu, jehož by jinak nedosáhla. Tento dosažený prospěch přitom spočívá nejen v prodeji pneumatik z e-shopu žalované, které na úkor produktů žalobkyně doporučovala, ale též ve zvýšené návštěvnosti (a reputaci, známosti) jejího internetového obchodu s pneumatikami.

Žalovaná svým jednáním naplnila i skutkovou podstatu nepřipustné srovnávací reklamy, jelikož v předmětném článku jsou identifikovány výrobky žalobkyně značky Tomket (a jsou také dále konkretizovány na přesný model) a žalovaná je porovnává z hlediska různých aspektů s jinými produkty jiných značek, přičemž dochází též ke zhodnocení, který z modelů doporučuje upřednostnit. Reklama je klamavá, jelikož článek obsahoval řadu nepravdivých či hrubě zavádějících skutečností. Srovnání žalovanou nebylo objektivní, jelikož žalovaná srovnávala brzdou dráhu na sněhu, ačkoliv pneumatiky žalobkyně v této kategorii nebyly vůbec testovány. Žalovaná v článku dále opakovaně poukazovala a srovnávala zemi výroby předmětných pneumatik. Obecně k ostatním srovnávaným značkám odlišným od produktů žalobkyně uvedla, že u těchto má spotřebitel „záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě.“ Ve vztahu k pneumatikám značky Barum pak uváděla přímo, že jsou vyrobeny v České republice. Toto tvrzení ovšem není pravdivé, neboť pneumatiky Barum se prokazatelně vyrábí též mimo Českou republiku a Evropu, a to např. rovněž v Číně. Tímto zjevně postavila žalobkyni a její produkty vůči těmto značkám (s nimiž přitom žalobce přímo konkuruje) do „horšího světla“. Srovnávání země výroby pak nepochybně není podstatnou, důležitou nebo příznačnou vlastností pneumatik, neboť standard na jejich kvalitu a jakost je totožná. Prostřednictvím srovnávací reklamy žalovaná zlehčovala žalobkyni, resp. nekalé těžila (parazitovala) z jeho soutěžních výkonů.

Popsaným jednáním zasáhla žalovaná rovněž do pověsti žalobkyně. Vzhledem k tomu, že samotné uveřejnění nepravdivého údaje dotýkajícího se dobré pověsti právnické osoby přitom zakládá zpravidla neoprávněný zásah do této dobré pověsti, a žalovaná šířila o žalobkyni a jejích produktech nepravdivé informace ohledně výkonů jejích pneumatik na sněhu (konkrétně brzdě dráhy na sněhu či že má být v případě žalobkyně řada nejasností ohledně původu jeho pneumatik), zavádějícím způsobem ji dále prezentovala jako „nekvalitního čínského výrobce“, což kontrastovala mj. jinými značkami (konkr. např. Barum, Kormoran nebo Debica), u nichž má mít spotřebitel údajně vždy „záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě, a uváděla, že pneumatiky Barum jsou vyráběny v České republice, je zřejmé, že záměrně prezentovala značku pneumatik žalobkyně jako čínskou, z čehož v kontextu článku usuzovala na jejich kvalitu a vhodnost k užití v českém prostředí (srov. např. uváděná výhoda u pneumatik Barum: „✓Výroba v České republice“). Její poukaz na značky obdobné cenové hladiny coby „zaručeně v Evropě vyráběných“ však není pravdivý, popř. hrubě zavádějící, čímž postavila žalobkyni a její produkty vůči těmto značkám (s nimiž přitom konkuruje zejména) do „horšího světla“. Srovnávání země výroby pak nepochybně rovněž není podstatnou, důležitou nebo příznačnou vlastností pneumatik (např. právě v kontrastu s brzdou drahou na sněhu), neboť standard na jejich kvalitu a jakost je totožný. Žalovaná přitom uvedená tvrzení šířila až tisícům potenciálních zákazníků, a to s cílem očernit žalobkyni a její produkty a získat tyto možné spotřebitele „na svou stranu“ za účelem zvýšení prodeje na vlastním e-shopu či známosti (návštěvnosti) tohoto e-shopu. Rovněž kvalifikací tohoto jednání jako neoprávněného zásahu do dobré pověsti žalobkyně se již v tomto případě při



rozhodování o návrhu na vydání předběžného opatření dříve ztotožnil nadepsaný soud i Vrchní soud v Olomouci.

Pokud se žalobkyně domáhá zdržení se dalšího jednání žalované, činí tak z důvodu závažného a úmyslného nekalosoutěžního jednání vůči žalobkyni a současně neoprávněného zásahu do její dobré pověsti ve snaze získat lepší postavení na relevantním trhu na úkor žalobkyně, a tím i poškodit postavení žalobkyně na trhu.

Závěrem se žalobkyně vyjádřila podrobněji ohledně svého návrhu na přiznání přiměřeného zadostiučinění; toto musí být podle § 2951 odst. 2 o.z. poskytnuto v penězích, a to nezajistí-li jeho jiný způsob skutečné a dostatečně účinné odčinění způsobené újmy. Zadostiučinění musí skutečně a dostatečně účinně způsobenou újmu odčinit. V projednávané věci nepostačuje odčinění nemateriální újmy omluvou, neboť zásah do práv žalobkyně byl mimořádně intenzivní a mělo významný dopad na relevantní trh a pověst žalobkyně. Žalobkyně dosahuje vysokých obrátů (za účetní období roku 2019 to bylo 819 700 000 Kč, za předchozí pak 899 280 000 Kč) a investuje vysoké finanční prostředky do reklamy na svou značku pneumatik mj. právě k jejich nedávnému uvedení na trh. I přesto, že jsou produkty žalobkyně novinkou na trhu, však již v současnosti patří mezi nejprodávanější dostupné pneumatiky na českém trhu (na trhu zabírají cca 10 %). Skutečné odčinění nehmotné újmy způsobené poškozením dobré pověsti již z povahy věci nemůže připadat v úvahu, neboť je velice nepravděpodobné, že by se zákazníci žalobkyně přetažení k žalované (resp. pneumatikách, které na úkor pneumatik žalobkyně doporučovala) po zveřejnění omluvy žalované vrátili. Nadto je třeba uvést, že jednání žalované mělo dopad na poškození pověsti žalobkyně nejen před konečnými spotřebiteli, ale i před obchodními partnery žalobkyně, kteří byli nuceni obhajovat kvalitu pneumatik žalobkyně. Vzhledem k tomu, že omluva může být způsobila zajistit skutečné odčinění vzniklé újmy jen tehdy, bude-li uveřejněna co nejdříve od doby, kdy došlo k nekalosoutěžnímu jednání. S ohledem na délku meritorního řízení však případná omluva nebude plnit svou funkci a rozhodně nepovede k plnému odčinění způsobené újmy.

Reparace způsobené újmy by měla rovněž mít vedle funkce satisfakční charakter sankční; nekalá soutěž se žalované nesmí vyplatit. Zvolená sankce tudíž musí být citelná a musí plnit odstrašující funkci, a to nejen k rušiteli samotnému, ale rovněž k dalším potenciálním rušitelům. Z uvedených důvodů proto žalobkyně požaduje přiznání přiměřeného zadostiučinění v penězích ve výši 1 000 000 Kč. Při úvaze o důvodnosti tohoto návrhu je přitom na místě přihlídnout k tomu, že došlo k podstatnému snížení postavení žalobkyně na relevantním trhu, k porušení její pověsti vybudované s vynaložením značných nákladů. Žalobkyně musela vyvinout aktivitu, aby svým obchodním partnerům a zákazníkům prokazovala nedůvodnost nařčení a musela činit kroky k očištění své pověsti, když vlivem jednání žalované opakovaně vysvětlovat až desítkám osob na její telefonické lince a uvádět na pravou míru to, že její pneumatiky jsou bezpečné a kvalitní. Žalovaná přitom o závadnosti svého počínání musela být vědoma, jelikož je to profesionálka, a tudíž musela vědět, že jí šířené výroky jsou nepravdivé; nadto její jednání mělo minimálně celorepublikový dopad s ohledem na použití sítě internet. Cílem jednání žalované byla diskreditace žalobkyně. Jednáním žalované tedy utrpěla žalobkyně újmu mimořádné intenzity, zájem o její nabídku klesl a zaznamenala odliv zákazníků, a to navíc za situace, kdy konkurující si prostředky účastníků patří na trhu k těm nejprodávanějším. K přitěžujícím okolnostem je na místě dále doplnit, že žalovaná zpochybnila právě zcela klíčový aspekt pneumatik, kterým je jejich bezpečnost, přičemž průměrný spotřebitel je zde tak obzvlášť náchylný uvěřit tvrzením o účinnosti produktů žalované, a naopak neúčinnosti produktů žalobkyně. K odůvodnění požadavku na přiznání přiměřeného zadostiučinění v navržené výši pak žalobkyně odkázala na rozhodnutí, kterým bylo žalobci přiznáno přiměřené zadostiučinění ve výši 400 000 Kč za nepravdivá tvrzení ohledně neúčinnosti doplňku stravy (srov. rozsudek Nejvyššího soudu ve věci sp. zn. 23 Cdo 4990/2014), dále na rozsudek, kterým bylo přiznáno zadostiučinění ve výši 1 000 000 Kč za nepravdivé označení jednoho ze spotřebitelských sdružení dTest, o.p.s., testovaných dětských kočárků za nebezpečný (srov. rozsudek Vrchního soudu v Praze ze dne 28. 7. 2015 č. j. 3 Cmo 365/2014-29, popř. usnesení

Nejvyššího soudu ze dne 25. 2. 2016, sp. zn. 23 Cdo 5614/2015 v téže věci, kterým bylo potvrzeno), přičemž uvedené rozhodnutí je přílehlavé i na projednávanou věc, jelikož nejvýznamnějšími vlastnostmi, kterou u nich spotřebitelé zkoumají, jsou právě jejich bezpečnost a spolehlivost, a to mj. s ohledem na rizika spojená s provozem automobilu a řízením. U pneumatik je bezpečnost ještě výraznějším kritériem a na tyto vlastnosti pneumatik se spotřebitelé pečlivě zaměřují a jsou v tomto ohledu tzv. zvláště zranitelní a důvěřiví k doporučení recenzí, testování a odborníků. Nepravdivé informování o bezpečnosti pneumatik a dezinterpretace jejich testování jsou tak způsobily vyvolat podstatně vyšší újmu než v případě jiných produktů. Intenzita tohoto zásahu je v případě této věci v kontrastu s věcí dětských kočárků dále zesílená tím, že zde informaci šířil jiný konkurent, nikoliv spolek na ochranu spotřebitele. Není tedy důvod, aby i v tomto případě soud nepřiznal nejméně obdobnou částku přiměřeného zadostiučinění.

2. Žalovaná s podanou žalobou nesouhlasila a navrhovala její zamítnutí v plném rozsahu. Uvedla, že žalobkyní popsaným jednáním reagovala na nekalosoutěžní jednání žalobkyně, která své pneumatiky vyráběné a nabízené na trhu od roku 2017 klamavě označuje jako prémiové, přičemž si je dobře vědoma toho, že pneumatiky TOMKET nespádají do kategorie prémiových pneumatik ani na základě tradice, ani na základě srovnání v testech pneumatik. Jde tudíž z její strany o oprávněnou obranu, jelikož žalobkyně se na trhu chová zcela v rozporu s dobrými mravy a své výrobky označuje klamavě. Žalovaná tedy toto tvrzení o prémiovosti pneumatik TOMKET konfrontovala s provedenými testy v respektovaném magazínu Autobild z roku 2018 a 2020, který si pneumatiky kupuje volně na trhu, a dále s testy, který provedla agentura IDIADA na objednávku žalobkyně, kde je poznamenáno, že „Výsledky testu se vztahují pouze k vzorkům dodaným k testování“. Žalovaná je přesvědčena o tom, že tvrzením, že pneumatiky TOMKET jsou prémiové, se žalobkyně snaží získat na trhu pro sebe konkurenční výhodu a uvést v omyl spotřebitele. Její jednání bylo přitom vědomé, jelikož žalobkyně odstranila označení „prémiové“ ze svých stránek [www.tomket.com](http://www.tomket.com) v sekci „O nás“, a to s pravděpodobností hraničící prakticky s jistotou až na základě obsahu odvolání žalované ze dne 15. 10., 22. 10. a 29. 10. 2020 proti předběžnému opatření č. j. 74 Nc 20/2020-31. Rovněž se na stránkách žalobkyně nově objevila informace ohledně spolupráce s výrobními partnery v Asii. Předtím žalobkyně tajila nebo záměrně neuváděla místo výroby pneumatik TOMKET.

Žalovaná uvedla, že o pneumatikách TOMKET se hovoří jako o prémiových dále např. na webových stránkách [www.tomketpneuservis.cz](http://www.tomketpneuservis.cz), které pro žalobkyni spravuje společnost PR agentura KD holding, s.r.o., IČO 28519710 (obsah stránek je prezentován se souhlasem žalobkyně). Stejně tak žalobkyně označuje své výrobky ve venkovní billboardové kampani či na sociální síti Facebook.

Pneumatiky žalobkyně nicméně nelze považovat za „prémiové“. Toto označení představuje obchodní zvyklost v odvětví prodeje pneumatik, v němž jsou pneumatiky členěny do tří kategorií:

- 1) prémiové;
- 2) střední třída;
- 3) lowcostové (budgetové, ekonomické, levné).

Za účelem objasnění uvedeného dělení výrobků v segmentu pneumatik oslovila žalovaná odborníka Mgr. Jiřího Chomáta, jenž je provozovatelem všeobecně uznávaných webů [www.pneusrovnac.cz](http://www.pneusrovnac.cz) a [www.testpneumatik.eu](http://www.testpneumatik.eu), který dne 9. 10. 2020 uvedl, že zákon segmentaci pneumatik neupravuje, avšak pneumatiky jsou děleny nejčastěji podle kvality, s čímž souvisí rovněž cena. Za prémiové se označují pneumatiky, jejichž značka má mnohaletou tradici kvalitního výrobku, a které se vyrábějí v Evropě a USA. Mezi prémiové značky patří Continental, Pirelli, Goodyear, Michelin, Dunlop, Vredestein a Bridgestone. Jejich společným znakem je dlouhá tradice značky, většinou minimálně 80 let a výroba ve vlastních továrnách, které jsou veřejně dohledatelné a nebývají zpravidla v Číně/Thajsku. Další třídou pneumatik je tzv. střední třída, přičemž výrobci

střední třídy nabízejí pneumatiky za příznivější cenu, avšak tyto se svými vlastnostmi blíží prémiovým. Poslední třídou jsou lowcostové, rovněž budgetové či levné pneumatiky, jejichž valná většina se vyrábí v Číně/Thajsku a vyznačují se zejména nízkou cenou. Pneumatiky TOMKET spadají do kategorie lowcostových pneumatik, a to jak z hlediska ceny, tak tradice značky (na trhu od roku 2017), i místem výroby, s tím, že žalobkyně předtím veřejně neuváděla původ, avšak z pneumatik dostupných Mgr. Chomátovi je patrné, že se vyrábí/vyráběly v Číně. Žalobkyně podle dostupných informací nedisponuje vlastními továrnami jako prémioví výrobci s tím, že prémiovost vylučují rovněž výsledky nezávislých testů německých magazínů, kde byly pneumatiky TOMKET uvedeny (Autobild z 20. 9. 2018, Autobild z 17. 9. 2020). Mgr. Jiří Chomát uzavírá, že považovat pneumatiky TOMKET za prémiové je podle něj vyloučeno, protože nesplňují ani jednu charakteristiku, kvůli které by je podle obecného povědomí veřejnost mohla považovat za prémiové. Je skutečností, že pneumatiky TOMKET obsadily v testu brzdné dráhy Autobild v roce 2018 33. místo z 51 zúčastněných, přičemž před pneumatikami TOMKET se umístily i pneumatiky lowcostových pneumatik značek Goodride, Aoteli, Westlake, Imperial nebo Lassa, tudíž o žádném srovnání s prémiovými pneumatikami nelze hovořit. Lowcostová pneumatika Barum Polaris 3 na mokru zabrzdí o 3,5 metru dříve než TOMKET. V roce 2020 dopadly pneumatiky TOMKET ve stejném testu na 38. místě z 50, přičemž o 9 metrů delší brzdná dráha oproti prvnímu místu je zcela zásadní. Rovněž článek ohledně testu zimních pneumatik [www.testpneumatik.eu](http://www.testpneumatik.eu) uvádí, že pneumatiky TOMKET bohužel nepřekvapily a obsadily 38. místo, přičemž zabrzdily z 80 km/h na mokru oproti vítěznému Blizzak LM-005 o 9 metrů déle. Z výsledků zimních testů lze usuzovat, že pneumatiky TOMKET se neřadí mezi prémiové pneumatiky, které zpravidla obsazují první místa v žebříčku. Pokud jde o test letních pneumatik [www.testpneumatik.eu](http://www.testpneumatik.eu), v roce 2021 se pneumatiky TOMKET umístily na 49. místě z 53.

Pokud žalobkyně přes všechno výše uvedené prezentuje své výrobky jakožto „prémiové“, aniž by naplňovaly znaky dlouhodobého výskytu na trhu (pouhé 4 roky), jakož i naplnění požadavek vysoké kvality pneumatik, pak naplňuje znaky klamavého označení zboží a zároveň generální klauzule nekalé soutěže, neboť tímto jednáním v hospodářském styku v rámci svého podnikání pro sebe získává neoprávněně výhodu na úkor jiných soutěžitelů, včetně žalované, jakož je schopná vyvolat u spotřebitelů, resp. zákazníků, dojem, že se snad jedná o pneumatiky, které jsou kvalitou srovnatelné s takovými značkami, jako je Dunlop, Michelin či Bridgestone, které dosahují nejvyšší kvality, což je vzhledem k prováděným testům pneumatik TOMKET a uváděným skutečnostem jen málo pravdivé.

Pneumatiky TOMKET se dostaly do povědomí spotřebitelů a širší veřejnosti prostřednictvím masivní reklamy, kdy značka TOMKET sponzoruje i zahraniční fotbalové kluby jako Glasgow Rangers, ACF Fiorentina, VFB Stuttgart či český fotbalový klub FC Zbrojovka Brno. Pokud si potenciální zákazník (spotřebitel) spojí tuto značku s těmito kluby a s téměř všude prezentovanou „prémiovostí“ pneumatik, tak je možné dovodit, že je uveden v omyl o kvalitě těchto pneumatik, přičemž pak i vzhledem k nízké ceně, která se mimo jiné musí promítnout do levnějšího výrobního postupu a nižší kvalitou pneumatik, si zákazník zvolí právě pneumatiky TOMKET na úkor jiných skutečně prémiových pneumatik.

Žalobkyně si je přitom vědoma, že její jednání není v souladu s dobrými mravy soutěže, jelikož sama stáhla ze své webové stránky [www.tomket.com](http://www.tomket.com) označení „prémiové pneumatiky“. Toto označení nicméně nadále zůstalo na další webové stránce žalobkyně pod doménou [www.tomketpneuservis.cz](http://www.tomketpneuservis.cz), tak i na dalších internetových stránkách jako je [www.zbozi.cz](http://www.zbozi.cz) či na sociální síti Facebook.

Žalovaná je přesvědčena, že svým jednáním neporušila pravidla soutěže, jelikož přestože je s žalobkyní v soutěžním vztahu, její jednání bylo pouze reakcí na nemravný způsob prezentace žalobkyně; není to tedy žalovaná, kdo jedná v rozporu s dobrými mravy soutěže, ale žalobkyně, která neoprávněně používá označení „prémiové“ ve vztahu k vlastním pneumatikám TOMKET. Žalovaná se tedy pouze bránila proti jednání svého soutěžitele, který si zcela neoprávněným

užíváním pojmu „prémiové pneumatiky“ sjednával konkurenční výhodu, přičemž žalovaná v článku mimo jiné poukazovala na to, jak si tyto „prémiové“ pneumatiky vedenou ve srovnání s jinými pneumatiky. Jediný omyl, který žalovaná připustila, je lidská chyba, když v článku uvedla, že brzdná dráha se měřila na sněhu, přičemž všechny ostatní údaje v této části článku souhlasí. Tuto zjevnou nesprávnost by žalovaná okamžitě po upozornění opravila, avšak ze strany žalobkyně žádná kvalifikovaná komunikace před zahájením soudního sporu nenastala. Současně je žalovaná přesvědčena o tom, že v porovnání s jednáním žalobkyně, která neoprávněně označovala a označuje své pneumatiky TOMKET jako „prémiové“, je její jednání, v němž došlo k pochybení, tedy záměna brzdné dráhy na sněhu/na mokru v článku, zcela bezvýznamné oproti újmě spotřebitelů, kteří si nyní budou myslet, že pneumatiky TOMKET jsou prémiové. Naopak, jednáním žalobkyně může dojít k újmě jak zákazníka, který se domnívá, že si kupuje pneumatiky v nejvyšší kategorii, tak i ostatních soutěžitelů, kteří nenabízejí pneumatiky TOMKET, a tudíž by mohli prodat skutečně prémiové pneumatiky.

Pokud žalobkyně tvrdí, že žalovaná svým jednáním naplnila hypotézu i tzv. soudcovskou skutkovou podstatu nekalé soutěže podle § 2976 odst. 1 obč. zák., pak žalovaná opakovaně namítá, že se pouze bránila jednání žalobkyně, která úmyslně a vědomě klame spotřebitele, když uvádí, že pneumatiky TOMKET jsou „prémiové“; je to proto žalobkyně, kdo se dopouští nekalé obchodní praktiky. Žalovaná pouze v článku učinila faktickou chybu, když v něm uvedla, že brzdná dráha byla měřena na sněhu, a nikoliv na mokřém povrchu. Pokud žalovaná v článku uváděla, že: „S podobnými náklady totiž získáte pláště od dlouhodobě spolehlivých značek, u kterých máte navíc záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě.“, pak neuváděla, že pneumatiky vyráběné v Číně jsou nekvalitní. Pokud jde o původ pneumatik Barum, tak sama společnost Barum na svých webových stránkách uvádí, že její pneumatiky jsou vyráběny v nejmodernějších závodech v Evropě pod záštitou silné skupiny Continental Group.

Pokud žalobkyně tvrdila, že žalovaná svým jednáním naplnila skutkovou podstatu nekalé soutěže zlehčování, pak žalovaná zopakovala, že pokud udělala faktickou chybu a namísto uvedení termínu „na mokru“ uvedla „na sněhu“, šlo o lidskou chybu a z odkazu na test samotný je zřejmé, že šlo vodu, a ne o sníh. Vzhledem k této faktické chybě žalovaná článek ihned po doručení předběžného opatření stáhla. Žalovaná se domnívá, že uvedení údaje „na sněhu“ nenaplnuje skutkovou podstatu zlehčování, neboť jde pouze o odlišný povrch vozovky. Tento omyl není s to přivodit žalobkyni žádnou újmu. Pokud jde o údaje pravdivé, není žádný z nich způsobit žalobkyni újmu, přičemž žalovaná byla k uvedení těchto údajů donucena tím, že žalobkyně neoprávněně označovala své pneumatiky jako „prémiové“, čímž chtěla na trhu získat konkurenční výhodu. Vydáním označeného článku tak žalovaná dosáhla bez prodlení odvrácení účinků jednání druhého soutěžitele na své postavení v soutěži, přičemž neměla proti tomuto jednání jinou volbu než právě oprávněnou obranu.

Pokud jde o naplnění skutkové podstaty nekalé soutěže v podobě parazitování na pověsti, pak nemůže být o jejím naplnění hovořeno, jelikož žalobkyně se sama o pověst připravila, prezentuje-li své pneumatiky jakožto prémiové, ačkoliv to není pravda. Nadto, žalobkyně není jediným českým výrobcem pneumatik; pneumatiky Barum jsou vyráběny rovněž českým subjektem, přičemž počátek této značky spadá až do roku 1948. Žalovaná se rovněž nesnažila pověst žalobkyně zneužít ve svůj prospěch a získat pozornost, pouze chtěla upozornit spotřebitele na skutečnost, zda pneumatiky TOMKET lze skutečně vydávat za prémiové, neboť tím dochází k jejich matení a neoprávněnému zjednání konkurenční výhody. Žalobkyně rovněž neprokazuje, že by žalovaná svým jednáním získala nějaký prospěch, jelikož pneumatiky, na které žalovaná ve svém článku odkazuje, nabízí ve svém e-shopu rovněž žalobkyně. Zákazník si tak mohl vybírat mezi různými prodávajícími, přičemž tímto finálním prodejcem mohla být klidně i sama žalobkyně.

Nebyla naplněna ani skutková podstata nekalé soutěže v podobě nepřipustné srovnávací reklamy. Srovnávací reklama je přípustná, pokud se srovnání týče, není-li klamavá. Pokud se tento požadavek vztáhne na odstavec týkající se testování, tak s výjimkou pochybení na sněhu/na mokru

je možné hodnotit srovnání jako přípustné, neboť žádný údaj uvedený žalovanou není klamavý. Byly srovnávány pneumatiky, tj. zboží uspokojující stejnou potřebu nebo určené ke stejnému účelu, a to v kategorii ceny, když jednou ze srovnávaných pneumatik byly vždy pneumatiky TOMKET, které byly ve všech uvedených případech levnější. Srovnání pak proběhlo s pneumatikami ve stejné kategorii, nikoli např. s pneumatikami prémiovými. Žalovaná má za to, že v případě pneumatik je srovnání původu podstatnou a důležitou záležitostí při jejich koupi; mnoho zákazníků může být ohledně výroby pneumatik v Číně či Asii skeptických, a proto mohou preferovat pneumatiky, které jsou vyráběné v Evropské unii či USA. Pokud žalovaná při srovnání odkazovala na výsledky testu předního testovacího magazínu, pak nezlehčovala žalobkyni, její postavení, činnost ani výsledky či označení ani jiným nekalým způsobem z nich netěží. Žalovaná odmítla, že by nekalé těžila ze soutěžních výkonů žalobkyně. Zboží žalované není rovněž napodobeninou či reprodukcí zboží chráněného ochrannou známkou nebo názvem jiného soutěžitele.

Jednání žalované nemůže být podle jejího názoru posouzeno ani jako neoprávněný zásah do pověsti žalobkyně, a to šířením nepravdivé informace ohledně výkonu pneumatik TOMKET na sněhu. Žalovaná je přesvědčena, že uveřejněním nepravdivého údaje ohledně výkonu pneumatik TOMKET na sněhu nemohlo dosáhnout takové intenzity, aby došlo k neoprávněnému zásahu do dobré pověsti žalobkyně. Žalovaná dále odmítá tvrzení žalobkyně, že byla zavádějícím způsobem prezentována jako „ne kvalitní čínský výrobce“, což bylo postaveno do kontrastu s jinými výrobci, u nichž má spotřebitel záruku, že pneumatiky jsou vyráběny přímo v Evropě. V celém článku není informace o tom, že by žalovaná porovnávala nebo se vyjadřovala ke kvalitě pneumatik, jež byly vyrobeny v Číně a v Evropě. Žalobkyně pouze poukázala na skutečnost, že ve stejné cenové kategorii lze koupit pneumatiky od dlouhodobě spolehlivých značek, které vyrábějí pneumatiky v Evropě. Ostatně skutečnost, že se pneumatiky žalobkyně vyrábí v Číně není popírána ani ze strany žalobkyně. Pokud jde o kvalitu, v tomto ohledu článek odkazuje na tvrzení o prémiovosti v kontrastu s výsledky testů v Autobilu.

Co se týče tvrzení „pneumatiky Tomket Snowroad 3 nezářily v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018, který měřil brzdou dráhu v rozměru 195/65 R15“, jde o tvrzení pravdivé, jelikož pneumatiky Tomket skutečně ve srovnání s ostatními v dotčeném testu magazínu Autobild nezazářily, pokud pneumatika Tomket Snowroad 3 v rozměru 195/65 R15, označovaná žalobkyní jakožto „prémiová“, skončila ve srovnání hůře než na 30. místě (na 33. místě), tudíž se nevešla ani mezi pneumatiky, u kterých časopis prováděl test brzdové dráhy na sněhu.

V případě tvrzení, že „pneumatiky Tomket Snowroad 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 5,7 metrů delší brzdou dráhu na sněhu než Continental WinterSport TS 860 a že „pneumatiky Barum Polaris 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 3,5 metrů kratší brzdou dráhu na sněhu než pneumatiky Tomket Snowroad 3, jde o faktickou chybu lidského faktoru na straně žalované, přičemž z dotčeného testu jinak jasně plyne, že všechny ostatní údaje souhlasí.

Pokud jde o tvrzení žalované, že „srovnání pneumatiky Tomket Snowroad 3 s pneumatikou Barum Polaris 3 v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 žalobci nelichotí“, jde o tvrzení bezvýhradně pravdivé, neboť lowcostové pneumatiky Barum skončily na 12. místě a pneumatiky Tomket, označované žalobkyní jakožto „prémiové“, až na 33. místě. Žalovaná doplnila, že použila sousloví „příliš nelichotí“, tj. jde o jisté změkčení slova „nelichotí“.

Co se týče tvrzení, že pneumatiky Tomket mají řadu nejasností ohledně původu, upozornila žalovaná na článek na webu Autoforum ze dne 4. 4. 2018 nazvaném: „Test srovnal brzdou dráhu levných pneu české značky s Micheliny a spol. Výsledky překvapí“, v němž je psáno, že „Ta [společnost žalobkyně] si je [pneumatiky Tomket] nechává vyrábět v Číně dvěma nejmenovanými gumárenskými koncerny. Podle všeho by přitom jedním měla být čínská značka LingLong, druhá zůstává zakryta tajemstvím.“ Stejně tak z článku „Vzniká nová česká značka pneumatik. Zakládá ji největší e-shop s gumami“ publikovaném na webu iDnes.cz dne 17. 1. 2018 J.P.: „Pneumatiky

budou pro českou značku vyrábět v zahraničí dva gumárenské koncerny, které patří mezi patnáct největších světových výrobců. Jejich jména G. nechce zveřejnit, ale zdůrazňuje, že největší důraz při výběru kladl na kvalitu.“ Je tudíž zřejmé, že žalobkyně původ svých pneumatik tajila, jde tudíž o pravdivé tvrzení.

V případě tvrzení, že pneumatiky Tomket jsou vyráběny v Číně, poukázala žalovaná na to, že v článku výslovně uvedla, že „Pláště Tomket vyrábí společnost LingLong, která v Číně ročně vyrobí přes 84 milionů pneumatik.“; z uvedeného tvrzení se automaticky nepodává, že pneumatiky Tomket jsou vyráběny v Číně, nýbrž tolik, že pláště Tomket jsou vyráběny společností LingLong, která vyrobí v Číně 84 milionů pneumatik. Ostatně sama žalobkyně uvádí, že pneumatiky Tomket jsou vyráběny v Číně (certifikát pneumatik žalobce ze dne 14. 10. 2016 vystavený IDIADA, z něhož je patrné, že pneumatiky jsou vyráběny v Číně v závodě SHOUGANG FIREMAX TYRE CO., LTD., Lingang Industrial Park), tudíž i kdyby žalovaná tvrdily, že pneumatiky Tomket jsou vyráběny v Číně, jednalo by se o pravdivé tvrzení.

V případě výroku, že u pneumatik Tomket zákazníci nezískají pláště od dlouhodobě spolehlivých značek, je třeba vyhodnotit celý kontext, v němž výrok zazněl: „Je ale pravda, že dostupnou cenu pneumatikám odepřít nelze. Je však několik výrobců, které bychom při výběru přezutí doporučili zvážit. S podobnými náklady totiž získáte pláště od dlouhodobě spolehlivých značek, u kterých máte navíc záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě.“ Žalovaná zde hovoří o tom, že na trhu jsou dlouhodobě spolehlivé značky, u nichž je cena podobná jako u pneumatik Tomket; ke spolehlivosti pneumatik Tomket se žalovaná nevyjadřovala. Tomket přitom nelze považovat za dlouhodobě spolehlivou značku, je-li na trhu pouhé čtyři roky; svou reputací se ještě nemůže řadit mezi dlouhodobě spolehlivé značky, neboť chybí kritérium dlouhodobosti. I kdyby toto tvrzení žalovaná v článku uvedla, jednalo by se výrok pravdivý.

Co se týče tvrzení, že u pneumatik Tomket zákazníci nezískají záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě, se stejně jako v případě výše uvedené citace, žalovaná nevyjadřuje k pneumatikám Tomket a jakou záruku u nich zákazník dostane. Skutečnost, že tyto pneumatiky jsou vyráběny v Číně, je však ze strany žalobkyně otevřeně deklarována, tudíž logicky záruka, že by mohly být tyto pneumatiky vyráběny v Evropě, být dána nemůže. Tedy, tvrdila-li by žalovaná tuto skutečnost, jednalo by se o jednoznačně pravdivé tvrzení, zvláště s ohledem na skutečnost, že žalobkyně v minulosti informaci o tom, že jeho pneumatiky jsou vyráběny v Číně, tajila.

Pokud měla žalovaná uvádět, že značka pneumatik Tomket je nekvalitní, pak toto o pneumatikách Tomket uvedeno nebylo; uváděla-li žalovaná, že: „Z hlediska poměru ceny a kvality patří pneumatika české značky mezi světovou špičku. Vzorek dezénu Barum navrhly přesně pro potřeby střeoevropského klimatu, skvěle si proto poradí se zasněženou silnicí při zachování přilnavosti na letním rozpáleném asfaltu.“, hovořila o pneumatikách Barum.

Dále se žalovaná vyjádřila k druhému žalobnímu žádání, a to uložení povinnosti zdržet se šíření varování, aby každý řidič zvážil, zda pneumatiky Tomket splňují jeho představy o prémiovosti. Vzhledem k tomu, že pneumatiky TOMKET nelze považovat za prémiové (viz. vyjádření Mgr. Chomáta), a uvedla-li žalovaná, necht' každý zváží, aby vzhledem k výsledkům v testech a řadě nejasností ohledně původu, zda jsou naplněny představy o prémiovosti, je zřejmé, že z hlediska kvality (například ze srovnání pneumatik v časopisu Autobild) a vzhledem k tomu, že s nejedná o značku s dlouholetou tradicí, která by měla vlastní továrnu v Evropě či USA, se o prémiovou pneumatiku nejedná.

Proto tvrzení žalobkyně, že pneumatiky TOMKET jsou prémiové, je klamavým označením a zcela v rozporu s dobrými mravy, klamou spotřebitele, snaží se získat tímto tvrzením konkurenční výhodu a žalované nezbylo, než se tomuto nepodloženému tvrzení o prémiovosti bránit doložením skutečností, které prémiovost těchto pneumatik vyvracejí.

Požadavek žalobkyně na přiznání přiměřeného zadostiučinění v částce 1 000 000 Kč je podle názoru žalované zcela absurdní. Žalovaná zveřejnila jeden článek, a to nikoliv na webu zpravodajského charakteru s velkou návštěvností, nýbrž na stránkách svého obchodu s pneumatikami; odkaz na tento článek dále rozeslala newsletterem pouze odběratelům newsletteru svého obchodu s pneumatikami. Podle občanského zákoníku platí, že je upřednostněna nemateriální satisfakce a jen pro zcela specifické a výjimečné případy je umožněno přiznat zadostiučinění zjištěné nemajetkové újmy i ve formě peněžní (srov. např. rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 15. 6. 2005, sp. zn. 32 Odo 1318/2004, popř. § 53 zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník). Přiměřené zadostiučinění v penězích je možné požadovat až tehdy, pokud zadostiučinění v nepeněžitě formě nemůže sloužit k satisfakci nebo by nemateriální újmu nekompensovalo v dostatečné míře (srov. např. Eliáš, K., Bejček, J. a kol. Kurs obchodního práva. Obecná část. Soutěžní právo. 3. vydání. Praha: C.H. Beck, 1996, str. 371 a 372). Pokud by žalobkyně žalovanou upozornila na skutečnost, že se v textu článku dopustila faktické chyby, tato by ji obratem napravila a soudního řízení by nebylo třeba. Důvodem pro sepsání článku bylo nadto jednání žalobkyně a její označování pneumatik TOMKET za prémiové jakožto nekalá obchodní praktika. Z časových důvodů by se žalovaná u soudu efektivní nápravy nedomohla před sezónou přezutí na zimu, tudíž vlastními možnostmi upozornila na skutečnost, že žalobkyně klame zákazníky a vůči konkurenci si počíná nekale.

Žalovaná se tudíž nekalého jednání nedopustila, a to ani tam, kde se žalovaná spletla, a uvedla brzdnu dráhu na sněhu, nikoliv na vodě, neboť tento nepravdivý údaj není v kontextu článku s to způsobit žalobkyni jakoukoliv újmu, neboť vesměs jen uvedla údaje, které vychází z testu a spletla povrch. Žalobkyně tudíž žalované vkládá do úst výroky, které ona vůbec nevyřkla, a to účelově s cílem ovlivnit soud neexistujícími skutečnostmi. Žalobkyni žádná nemajetková újma nevznikla. Přiměřené zadostiučinění lze přiznat pouze pokud žalobkyně prokáže její vznik, což se nestalo, jde pouze o subjektivní pocity a domněnky žalobkyně. Sama žalobkyně ostatně nadále své pneumatiky považuje za jedny z nejprodávanějších na českém trhu; těchto výsledků přitom žalobkyně dosahuje klamáním spotřebitele a nekalosoutěžním jednáním vůči své konkurenci spočívající v tom, že své pneumatiky označuje za prémiové, ačkoliv se o prémiové pneumatiky nejedná.

3. V reakci na písemné stanovisko žalované žalobkyně sdělila, že se s ní shoduje, pokud jde o to, že podmínka „donucení okolnostmi“ předpokládá, že jiný soutěžitel reaguje „bez prodlení“ a že „neměl tomuto jednání rovnocennou jinou volbu než právě oprávněnou obranu“, přičemž za takové okolnosti lze považovat např. „předchozí zlehčování ze strany konkurenta, uvádění na pravou míru soutěžitelem šířených zlehčujících údajů“, apod. Podobně pak v případě podmínky „přiměřenosti“ lze souhlasit s žalovanou, že přiměřená obrana „musí být hodna svého označení, nesmí překračovat meze obranného, vysvětlujícího jednání a přecházet v agresivní útok“. Uvedeným předpokladům nicméně žalovaná nedostála, jelikož vytýkané jednání žalobkyně (tj. údajně klamavé označování jeho pneumatik za „prémiové“) ze své povahy vůbec nesměřovalo proti žalované jako takové a nijak se jí netýkalo – tzn. nejednalo se ani teoreticky o zlehčování žalované či jiný útok proti ní a jejím zájmům. Současně existovaly rovnocenné prostředky obrany vůči tvrzenému jednání žalobkyně, a to např. podání návrhu na vydání předběžného opatření. Současně žalovaná neuvádí, jak dlouho se měla žalobkyně tvrzeného závadného jednání dopouštět, tj. žalovaná podle svého tvrzení „v obraně“ nejednala bez prodlení. Nelze rovněž pominout, že žalovaná šířila „v obraně“ informace nepravdivé či zavádějící. Je zřejmé, že ačkoliv se žalovaná dle svých slov pouze „bránila“ vůči údajně klamavé reklamě žalobkyně spočívající v tom, že měla své pneumatiky propagovat coby pneumatiky vyšší třídy, žalovaná svými texty o žalobkyni přecházela do zobrazování pneumatik žalobkyně jako nekvalitních, nebezpečných a nespolehlivých – tzn. žalovaná zjevně překročila meze obranného a vysvětlujícího jednání a přecházela v agresivní útok vůči žalobkyni, a to když mj. zpochybňovala původ, kvalitu pneumatik žalobkyně, jejich bezpečnost, spolehlivost a vlastnosti. Pokud žalovaná žalobkyni vytýká používání výrazu

„premium“ či „prémiové“, žalobkyně nijak nezpochybnuje, že by spotřebitelé značky pneumatik určitým způsobem nekategorizovali, avšak daný výraz chápe jako označení kvality a bezpečnosti, a to i u značek s nižší prestiží, neboť právě v takovém významu bývá v propagaci běžně používán; nemusí se jednat o označení nejluxusnějšího zboží. Ostatně výraz „prémiový“ je opakovaně používán v souvislosti se značkami Barum, Uniroyal, Firestone či Yokohama, které přitom dle žalované a jejích znaleckých posudků mají představovat pneumatiky nižší či střední třídy. U spotřebního zboží je pak tento termín používán běžně, aniž by byl spojen s kategorizací daných produktů jako luxusního zboží nejvyšší kvality (např. na srovnávači Heureka je takto označeno žehlička, trampolína, pánev či stolní mixér, které ani v jednom případě neoznačují nejdražší a „nejluxusnější“ dostupný výrobek dané kategorie). Pro průměrného spotřebitele je naprosto srozumitelné, že výraz „premium“ či „prémiový“ představuje formu superlativní reklamy či tzv. reklamní nadsázky. Na tu je průměrný spotřebitel v „záplavě“ reklam, která ho v současném světě obklopuje, připraven a umí jí vyhodnocovat, a to např. srovnáním produktů ve spotřebitelských testech či hodnocením a zkušenostmi jiných uživatelů.

4. V dalším průběhu řízení žalobkyně tvrdila, že pokud jde o dosah článku na webu žalované, jednalo se až o desetitisíce lidí. Doplnila, že obrat žalované činil za rok 2019 cca 830 000 000 Kč, průměrná cena jedné pneumatiky pak činí 1 500 Kč za kus, žalovaná tedy prodala za rok 2019 cca 550 000 ks pneumatik. Průměrem přitom nebývá zakoupení 4 kusů, ale pouze 3 kusů pneumatik. Žalobkyně vychází z toho, že u žalované nakoupí denně zhruba 500 zákazníků, návštěvníků webu je pak cca 15 000 lidí denně. Platí tedy, že z návštěvníků webu nakoupí přibližně 1 – 5 %, což je cca návštěvnost webu žalované 500 000 lidí měsíčně, 6 000 000 návštěvníků ročně a za celou dobu existence žalované (16 let) pak cca 96 000 000 návštěvníků. Současně platí, že žalovaná musí sbírat e-mailové adresy pro zasílání newsletterů. V tomto směru žalovaná nepochybně využívá aplikaci Google Analytics, z níž je seznatelná nejen návštěvnost webu, ale rovněž článku jako takového. Podle žalobkyně byl newsletter zasílán na minimálně 700 000 – 1 000 000 e-mailových adres. Žalovaná oponovala, že reálná návštěvnost webu žalované a míra seznámení se s obsahem článku (ať mu přímo proklikem na stránkách žalované nebo proklikem hypertextového odkazu v emailech žalované svým odběratelům) byla dramaticky nižší než jak tvrdí žalobkyně. Samotný článek zaznamenal na webu pneumatiky.cz celkem 3 370 návštěv, z toho míra okamžitého opuštění článku byla 77,75 %, tj. skutečně reálně článek četlo 749 nikoli unikátních čtenářů. Ti se na web dostali buď ze stránek žalované proklikem, nebo proklikem z emailu šířeného žalovanou. Ve dvou rozesílkách se pak email rozeslal 11 879 emaily a 10 460 emaily, avšak pouze 3 157 a 7 368 osob email otevřelo, na článek pak kliklo pouze 258 a 766 osob. což v reálu představovalo pouze 79 a 113 unikátních uživatelů. Míra okamžitého opuštění článku však nic nevypovídá o počtu osob, které článek shlédly, ale pouze o tom, zda návštěva osoby zahrnovala více než jednu stránku na dané doméně.

5. Za účelem zjištění skutkového stavu věci provedl soud obsáhlé dokazování, přičemž z provedených důkazů zjistil následující skutečnosti:

Z výpisu z obchodního rejstříku žalobkyně ke dni 23. 9. 2020 byla zjištěna právní osobnost žalobkyně. Jednatel a jediným společníkem žalobkyně byl R.G.. Předmětem podnikání žalobkyně byla výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona.

Z výpisu ze stránky tomket.com/o-nas ze dne 22. 10. 2020 a rovněž z příloh doplnění odvolání žalované ze dne 22. 10. 2021 proti usnesení Krajského soudu v Brně ze dne 29. 9. 2020, č. j. 74 Nc 20/2020 – 31, bylo zjištěno, že žalobkyně pneumatiky TOMKET prezentuje jako „prémiovou značku high performance pneumatik“.

Z výpisu ze stránky tomket.com ze dne 13. 6. 2021 byl zjištěno, že žalobkyně upravila text uvedené webové stránky a sousloví, že jde o značku „prémiovou“ již neuvádí.

Z webových stránek [www.tomketpneuservis.cz/novinky/tomket-van-je-dricem-ktery-odvede-spoustu-tezke-prace/](http://www.tomketpneuservis.cz/novinky/tomket-van-je-dricem-ktery-odvede-spoustu-tezke-prace/) (bez data výtisku) bylo zjištěno, že je o značce TOMKET hovořeno jako o



značce prémiové, u níž si již zákazníci zvykli na to, že dostanou za své peníze více užítka než jinde. Vysoká kvalita zkombinovaná s rozumnou cenou. ....přitom za pneumatiky zaplatí zhruba o třetinu méně.

Z webových stránek [www.tomketpneuservis.cz/novinky/pneumatiky-tomket-allyear/](http://www.tomketpneuservis.cz/novinky/pneumatiky-tomket-allyear/) (bez data výtisku) bylo zjištěno, že pneumatiky TOMKET si vedou v porovnání s celoročními pneumatikami konkurence skvěle, že za rozumné peníze dostávají zákazníci prémiové zboží. Dle kritérií jako je brzdná dráha na suchém, mokřem a zledovatěném povrchu, v zatáčkách, při akceleraci, při rozjíždění v zimě na sněhu, stejně jako v rychlosti v opotřebovávání, jsou na špičce. Tomket jako český výrobce drží úspěšně krok s těmi, co si nechávají za logo na pneumatikách připlácet nesrovnatelně více. Ty jsou svými vlastnostmi plus mínus na stejné úrovni jako Tomkety a přitom je u nich nutné sáhnout mnohem hlouběji do peněženky – stojí zhruba o polovinu více než Tomkety.

Z webových stránek [www.tomketpneuservis.cz/novinky/tomket-po-vsech-strankach-skvely-pomer-cena-vykon/](http://www.tomketpneuservis.cz/novinky/tomket-po-vsech-strankach-skvely-pomer-cena-vykon/) (bez data výtisku) bylo zjištěno, že TOMKET je prezentována jako česká prémiová značka...u níž přes velmi příznivou cenu jsou skvělé vlastnosti srovnatelné se zavedenými a mnohem dražšími značkami jako je Michelin, Dunlop nebo Barum, což mají dokazovat mnohé testy motoristických odborníků. Spotřebitelské testy jsou velmi dobré, na suchu i na mokru si Tomkety vedou téměř královsky. Značky Barum, Kleber, které se cenově blíží, poráží Tomket celkem bez problémů. V testech dokázaly Tomkety potrápiti třeba i Michelinky, které jsou ovšem cenově úplně jinde: Rozdíly v jízdních vlastnostech ale byly tak těsné, že volba je jednoznačná.

Z webových stránek [www.tomketpneuservis.cz/novinky/novinky-z-dilny-tomket](http://www.tomketpneuservis.cz/novinky/novinky-z-dilny-tomket) (bez data výtisku) bylo zjištěno, že se o výrobcu pneumatik Tomket hovoří jako českém prémiovém výrobcu pneumatik značky Tomket.

U webových stránek [www.zbozi.cz/znacka/tomket](http://www.zbozi.cz/znacka/tomket) (bez data výtisku) bylo zjištěno, že o TOMKET je hovořeno jako o prémiové značce high performance pneumatik, která klade důraz na vysokou kvalitu a použití nejmodernějších technologií.

Z printscreenu úvodní strany na sociální síti Facebook ohledně uživatele TOMKET [www.facebook.com/tomketcz](http://www.facebook.com/tomketcz) (bez data výtisku, v angličtině) bylo zjištěno, že TOMKET je prezentována jako prémiová značka pneumatik.

Z fotografií billboardové kampaně žalobkyně bylo zjištěno, že tato u nás i v zahraničí prezentuje své výrobky jako prémiové s doživotní zárukou.

Z webových stránek [www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-245-45-R18-brzdnadraha](http://www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-245-45-R18-brzdnadraha) již nebylo zjištěno ničeho, jelikož stránky nefungují.

Z webových stránek [www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-205-55-R18-brzdnadraha](http://www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-205-55-R18-brzdnadraha) již nebylo zjištěno ničeho, jelikož stránky nefungují.

Článek dostupný na [www.autobild.de/artikel/sommerferien-test-5629291.html](http://www.autobild.de/artikel/sommerferien-test-5629291.html) nebyl k důkazům proveden, jelikož nebyl soudu předložen spolu s překladem do českého jazyka.

Z výpisu z webových stránek [www.testpneumatik.eu](http://www.testpneumatik.eu) bylo zjištěno, že tyto jsou přesměrovány na [www.pneuteka.cz](http://www.pneuteka.cz) a jedná se o stránky, které podle typu vozidla a zadaných parametrů najdou nejvhodnější pneumatiku. Lze rovněž vyhledat testy ohledně pneumatik od roku 2015 do současnosti.

Z diskuse na webových stránkách [www.autozive.cz/diskuse/nejhorsi-letni-i-celoročni-pneumatiky](http://www.autozive.cz/diskuse/nejhorsi-letni-i-celoročni-pneumatiky) bylo zjištěno, že diskutující nejsou spokojeni s kvalitou pneumatik Tomket a s tím, že je jejich výrobce prezentuje jako pneumatiky české výroby, přestože jsou vyrobeny v Číně.

Z diskuse na webových stránkách [www.testpneumatik.eu/blog/nezavisly-test-pneumatik-tomket-co-mi-na-nem-prijde-zvlastni/](http://www.testpneumatik.eu/blog/nezavisly-test-pneumatik-tomket-co-mi-na-nem-prijde-zvlastni/), konkrétně z vyjádření diskutujícího M. ze dne 25. 6. 2019 bylo zjištěno, že se jedná o pneumatiky čínské, že mediální kampaň je lež jako věž s tím, že vyslovuje přesvědčení o tom, že se nejedná o pneumatiky srovnatelné s mnohaletými zkušenostmi tradičních výrobců s tím, že on nabízí za stejnou cenu gumy vyrobené v Evropě, v továrnách Michelinu.

Z webových stránek [www.barum.cz/nakladni/znacka](http://www.barum.cz/nakladni/znacka) bylo zjištěno, že o pneumatikách Barum je tvrzeno, že jsou vyráběny v Evropě po záštitou silné skupiny Continental Group, výslovně je hovořeno o závodě v Otrokovicích.

Z printscreenů z webových stránek na [www.carshtuff.com](http://www.carshtuff.com), [e-agropneu.cz](http://e-agropneu.cz), [eiretyres.com](http://eiretyres.com), [barum-tyres.com](http://barum-tyres.com), [autobaterie-pneumatiky.cz](http://autobaterie-pneumatiky.cz) a [pneuboss.cz](http://pneuboss.cz) bylo zjištěno, že termín „prémiový“ je používán na internetu i v souvislosti s pneumatikami Barum, Firestone či Uniroyal či Yokohama.

Z printscreenu z webové stránky žalobce [www.nejlevnejsipneu.cz/cz/info.php](http://www.nejlevnejsipneu.cz/cz/info.php) bylo zjištěno, že jde o stránky provozované žalobkyní. Jde o e-shop, kde je možné pneumatiky vyhledat pomocí kategorií osobní (letní, zimní, celoroční), nákladní (letní, zimní, celoroční), offroad (letní, zimní), motopneu. Dále je možnost užít výběr vyhledávání podle výrobce, šířky, profilu, průměru a dalších. E-shop žalobkyně nabízí mimo jiné i pneumatiky TOMKET.

Z Všeobecných obchodních podmínek žalobkyně dostupných na [www.nejlevnejsipneu.cz](http://www.nejlevnejsipneu.cz) bylo zjištěno, že prodávajícím zakoupeného zboží je žalobkyně.

Z výtisku z článku na webu [recenzezdarma.cz](http://recenzezdarma.cz) dostupném na [recenzezdarma.cz/tomket-recenze](http://recenzezdarma.cz/tomket-recenze) ke dni 10. 8. 2020 bylo zjištěno, že je o pneumatikách TOMKET hovořeno jako o kvalitních high performance pneumatikách. Součástí článku je odkaz na oficiální e-shop TOMKET na NejlevnejsiPNEU. Článek vyznívá velmi pozitivně. Je uvedeno, že „někteří měli tendence říkat, že se jedná o pneumatiky z Číny, ale vzhledem k tomu, že tuto skutečnost nelze nijak ověřit, ji nepovažujeme za příliš relevantní. Vzhledem k výsledkům hodnocení na [heureka.cz](http://heureka.cz) a hodnocení nezávislých testů, není důvod odkládat jejich nákup s tím, že drtivá většina zákazníků je spokojená a hodlá u nich zůstat.

Z výpisu z obchodního rejstříku žalované byla zjištěna její právní osobnost tím, že předmětem podnikání je výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, předmětem činnosti je pak pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor. Společnost vznikla v roce 2006 a má ke dni 26. 3. 2021 jediného společníka a jednatele V.S..

Z printscreenu z webové stránky žalované [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz) bylo zjištěno, že se jedná e-shop provozovaný žalovanou, který nabízí pneumatiky na auta osobní, dodávková, offroad, SUV a 4×4 a motopneu, dále lze zboží filtrovat podle šířky, profilu, průměru a období. Z přehledu nabízených značek plyne, že pneumatiky TOMKET nemá žalovaná ve svém portfoliu.

Z obchodních podmínek webové stránky žalované [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz) bylo zjištěno, že jde o obchodní podmínky, které jsou součástí smlouvy uzavírané se zákazníky ze strany žalované.

Z výpisu z registru CZ.NIC k doméně [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz) bylo zjištěno, že uvedená doména je registrovaná od 17. 9. 1998 s tím, že poslední aktualizace proběhla k 27. 6. 2019. Držitelem domény je k 26. 3. 2021 žalovaná.

Z notářského zápisu NZ 464/2020 ze dne 22. 9. 2020 sepsaného notářem JUDr. Ivanem Kočerem bylo zjištěno, že dne 22. 9. 2020 byl na internetových stránkách [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz) k dispozici pro osoby navštěvující tyto stránky k přečtení článek „Levné pneu TOMKET: Jsou skutečně prémiové?“, který tvoří přílohy tohoto zápisu, a dále článek „Co říkají o pneu Tomket testy“ obsahující prokliky na nabídku koupě pneumatik Continental WinterSport TS 860, Barum Polaris 3 (resp. po otevření nabídky Barum Polaris 5) a Michelin. Z příloh notářského zápisu je pak zřejmé, že je text zápisu s nimi v souladu.

Z článku „Levné pneu TOMKET: Jsou skutečně prémiové?“ který tvoří přílohu notářského zápisu NZ 464/2020 ze dne 22. 9. 2020 sepsaného notářem JUDr. Ivanem Kočerem bylo zjištěno, že žalovaná hodnotí výsledky testů zimních pneumatik zveřejněné v německém magazínu AutoBild u pneumatik Tomket Snowroad 3 se závěrem, že pneumatiky Tomket v uvedeném testu nezazářily. Je uvedeno, že oproti vítězné Continental WinterSport TS 860 měl Tomket o celých 5,7 metru delší brzdnu dráhu na sněhu. Uvedená pneumatika Tomket je odpůrkyní dávána do srovnání rovněž s pneumatikou Barum Polaris 3, která je označena za ekonomickou se závěrem, že pneumatiky Barum skončily na velmi pěkném 12. místě, zatímco pláště Tomket se umístily až na 33. příčce. Pneumatika Barum Polaris 3 však měla oproti pneumatice Tomket o celých 3,5 metru kratší brzdnu dráhu na sněhu. Současně je výslovně uvedeno, že zdrojem pro uvedená tvrzení jsou stránky autobild.de, na nichž je k dispozici zimní test pneu v rozměru 195/65 R 15, a jehož se měly zúčastnit i pneu Tomket. Dále je v uvedeném textu uvedeno, že dále byly pneumatiky Tomket v letní variantě otestovány agenturou IDIADA, a to na objednávku českého výrobce. V něm měly porazit Tomket na suchu i mokrou jediné prémiové pláště Michelin; text je doprovázen dodatkem, že „výsledky testu se vztahují pouze ke vzorkům dodaným k testování“.

Z printscreenu stránek <https://www.pneumatiky.cz/test-brzdne-drahyzimnich-pneumatik-195-65-r15-autobild-t4> bylo zjištěno, že v něm nejsou pneumatiky navrhovatelky Tomket hodnoceny. Jde o článek z 18. 9. 2018 o testu brzdne dráhy zimních pneumatik 195/65 R15 91H - Autobild 2018.

Z printscreenu magazínu Autobild z 20. 9. 2018, str. 60-67, s českým překladem tabulky a příloženým výtiskem z německo-českého slovníku bylo zjištěno, že pneumatiky Tomket Snowroad 3 se umístily v testu brzdne dráhy na mokru na 33. místě; brzdna dráha na sněhu u této pneumatiky hodnocena nebyla.

Z printscreenu článku „Test zimních pneumatik 195/65 R15 - Autobild 2018“ z webu pneusrovnac.cz bylo zjištěno, že v tomto srovnání jsou samostatně hodnoceny brzdne dráhy na mokru a na sněhu, přičemž u některých srovnávaných pneumatik (není zřetelné, u kterých), je připojen proklik s cenovkou s možností uvedenou pneumatiku zakoupit.

Z printscreenu článku „První test zimních pneumatik pro nadcházející sezonu. Jsou mezi nimi velké rozdíly“, který byl na webu Aktualně.cz publikován dne 19. 9. 2018 bylo zjištěno, že článek hodnotí výsledky testu zimních pneumatik s tím, že dává prostor pro vyjádření V.S., ředitele eshopu pneumatiky.cz, který chválí umístění pneumatik Barum v top dvacítce testovaných modelů. Jednatel TOMKET pan R.G. se pak vyjadřuje k výsledku testování Tomket Snowroad 3 s tím, že v mezidobí pro nastávající sezonu došlo k vylepšení loňského modelu, který byl podroben testu. Je uvedeno, že pneumatika Tomket Snowroad 3 ztrácela na vítězný plášť na mokru 5,7 metru...“.

Z printscreenu výtisku článku „Zimní pneumatiky TOMKET byly otestovány německým Autobildem“ z webu MotoFocus.cz zveřejněného dne 21. 9. 2018 bylo zjištěno, že tento internetový server označuje umístění na 33. příčce v testu AutoBild za mimořádný úspěch mladé české značky.

Z výtisku z webové encyklopedie Wikipedia na záložce Applaus + IDIADA ke dni 22. 9. 2020 bylo zjištěno, že IDIADA je španělskou společností s téměř čtyřicetiletou tradicí nabízející služby v oblasti návrhů, konstrukcí, testování a homologace v automobilovém průmyslu působící celosvětově.

Z testu Applaus + IDIADA k pneumatikám Tomket Sport 3, zpráva č. BRK180221/1 ze dne 15. 3. 2018 bylo zjištěno, že pneumatiky Tomket byly testovány uvedenou agenturou spolu s pneumatikami Michelin, Kleber a Barum na suchém a mokřem asfaltu s tím, že pneumatiky navrhovatelky dosáhly ze srovnávaných pneumatik nejhoršího výsledku, pokud jde o délku brzdne dráhy s průměrem 37,7 m.

Z výtisku z článku „Už i česká Barumka se vyrábí v Číně“ na webu AxaPneu.cz z nezjištěného dne včetně zde přiložených fotografických důkazů bylo osvědčeno, že pneumatiky Barum se podle autora článku z větší části vyrábí v Rumunsku, Portugalsku, Francii a Číně; v České republice se vyrábí pouze do tzv. prvovýroby.

Z printscreenu z článku „Jedna značka, jedna kvalita. Platí to ale opravdu?“ uveřejněného na webu pneurevue.cz dne 16. 1. 2013 bylo zjištěno, že autor článku pochybuje např. o kvalitách pneumatik Barum tvářících se jako české výroby, ačkoli jsou vyrobeny v Malajsii, když totožný výrobek vyrobený v různých zemích světa často vykazuje rozdílnou kvalitu podle toho, kde byl zakoupen.

Z certifikátu pneumatik žalobkyně ze dne 14. 10. 2016 vystaveného IDIADA bylo zjištěno, že jsou vyráběny v Číně v závodě SHOUGANG FIREMAX TYRE CO., LTD., Lingang Industrial Park.

Z výtisku článku „Test letních gum: české pláště z Číny srovnali se zavedenými značkami“ uveřejněného dne 16. 4. 2018 na webu idnes.cz bylo zjištěno, že podle autora článku pneumatiky Tomket vyráběné v Číně jsou minimálně srovnatelné s evropskými značkami, byť patří k nejlevnějším na trhu. Výsledky testu Tomket Sport 3 ve srovnání s Michelin Primacy 3, Kleber Dynarex HP3 označil za překvapivé, když při testu na mokré vozovce byly pneumatiky vyhodnoceny jako druhé ze tří testovaných v testu ovladatelnosti a celkových vlastností. V případě testu na suchu skončily pneumatiky navrhovatelky na posledním místě, ovšem s minimální ztrátou na vítěze; při testu na mokru se měly skvěle osvědčit a skončit na druhém místě. Při cenovém srovnání pak pneumatika Tomket vychází ze všech testovaných pneumatik nejlépe.

Z výtisku článku „„Překvapivě dobré“ výsledky testu Linglong z TestWorld“ zveřejněného na Tyrepress.com dne 31. 5. 2017 bylo zjištěno, že pneumatiky Linglong vyšly „nedávno“ jako přední čínská značka v testu letních pneumatik Test World 2017 s tím, že jejich výkon na mokru je lepší než u Goodyear, Pirelli a Maxxis. Pokud jde o manévrovatelnost, pak překonala značky jako Bridgestone či Yokohama.

Z výtisku článku „Jak dopadl test letních pneumatik 225/50 R17 vyhrál Continental PremiumContact 6 (2020)“ z webu PneuMagazín.cz zveřejněného dne 2. 3. 2020 a z výtisku článku „Test letních pneumatik 225/50 R17 – Autozeitung 2020“ zveřejněném na webu odpůrkyně dne 2. 3. 2020 bylo zjištěno, že v testu magazínu Auto Zeitung, v němž bylo srovnáváno celkem 19 pneumatik, se na 13. místě umístily pneumatiky výrobce Linglong.

Z printscreenu z článku „Český zákazník vám dá jen jednu šanci, říká výrobce pneumatik“ uveřejněném dne 3. 9. 2020 na webu idnes.cz bylo zjištěno, že jednatel žalobkyně se mediálně vyjádřil pokud jde o pneumatiky Tomket, mezi novými pneumatikami by měla TOMKET zaujímat cca 10 % českého trhu.

Z printscreenu srovnávače heureka.cz k prodejm pneumatik ke dni 22. 9. 2020 bylo zjištěno, že se pneumatika navrhovatelky Tomket Snowroad 3 umísťuje na 24. místě v oblíbenosti mezi spotřebiteli.

Z printscreenu webu mall.cz prodejm pneumatik ke dni 22. 9. 2020 bylo zjištěno, že se pneumatika navrhovatelky Tomket Snowroad 3 umísťuje na předních místech (podle konkrétního rozměru) v oblíbenosti mezi spotřebiteli.

Z printscreenu výsledků vyhledávání textu pneumatiky.cz na google.cz ke dni 22. 9. 2020 bylo zjištěno, že žalovaná sama sebe prezentuje jako obchod ověřený zákazníky.

Z printscreenu vyhledávání značky Tomket na internetovém obchodu žalované pneumatiky.cz bylo zjištěno, že žalovaná pneumatiky Tomket na svém eshopu nenabízí.

Z Katalogu výrobců pneumatik dostupném na [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz) ke dni 22. 9. 2020 bylo zjištěno, že žalovaná pneumatiky Tomket na svém eshopu nenabízí.


Z printscreenu ze srovnávače Heureka.cz bylo zjištěno, že termín „premium“, popř. „prémiový“ je užíván v označení výrobků, konkrétně žehličích prken, trampolín, pánví či stolních mixérů.


Ostatně výraz „prémiový“ je opakovaně používán v souvislosti se značkami Barum, Uniroyal, Firerstone či Yokohama, které přitom dle žalované a jejích znaleckých posudků mají představovat pneumatiky nižší či střední třídy.

Z printscreenu z webů mall.cz, e-pneumatiky.cz, az-pneu.cz, tyres.net k prodejm pneumatik bylo zjištěno, že zde není nabídnuta možnost vyhledávat pneumatiky podle kategorií prémiové, střední třída a lowcost.

Z webových stránek žalované dostupných na [www.pneumatiky.cz/pneumatiky-osobni-t8](http://www.pneumatiky.cz/pneumatiky-osobni-t8) bylo zjištěno, že žalovaná jí nabízené pneumatiky umožňuje vyhledávat podle parametrů šířka, profil, průměr a období, dále dodávkové, offroad, SUV a 4×4 a motopneu.

Z výtisku z webu odpůrkyně <https://pneumatikycz.u.mailkit.eu/mc/VQQMVPQP/JLVHZZQSOKHBWXQDPI/LQIELVPLEP> ke dni 22. 9. 2020 bylo zjištěno, že ve formě šestidílného seriálu jsou hromadným newsletterem zasílaným registrovaným uživatelům prezentovány články od pneumatiky.cz; v tomto případě jako čtvrtý díl byl zasílán email označený: „Jsou Tomket (ne)bezpečné? Může fungovat česká kvalita vyrobená v ČÍNĚ?“ Uvedený email obsahuje proklik na celý článek na stránkách odpůrkyně. Stránky byly shlédnuty 3 370 unikátními uživateli, kteří na ni setrvali 2:48 minuty. Míra okamžitého opuštění stránky činila 77,75 % (toto číslo přitom určuje podíl případů, kdy byla stránka jedinou navštívenou stránkou vzhledem k celkovému počtu návštěv začínajících touto stránkou), vychází z počtu návštěv, které touto stránkou začínají. Je to návštěva jen s jednou interakcí od uživatele, má význam, jen když jí návštěva stránek začíná. Email byl rozeslán dne 24. 8. 2020 na 11 879 adres, z toho nebylo doručeno 0,07 %, z celkového počtu doručených zpráv zaznamenaly stránky 8,2 % návštěv a 30,8 % otevíření emailu. Druhý z emailů byl rozeslán dne 25. 8. 2020 na 10 460 adres, z toho nebylo doručeno dne 0,08 %, z celkového počtu doručených zpráv zaznamenaly stránky 10,4 % návštěv a 14,8 % otevíření emailu.

Z čestného prohlášení A.T. sepsaného dne 21. 9. 2020 bylo zjištěno, že dne 24. 8. 2020 obdržel na emailovou adresu XXXXX email od newsletter@pneumatiky.cz nadepsaný jako „ NEDOPORUČUJEME: 4. díl – Tomket“ s proklikem na stránky žalované na článek „Jsou Tomket (ne)bezpečné? Může fungovat česká kvalita vyrobená v ČÍNĚ?“

Z emailu žalované doručeného O.S. dne 15. 9. 2020 bylo zjištěno, že žalovaná aktivně rozesílá newsletter nadepsaný jako „ NEDOPORUČUJEME: 4. díl – Tomket“ s proklikem na stránky žalované na článek „Jsou Tomket (ne)bezpečné? Může fungovat česká kvalita vyrobená v ČÍNĚ?“

Z printscreenu šíření článku žalované na síti Facebook ke dni 22. 9. 2020 bylo zjištěno, že článek „Levné pneumatiky TOMKET: Jsou skutečně prémiové?“ z webu pneumatiky.cz se šíří např. prostřednictvím uživatelů V&W MORAVA s.r.o. dne 25. 8. 2020, P. M. dne 27. 8. 2020 či K.B. dne 26. 8. 2020.

Z printscreenu z komunikace žalované na síti Facebook ze dne 3. 10. 2019 bylo zjištěno, že již loňského roku žalovaná pneumatiky Tomket Snowroad 3 k výslovné žádosti o zhodnocení výhodnosti nákupu v diskusi ke článku „První test zimních pneu 2019: Bodují novinky!“ ze strany uživatele M.F. nedoporučila s tím, že v dané cenové kategorii je několik výrobců, kteří podávají v testech dlouhodobě lepší výkony.

Z printscreenu ze srovnávače heureka.cz k hodnocení eshopu žalované pneumatiky.cz ke dni 22. 9. 2020 bylo zjištěno, že se uvedený e-shop má celkem 20 520 ověřených recenzí, z toho 17 445 pozitivních a 943 negativních.

Z printscreenu z webu SimiliarWeb.com (bez datace) bylo zjištěno, že webové stránky žalované pneumatiky.cz byly navštíveny v 9/2020 celkem 260 000 osobami, v 10/2020 celkem 530 000 osobami.

Z čestného prohlášení J.H. ze dne 10. 3. 2021 bylo zjištěno, že jde o vedoucího zákaznického servisu žalobkyně, který potvrdil, že po 25. 8. 2020 se na servis začali telefonicky obracet zákazníci s dotazy na kvalitu pneumatik Tomket, a to v souvislosti s článkem na webu [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz). Uvedl, že reagoval tak, že jde o pomluvu ze strany konkurence, ale bohužel se s tím hodně zákazníků nesmířilo a už o pneumatikách Tomket nechtěli dále slyšet. On osobně hovořil s několika desítkami zákazníků, kteří volali na zákaznickou linku a chtěli poradit s výběrem pneumatik. Doplnil, že ho popsaná situace velmi mrzí, protože on sám na pneumatikách Tomket jezdí a je s nimi jako koncový spotřebitel spokojen.

Z emailu M.K. ze dne 8. 9. 2020 bylo zjištěno, že ten reagoval na žádost o informaci ze strany J. L. za žalobkyni, zda se k němu dostal článek o pneumatikách Tomket na webu pneumatiky.cz. Ten uvedl, že článek četl s tím, že se jej zákazníci ptali na kvalitu pneu, doplnil, že dlouhodobě nedoporučuje pneumatiky Barum.

Z návrhu na nařízení exekuce ze dne 6. 10. 2020 bylo zjištěno, že žalobkyně domáhala nařízení exekuce na podkladě exekučního titulu, a to usnesení Krajského soudu v Brně ze dne 29. 9. 2020, č. j. 74 Nc 20/2020 - 31, s poukazem na to, že žalovaná nesplnila jí uloženou povinnost dobrovolně.

Z exekučního příkazu k provedení exekuce provedením prací a výkonů ze dne 22. 10. 2020 č. j. 204 EX 14908/20-60, bylo zjištěno, že soudní exekutor Mgr. Pavel Preus na podkladě pověření Městského soudu v Brně ze dne 14. 10. 2020, č. j. 75 EXE 1236/2020 - 68, rozhodl o provedení exekuce provedením prací a výkonů k vynucení povinnosti splnění vymáhané nepeněžitě povinnosti zdržet se bez ohledu na způsob šíření tohoto sdělení a na použité médium

1. šíření tvrzení, že

- a. pneumatiky Tomket Snowroad 3 nezařily v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018, který měřil brzdou dráhu v rozměru 195/65 R15;
- b. pneumatiky Tomket Snowroad 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 5,7 metrů delší brzdou dráhu na sněhu než Continental WinterSport TS 860;
- c. pneumatiky Barum Polaris 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 3,5 metru kratší brzdou dráhu na sněhu než pneumatiky Tomket Snowroad 3;
- d. srovnání pneumatiky Tomket Snowroad 3 s pneumatikou Barum Polaris 3 v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 žalobci nelichotí;
- e. pneumatiky Tomket mají řadu nejasností ohledně původu;
- f. pláště pneumatik Tomket jsou vyráběny v Číně;
- g. u pneumatik Tomket zákazníci nezískají pláště od dlouhodobě spolehlivých značek;
- h. u pneumatik Tomket zákazníci nezískají záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě;
- i. značka pneumatik Tomket je nekvalitní;

2. šíření varování, aby každý řidič zvažil, zda pneumatiky Tomket splňují jeho představy o prémiovosti. Povinnému byla uložena pokuta ve výši 100 000 Kč.

Z návrhu oprávněné na uložení další pokuty za opětovné porušení vymáhané povinnosti ze dne 9. 11. 2020 bylo zjištěno, že se žalobkyně opětovně domáhala vydání exekučního příkazu, kterým by byla žalovaná uložena pokuta alespoň ve výši 300 000 Kč, jelikož tato povinnost uloženou exekučním titulem, a to usnesením Krajského soudu v Brně ze dne 29. 9. 2020, č. j. 74 Nc 20/2020 - 31, nadále dobrovolně nesplnila.

Z usnesení Městského soudu v Brně ze dne 3. 2. 2021, č. j. 75 EXE 1236/2020-104, bylo zjištěno, že exekuce zahájená pověřením soudního exekutora Mgr. Pavle Preuse, byla zastavena podle § 268 odst. 1 písm. h) o.s.ř. ve spojení s § 55 exekučního řádu, a to z důvodu, že dne 18. 11. 2020, tj. po zahájení exekuce, povinný svou povinnost dodatečně splnil.

Z printscreenu článku „Megatest brzdné dráhy zimních pneumatik 245/45 R18 – Autobild 2020“ z webu žalované bylo zjištěno, že byl komentován největší test zimních pneumatik roku 2020 autoklubu Autobild. Je uvedeno, že ve výběru 50 modelů 245/45 R18 je tentokrát i osvědčená klasika Barum Polaris 5. Je uvedeno, že lákadlem testu je účast dvou českých značek, a to Barum a Tomket. U Tomket je pak uvedeno, že jde o mladou značku, kterou čeští řidiči znají např. díky masivní marketingové kampani v rádiích a na billboardech, kde o ní bylo slyšet jako o výrobci kvalitních pneumatik za dostupnou cenu. Pneumatika Barum Polaris 5 se umístila na krásném 10. místě a postoupila do další fáze testu, kam postoupilo i dalších 20 testovaných pneumatik. O výsledcích Tomket nejsou další údaje.

Z výtisku článku „Čínské pneumatiky na cestě do Evropy. Linglongu pomáhají Španělé i Češi“ dostupném na [https://www.idnes.cz/auto/zpravodajstvi/pneumatiky-linglong-evropa-prodej.A171109\\_153856\\_automoto\\_fdv](https://www.idnes.cz/auto/zpravodajstvi/pneumatiky-linglong-evropa-prodej.A171109_153856_automoto_fdv) bylo zjištěno, že je v něm uvedeno, že pneumatiky české značky TOMKET jsou vyráběny v továrně Linglong v Číně. Článek byl uveřejněn 13. 11. 2017.

Ze znaleckého posudku č. 948-93/2021 vypracovaného dne 22. 11. 2021 soudním znalcem Ing. Lumírem Pospíšilem, znalcem z oboru strojírenství, odvětví strojírenství všeobecné se specializací autoopravárenství, technický stav vozidel, strojů a zařízení bylo zjištěno, že si zástupce žalované nechal posoudit pneumatiky TOMKET, a to vzhledem k článku uveřejněnému na serveru pneumatiky.cz dne 10. 8. 2020, a to pro účely projednávané právní věci. Z obsahu posudku mimo jiné plyne, že pneumatiky řadit do různých kategorií, mimo jiné podle kvality, a to na prémiové, střední třídy a ekonomické tzv. budget. Pneumatiky TOMKET přitom spadají do kategorie pneumatik ekonomických. Zařazení pneumatik TOMKET do kategorie pneumatik prémiových znalec vyloučil, neboť se nejedná o nejuznávanějšího výrobce pneumatik. Ve srovnání s ostatními prémiovými výrobci nedosahují pneumatiky TOMKET odpovídajícího výkonu a kvality a jejich cena se pohybuje v dolním pásmu daného segmentu. Pneumatiky jsou vyráběny externím dodavatelem. Znalecký posudek obsahuje doložku ve smyslu § 127a o.s.ř.

Ze znaleckého posudku č. 525-65/2021 vypracovaného dne 2. 11. 2021 soudním znalcem Ing. Petrem Vlkem, znalcem z oboru ekonomika, pro odvětví ceny a odhady se specializací motorová vozidla bylo zjištěno, že pneumatiky Barum jsou zařazeny do kategorie výrobců s dlouholetou tradicí, naopak pneumatiky TOMKET byly vyhodnoceny jako „relativně tajemné“ s tím, že se neví, kdo je přesně vyrábí, tedy jaká konkrétní továrna, komu patří a kde se nachází. Znalec současně uvedlo, že nejsou dány zákonné parametry, podle kterých by se pneumatiky řadily do kategorie prémiových. Nicméně pneumatiky se na trhu dělí podle kvality s tím, že všeobecně lze uvést, že jsou tyto kategorie čtyři, a to nejvyšší (prestížní), v níž jsou špičkoví výrobci s dlouholetou kvalitou. Dále střední třída, kdy cena odpovídá kvalitě a jde o nejprodávanější pneumatiky. Dále jde o nižší třídu pro nenáročný provoz a třídu čtvrtou, v níž jsou pneumatiky vyráběny v Asii, hlavně v Číně, které mají nízkou cenu a kvalitu. Pneumatiky TOMKET lze z tohoto pohledu zařadit do kategorie nejnižší a nelze u nich říci, že by spadaly do prémiové kategorie. Nejedná se tradiční značku pneumatik, v nezávislých testech se neobjevují na předních místech a pozicích, není zřejmé, kde konkrétně se vyrábí, přičemž, co zřejmé je, že se vyrábí v Asii, přičemž pneumatiky vyráběny v Asii obecně do kategorie prémiových bez dalšího nespádají. Nejedná se o tradičního a transparentního výrobce, který by mohl doložit kvalitu kompletními testy a recenzí významných zákazníků automobilového průmyslu.

Z printscreenu z webových stránek tomket.com bylo zjištěno, že tyto jsou provozovány TOMKET s.r.o.

Z výpisu ze stránky tomket.com ze dne 13. 6. 2021 bylo zjištěno, že žalobkyně o sobě uvádí, že je společností založenou v roce 1997 s tím, že se zaměřuje na prodej pneumatik všech značek se zaměřením na vlastní značku TOMKET; tato se bude nově vyrábět v Srbsku. Tyto jsou vyráběny v nejvyšší kvalitě podle specifikace EU. Pod značkou TOMKET má být český lídr v oblasti prodeje pneumatik, e-shop Nejlevnější pneu společně se svými výrobními partnery v Evropě a Asii.

Z doplnění odvolání žalované ze dne 22. 10. 2021 proti usnesení Krajského soudu v Brně č. j. 74 Nc 20/2020-31, bylo zjištěno, že žalobkyně svou značku TOMKET prezentuje jako značku prémiovou high performance pneumatik.

Z článku „Tomket VAN je dřičem, který odvede spoustu těžké práce“ dostupném ke dni 13. 6. 2021 na <https://tomketpneuservis.cz/novinky/tomket-van-je-dricem-ktery-odvede-spoustu-tezke-prace/> bylo zjištěno, že jde o článek prezentující pneumatiky řady Tomket VAN 3. „U prémiové značky Tomket si zákazníci už zvykli na to, že dostanou za své peníze více užítka než jinde. Vysoká kvalita je zkombinovaná s rozumnou cenou. U řady VAN to všechno platí násobně více. Kvalitou se Tomket řadí mezi střední a vyšší třídu pneumatik, při svých nárocích proto ani profesionální řidiči nemusejí slevovat ze svých nároků. Přitom za pneumatiky ale zaplatí zhruba o třetinu méně.“

Z článku „Pneumatikám Tomket Allyear je jedno, jestli je jaro, léto, podzim nebo zima. Svědčí jim každé počasí!“ dostupném ke dni 13. 6. 2021 na <https://tomketpneuservis.cz/novinky/pneumatiky-tomket-allyear/> bylo zjištěno, že: „...A jak si vedou v porovnání s celoročními gumami vyráběnými konkurencí? I tady je to podobné jako u sezónních modelů. Za rozumné peníze dostávají zákazníci prémiové zboží. Dle kritérií jako je brzdná dráha na suchém, mokřem a zledovatělém povrchu, v zatáčkách, při akceleraci, při rozjíždění v zimě na sněhu, stejně tak jako v rychlosti v opotřebování, jsou na špičce. Tomket jako český výrobce drží úspěšně krok s těmi, co si nechávají za logo na pneumatikách připlácet nesrovnatelně více. Ty jsou svými vlastnostmi plus minus na stejné úrovni jako Tomkety a přitom je u nich nutné sáhnout mnohem blouběji do peněženky – stojí zhruba o polovinu více než Tomkety.“

Z článku Tomket – po všech stránkách skvělý poměr cena/výkon dostupném ke dni 13. 6. 2021 na <https://tomketpneuservis.cz/novinky/tomket-po-vsech-strankach-skvely-pomer-cena-vykon/> bylo zjištěno, že je o pneumatikách Tomket hovořeno jako o pneumatikách se skvělými vlastnostmi, které jsou srovnatelné se zavedenými a mnohem dražšími značkami jako je Michelin, Dunlop nebo Barum, což mají dokazovat mnohé testy motoristických odborníků. „Spotřebitelské testy jasně ukázaly, že jsou velmi dobré. Už jich byla celá řada a každý z nich sledoval trochu jiné parametry, jiné rozměry, různé typy a značky pneumatik. Obecně se ale dá říci, že na suchu i mokru si vede Tomket téměř královsky. Značky jako Barum, Kleber, které se cenově blíží, poráží Tomket celkem bez problémů. Dobře sedí v zatáčkách, má kratší brzdnou dráhu, nejsou hlučné a hlavně hodně vydrží. V testech Tomkety dokázal potrápít třeba Michelinky, které jsou ovšem cenově úplně někde jinde. Rozdíly v jízdních vlastnostech ale byly tak těsné, že volba je jednoznačná. Konkrétně třeba u testů 17palcových pneumatik na mokru byla brzdná dráha z rychlosti 80km/h u Tomketů jen o deset centimetrů delší než u Michelinů. V tomto nezávislém testu zveřejněném na serveru novinky.cz v pořadí třetí pneumatiky zaostaly za Tomkety o tři metry, což už je znát.“

Z článku Novinky z dílny Tomket dostupném ke dni 13. 6. 2021 na <https://tomketpneuservis.cz/novinky/novinky-z-dilny-tomket/> bylo zjištěno, že se o žalobkyni hovoří jako o prémiovém výrobcu pneumatik značky Tomket.

Z printscreenu stránky <https://www.zbozi.cz/znacka/tomket/> ohledně značky TOMKET ke dni 13. 6. 2021 bylo zjištěno, že se o žalobkyni hovoří jako prémiové značce high performance pneumatik. Za značkou TOMKET stojí český lídr v prodeji pneumatik, eshop Nejlevnější Pneu společně se svými technologickými a výrobními partnery v Evropě a Asii.

Z printscreenu stránek <https://www.facebook.com/tomketcz> ke dni 13. 6. 2021 bylo zjištěno, že jde o facebookovou prezentaci provozovatele webu tomket.com, kde je o TOMKET v anglickém jazyce hovořeno jako o prémiové značce pneumatik.

Z výpisu z webových stránek [www.autorevue.cz](http://www.autorevue.cz) bylo zjištěno, že v diskusním fóru byla jedním z uživatelů uveřejněna reklamního billboardu žalobkyně v chorvatštině.

Z výpisu z webových stránek [www.echo24.cz](http://www.echo24.cz) bylo zjištěno, že billboard žalobkyně u dálnice byl doprovodnou fotkou k článku „Majitelé billboardů oblepili reklamní plochy vlajkami“.



Z printscreenu webových stránek [www.rezulteo-pneumatiky.cz](http://www.rezulteo-pneumatiky.cz) bylo zjištěno, že jsou v nich pneumatiky rozděleny do kategorií prémiové (Bridgestone, Continental, Dunlop, GoodYear, Michelin, Pirelli), značky pneumatik 2. třídy (Yokohama Vredestein, Hankook, Nokian, aj.) a ostatní značky pneumatik. Pneumatiky Tomket nejsou v žádné z kategorií.

Z printscreenu webových stránek [www.tipcars.com](http://www.tipcars.com) bylo zjištěno, že je v textu uvedeno, že „do třídy prémiových pneumatik patří ty nejkvalitnější s vynikajícím výkonem a vyladěnými vlastnostmi“, „jsou na ně kladeny vysoké spotřebitelské a výrobní nároky“...“za výrobce prémiových pneumatik lze považovat Continental, Bridgestone, Dunlop, GoodYear, Michelin, Nokian a Pirelli“. Ve výčtu nejsou pneumatiky žalobkyně uvedeny.

Z printscreenu webových stránek [www.pneulux.cz](http://www.pneulux.cz) bylo zjištěno, že pneumatiky jsou děleny do kategorií ekonomický (budgetový segment), střední a prémiový segment. Ve výčtu nejsou pneumatiky žalobkyně uvedeny.

Z printscreenu webových stránek [www.oponeo.cz](http://www.oponeo.cz) bylo zjištěno, že v článku z 14. 11. 2013 „Pneumatiky třídy premium – nejlepší modely“ jsou pneumatiky děleny do kategorií ekonomický (nízkorozpočtovou), střední a vyšší segment. Ve výčtu nejsou pneumatiky žalobkyně uvedeny.

Z printscreenu webových stránek [www.pneunejlevnejsi.cz](http://www.pneunejlevnejsi.cz) bylo zjištěno, že jsou v něm poskytnuty základní informace o letních pneumatikách a rozdělení letních pneu do tří hlavních tříd.

Z odborného vyjádření Mgr. Jiřího Chomáta ze dne 9. 10. 2020 bylo zjištěno, že se uvedená osoba vyjadřovala k termínu „prémiové pneumatiky“ s tím závěrem, že v segmentu trhu s pneumatikami jsou pneumatiky nejčastěji děleny podle kvality, s čímž je spojena i jejich cena. Jedná se o pneumatiky prémiové, střední třída a lowcost (budgetové, levné). Mezi nejdražší, prémiové pneumatiky patří zejm. výrobci z Evropy a USA, jejichž značka má již dlouholetou zavedenou tradici kvalitního výrobku; nejsou vyráběny v Číně/Thajsku. Mají dlouhou tradici značky většinou minimálně 80 let a také výroba je ve vlastních továrnách, které jsou veřejně dohledatelné. Jde o pneumatiky Continental, Pirelli, GoodYear, Michelin, Dunlop, Vredestein, Bridgestone. Pneumatiky se vyznačují nadprůměrnými jízdními vlastnostmi nebo jinými kvalitami, dokazované to je v nezávislých testech. Pneumatik Tomket patří do skupiny lowcostových pneumatik jak z hlediska ceny, tradice značky o místem výroby (prodejce jej nemá uvádět, nicméně podle označení je patrné, že se vyrábí v Číně. Prémiovost rovněž vyloučily nezávislé testy německých magazínů, kde byly Tomkety uvedeny. Podle uvedeného vyjádření je vyloučeno považovat pneumatiky Tomket za prémiové, neboť nespĺňují ani jednu charakteristiku, kvůli které by ji podle obecného povědomí mohla veřejnost považovat za prémiovou. Těmi jsou pneumatiky výrobců, jejichž značka má mnohaletou tradici kvalitního výrobku, a které se vyrábějí v Evropě a USA. Jedná se o značky Continental, Pirelli, Goodyear, Michelin, Dunlop, Vredestein a Bridgestone. Jejich společným znakem je dlouhá tradice značky, většinou minimálně 80 let a výroba ve vlastních továrnách, které jsou veřejně dohledatelné a nebývají zpravidla v Číně/Thajsku. Mgr. Chomát se označil za odborníka v oblasti pneumatik, pracuje jako provozovatel webu pneusrovnac.cz, v oboru pracuje od roku 2013.

Z článku Test brzdné dráhy zimních pneumatik 245/45 R18 dostupném na <https://www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-245-45-R18-brzdnadraha> (bez data pořízení printscreenu) bylo zjištěno, že jde o komentář výsledku testu brzdné dráhy u pneumatik tohoto rozměru publikovaném v časopise Autobild v roce 2020. Vítězem testu je Bridgestone Blizzak LM-005. Je uvedeno, že uvedený test se týkal zimních pneumatik s tím, že v 50 dezénech byly zastoupeny i české modely, konkrétně Barum Polaris 5 a Tomket Snowroad Pro 3. Zatímco Barumka příjemně překvapila 10. místem a díky tomu postoupila do finále, Tomket bohužel nepřekvapil a obsadil 38. místo, přičemž zabrzdil z 80km/h na mokru oproti vítězné Blizzak LM-005 o 9 metrů dále. Po krátkém textu následuje tabulka s přehledem všech testovaných pneumatik, u Tomketů je uvedeno, že jsou tedy na 38. místě Z celkového počtu 50 testovaných modelů s brzdou drahou na mokru 39,3 m. Stránky jsou zpracovány autorem Jiřím Chomátem.

Z článku Test brzdné dráhy letních pneumatik 205/55 R16 dostupném na <https://www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-205-55-R16-brzdnadraha> (bez data pořízení printscreenu) bylo zjištěno, že jde o komentář výsledku testu brzdné dráhy u pneumatik tohoto rozměru publikovaném v časopise Autobild v roce 2021. Vítězem testu je Hankook Ventus Prime3 K125. Je uvedeno, že uvedený test se týkal letních pneumatik s tím, že byla testována brzdna dráha na mokru i na suchu; do druhého kola pak postoupilo 15 (z celkem 50 testovaných modelů), které budou otestovány detailněji. Pneumatiky Tomket Sport se umístily na 49. místě s brzdou dráhou na suchu 39 m a na mokru 39,2 m.

Z diskuse pod článkem „Němečtí odborníci zvolili nejhorší letní i celoroční pneumatiky. Pokud takovou sadu máte, pohotově ji vyměňte“ dostupné ke dni 17. 6. 2021 na <https://www.autozive.cz/diskuze/nejhors-i-letni-i-celoro-cni-pneumatiky/> bylo zjištěno, že jeden z uživatelů se ptá, od kdy jsou pneu Tomket české s tím, že to, že je prodává český internetový obchod z nich české neudělá. V reakci je jiným uživatelem sděleno, že jde o nefalšovanou čínskou kvalitu, že si je koupil, protože se nechal zlákat reklamou s dovětkem, že za blbost se platí. Jiný uživatel pak uvádí, že Tomket jsou české gummy s tím, že jsou sice vyráběny v Číně, ale pro společnost Nejlevnější pneu. Jiný uživatel pak reaguje, že se většina pneumatik dnes vyrábí v Číně.

Z výpisu z obchodního rejstříku Continental Barum s.r.o., IČO 45788235, byla zjištěna její právní osobnost a skutečnost, že společnost má sídlo v Otrokovicích, byla založena v roce 1993. Předmětem podnikání je mimo jiné zpracování gumárenských směsí.

Z printscreenu webové stránky <https://www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-195-65-R15-brzdnadraha> bylo zjištěno, že dne 18. 9. 2018 byl publikován na uvedeném serveru Test brzdné dráhy zimních pneumatik 195/65/R15, a to podle Magazínu Autobild 2018. Vítězem testu je Continental WinterContact TS 860. Je uvedeno, že uvedený test se týkal zimních pneumatik s tím, že jeho první fáze se skládá z testu brzdné dráhy na mokru, resp. i na sněhu v případě 30 nejlepších z 51 testovaných. K pneumatikám Tomket je uvedeno, že se umístily na 33. místě a tedy naprosto nedostály proklamaci v radiových reklamách ani ve vlastním nezávislém testu. Na celkově dobrém 12. místě se pak umístily pneumatiky Barum, ovšem se starším modelem. Po krátkém textu následuje tabulka s přehledem všech testovaných pneumatik, u Tomketů je uvedeno, že jsou tedy na 33. místě s brzdou dráhou na mokru 40,2 m.

Z článku na webu Autoforum ze dne 4. 4. 2018 nazvaném: „Test srovnal brzdou dráhu levných pneu české značky s Michelin a spol. Výsledky překvapí“ dostupném na <https://www.autoforum.cz/zivot-ridice/test-srovnal-brzdnou-drahu-levnych-pneu-ceske-znacky-s-micheliny-a-spol-vysledky-prekvapi/> bylo zjištěno, že jsou zde komentovány výsledky testování pneumatik TOMKET v testech IDIADA s tím, že článek vyznívá pozitivně, pneumatiky TOMKET nemusí být podle autora článku špatnou volbou. Je uvedeno, že si je nechává vyrábět česká značka TOMKET v Číně dvěma nejmenovanými gumárenskými koncerny. Podle všeho by přitom jedním měla být čínská značka LingLong, druhá zůstává zakryta tajemstvím.“

Z článku „Vzniká nová česká značka pneumatik. Zakládá ji největší e-shop s gumami“ publikovaném na webu iDnes.cz dne 17. 1. 2018 dostupném na [https://www.idnes.cz/auto/zpravodajstvi/pneumatiky-plaste-obuti-e-shop-radek-G.-tomket.A170116\\_201243\\_automoto\\_fdv](https://www.idnes.cz/auto/zpravodajstvi/pneumatiky-plaste-obuti-e-shop-radek-G.-tomket.A170116_201243_automoto_fdv) bylo zjištěno, že autor J.P. se vyjádřil tak, že: „Pneumatiky budou pro českou značku vyrábět v zahraničí dva gumárenské koncerny, které patří mezi patnáct největších světových výrobců. Jejich jména G. nechce zveřejnit, ale zdůrazňuje, že největší důraz při výběru kladl na kvalitu.“

Z printscreenu internetových stránek [www.nejlevnejsipneu.cz/cz/pneumatika.php?id=128840](http://www.nejlevnejsipneu.cz/cz/pneumatika.php?id=128840) bylo zjištěno, že se na uvedeném webovém serveru nabízí pneumatika Debica FRIGO HP 2 k prodeji v e-shopu žalobkyně.

Z printscreenu internetových stránek [www.nejlevnejsipneu.cz/cz/pneumatika.php?id=138117](http://www.nejlevnejsipneu.cz/cz/pneumatika.php?id=138117) bylo zjištěno, že se na uvedeném webovém serveru nabízí pneumatika Barum QUARTARIS 5 k prodeji v e-shopu žalobkyně.

Z webových stránek [www.tomketpneuservis.cz/novinky/tomket-po-vsech-strankach-skvely-pomer-cena-vykon/](http://www.tomketpneuservis.cz/novinky/tomket-po-vsech-strankach-skvely-pomer-cena-vykon/) (bez data výtisku) bylo zjištěno, že TOMKET je prezentována jako česká prémiová značka...u níž přes velmi příznivou cenu jsou skvělé vlastnosti srovnatelné se zavedenými a mnohem dražšími značkami jako je Michelin, Dunlop nebo Barum, což mají dokazovat mnohé testy motoristických odborníků. Spotřebitelské testy jsou velmi dobré, na suchu i na mokru si Tomkety vedou téměř královsky. Značky Barum, Kleber, které se cenově blíží, poráží Tomket celkem bez problémů. ..V testech dokázaly Tomkety potrápiti třeba i Michelinky, které jsou ovšem cenově úplně jinde: Rozdíl v jízdních vlastnostech ale byly tak těsné, že volba je jednoznačná.

Z webových stránek [www.tomketpneuservis.cz/novinky/novinky-z-dilny-tomket](http://www.tomketpneuservis.cz/novinky/novinky-z-dilny-tomket) (bez data výtisku) bylo zjištěno, že se o výrobci pneumatik Tomket hovoří jako českém prémiovém výrobci pneumatik značky Tomket.

U webových stránek [www.zbozi.cz/znacka/tomket](http://www.zbozi.cz/znacka/tomket) (bez data výtisku) bylo zjištěno, že o TOMKET je hovořeno jako o prémiové značce high performance pneumatik, která klade důraz na vysokou kvalitu a použití nejmodernějších technologií.

Z printscreenu úvodní strany na sociální síti Facebook ohledně uživatele TOMKET [www.facebook.com/tomketcz](http://www.facebook.com/tomketcz) (bez data výtisku, v angličtině) bylo zjištěno, že TOMKET je prezentována jako prémiová značka pneumatik.

Z fotografií billboardové kampaně žalobkyně bylo zjištěno, že tato u nás i v zahraničí prezentuje své výrobky jako prémiové s doživotní zárukou.

Z webových stránek [www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-245-45-R18-brzdnadraha](http://www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-245-45-R18-brzdnadraha) již nebylo zjištěno ničeho, jelikož stránky nefungují.

Z webových stránek [www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-205-55-R18-brzdnadraha](http://www.testpneumatik.eu/zimni-autobild-205-55-R18-brzdnadraha) již nebylo zjištěno ničeho, jelikož stránky nefungují.

Z výpisu z webových stránek [www.testpneumatik.eu](http://www.testpneumatik.eu) bylo zjištěno, že tyto jsou přeměřovány na [www.pneuteka.cz](http://www.pneuteka.cz) a jedná se o stránky, které podle typu vozidla a zadaných parametrů najdou nejvhodnější pneumatiku. Lze rovněž vyhledat testy ohledně pneumatik od roku 2015 do současnosti.

Z diskuse na webových stránkách [www.autozive.cz/diskuse/nejhorsiletni-i-celoroční-pneumatiky](http://www.autozive.cz/diskuse/nejhorsiletni-i-celoroční-pneumatiky) bylo zjištěno, že diskutující nejsou spokojeni s kvalitou pneumatik Tomket a s tím, že je jejich výrobce prezentuje jako pneumatiky české výroby, přestože jsou vyrobeny v Číně.

Z diskuse na webových stránkách [www.testpneumatik.eu/blog/nezavisly-test-pneumatik-tomket-co-mi-na-nem-prijde-zvlastni/](http://www.testpneumatik.eu/blog/nezavisly-test-pneumatik-tomket-co-mi-na-nem-prijde-zvlastni/), konkrétně z vyjádření diskutujícího Martina ze dne 25. 6. 2019 bylo zjištěno, že se jedná o pneumatiky čínské, že mediální kampaň je lež jako věž s tím, že vyslovuje přesvědčení o tom, že se nejedná o pneumatiky srovnatelné s mnohaletými zkušenostmi tradičních výrobců s tím, že on nabízí za stejnou cenu gumy vyrobené v Evropě, v továrnách Michelinu.

6. Soudu je dále z jeho úřední činnosti známo, že u něj bylo vedeno řízení o návrhu žalobkyně na vydání předběžného opatření, kterým se žalobkyně domáhala znepřístupnění na všech webových stránkách vedených na doméně [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz) obsah článku „Levné pneu TOMKET: Jsou skutečně prémiové?“ a dále uložení povinnosti zdržet se bez ohledu na způsob šíření tohoto sdělení a na použité médium

1. šíření tvrzení, že:

- a. pneumatiky Tomket Snowroad 3 nezářily v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018, který měřil brzdou dráhu v rozměru 195/65 R15;
- b. pneumatiky Tomket Snowroad 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 5,7 metrů delší brzdou dráhu na sněhu než Continental WinterSport TS 860;
- c. pneumatiky Barum Polaris 3 měly dle testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 o celých 3,5 metru kratší brzdou dráhu na sněhu než pneumatiky Tomket Snowroad 3;
- d. srovnání pneumatiky Tomket Snowroad 3 s pneumatikou Barum Polaris 3 v testu zimních pneumatik magazínu Autobild z roku 2018 žalobci nelichotí;
- e. pneumatiky Tomket mají řadu nejasností ohledně původu;
- f. pláště pneumatik Tomket jsou vyráběny v Číně;
- g. u pneumatik Tomket zákazníci nezískají pláště od dlouhodobě spolehlivých značek;
- h. u pneumatik Tomket zákazníci nezískají záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě;
- i. značka pneumatik Tomket je nekvalitní;

2. šíření varování, aby každý řidič zvážil, zda pneumatiky Tomket splňují jeho představy o prémiovosti.

Návrhu žalobkyně bylo přitom vyhověno a usnesením ze dne 29. 9. 2020, č. j. 74 Nc 20/2020 - 31, bylo návrhu vyhověno. Usnesení soudu prvního stupně bylo potvrzeno usnesením Vrchního soudu v Olomouci ze dne 27. 1. 2021, č. j. 4 Cmo 204/2020 - 143. Usnesení nabylo právní moci dne 15. 3. 2021.

7. Žalobkyně se domáhá s ohledem na jednání žalované uložení povinnosti zdržet se jednání popsaného ve výroku I. tohoto rozsudku a přiznání přiměřeného zadostiučinění v penězích, a to z důvodu jednak porušení pravidel soutěže, tj. porušení tzv. generální klauzule nekalé soutěže, a dále naplnění skutkových podstat zlehčování, parazitování na pověsti a nedovolené srovnávací reklamy a rovněž soudcovské skutkové podstaty nekalé soutěže porušení norem veřejného práva se soutěžním dopadem; současně je přesvědčena o tom, že jednání žalované ohrozilo, resp. snížilo její pověst.
8. Podle čl. 10 Listiny základních práv a svobod (dále též jen „Listina“) má každý právo, aby byla zachována jeho lidská důstojnost, osobní čest, dobrá pověst a chráněno jeho jméno. Podle čl. 17 odst. 1, 2, 3 a 4 Listiny svoboda projevu a právo na informace jsou zaručeny; každý má právo vyjadřovat své názory slovem, písmem, tiskem, obrazem nebo jiným způsobem, jakož i svobodně vyhledávat, přijímat, rozšiřovat údaje a informace bez ohledu na hranice státu. Cenzura je nepřijatelná. Svobodu projevu a právo vyhledávat a šířit informace lze omezit zákonem, jde-li o opatření v demokratické společnosti nezbytná pro ochranu práv a svobod druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a mravnosti.

Podle § 135 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále též jen „o.z.“), právnická osoba, která byla dotčena zpochybněním svého práva k názvu nebo která utrpěla újmu pro neoprávněný zásah do tohoto práva, nebo které taková újma hrozí, zejména neoprávněným užitím názvu, se může domáhat, aby bylo od neoprávněného zásahu upuštěno nebo aby byl odstraněn jeho následek. Podle odst. 2 stejná ochrana náleží právnické osobě proti tomu, kdo bez zákonného důvodu zasahuje do její pověsti nebo soukromí, ledaže se jedná o účely vědecké či umělecké nebo o tiskové, rozhlasové, televizní nebo obdobné zpravodajství; ani takový zásah však nesmí být v rozporu s oprávněnými zájmy právnické osoby.

Podle § 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. Podle odst. 2 nekalou soutěží podle odstavce 1 je zejména

- a) klamavá reklama,
- b) klamavé označování zboží a služeb,
- c) vyvolání nebezpečí záměny,
- d) parazitování na pověsti závodu, výrobku či služeb jiného soutěžitele,
- e) podplácení,
- f) zlehčování,
- g) srovnávací reklama, pokud není dovolena jako přípustná,
- h) porušení obchodního tajemství,
- i) dotěrné obtěžování a
- j) ohrožení zdraví a životního prostředí.

Podle § 2982 o.z., parazitováním je zneužití pověsti závodu, výrobku nebo služby jiného soutěžitele umožňující získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, jehož by soutěžitel jinak nedosáhl.

Podle § 2984 odst. 1 o.z., zlehčováním je jednání, jímž soutěžitel uvede nebo rozšiřuje o poměrech, výkonech nebo výrobku jiného soutěžitele nepravdivý údaj způsobilý tomuto soutěžiteli přivodit újmu. Podle odst. 2 zlehčováním je i uvedení a rozšiřování pravdivého údaje o poměrech, výkonech nebo výrobku jiného soutěžitele, pokud jsou způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu. Nekalou soutěží však není, byl-li soutěžitel k takovému jednání okolnostmi donucen (oprávněná obrana).

Podle § 2980 odst. 1 o.z., srovnávací reklama přímo nebo nepřímou označuje jiného soutěžitele nebo jeho zboží či službu. Podle odst. 2 srovnávací reklama je přípustná, pokud se srovnání týče,

- a) není-li klamavá,
- b) srovnává-li jen zboží a službu uspokojující stejnou potřebu nebo určené ke stejnému účelu,
- c) srovnává-li objektivně jednu nebo více podstatných, důležitých, ověřitelných a příznačných vlastností zboží nebo služeb včetně ceny,
- d) srovnává-li zboží s označením původu pouze se zbožím stejného označení,
- e) nezlehčuje-li soutěžitele, jeho postavení, jeho činnost nebo její výsledky nebo jejich označení ani z nich nekalým způsobem netěží, a

f) nenabízí-li zboží nebo službu jako napodobení či reprodukci zboží nebo služby označovaných ochrannou známkou soutěžitele nebo jeho názvem.

Podle § 5 zákona č. 632/1992 Sb., o ochraně spotřebitele ve znění do 5. 1. 2023, obchodní praktika se považuje za klamavou, pokud obsahuje věcně nesprávnou informaci a je tedy nepravdivá, což vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil. Podle odst. 2 za klamavou se považuje také obchodní praktika obsahující pravdivou informaci, jestliže vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, pokud jakýmkoli způsobem uvádí nebo je schopna uvést spotřebitele v omyl ohledně

- a) existence a podstaty výrobku nebo služby,
- b) hlavních znaků výrobku nebo služby, jako jsou údaje o jejich dostupnosti, výhodách, rizicích, provedení, složení, příslušenství, poprodejním servisu a vyřizování reklamací a stížností, výrobním postupu a datu výroby nebo dodání, způsobu dodání, způsobilosti k účelu použití, možnosti použití, množství, specifikaci, zeměpisném nebo obchodním původu, očekávaných výsledcích jejich použití nebo výsledcích a provedených zkouškách nebo kontrolách,
- c) rozsahu závazku prodávajícího, motivu pro obchodní praktiku a podstaty prodejního postupu, prohlášení nebo symbolu týkajících se přímého nebo nepřímého sponzorování nebo schválení prodávajícího nebo výrobku nebo služby,
- d) ceny nebo způsobu výpočtu ceny anebo existence konkrétní cenové výhody,
- e) nutnosti servisu, náhradního dílu, výměny nebo opravy,

f) podstaty, charakteristických rysů a práv prodávajícího nebo jeho zástupce, například jeho identifikace a majetku, způsobilosti, postavení, schválení, přidružení nebo vztahů, práv průmyslového, obchodního nebo duševního vlastnictví nebo jeho ocenění a vyznamenání, nebo g) práv spotřebitele, včetně práva na náhradní dodání nebo vrácení kupní ceny vyplývajících z práv z vadného plnění nebo rizika, kterému může být vystaven.

Podle odst. 3 obchodní praktika se rovněž považuje za klamavou, pokud ve věcných souvislostech, s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem, vede nebo může vést k tomu, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, a pokud zahrnuje

a) jakékoli uvádění výrobku nebo služby na trh, včetně srovnávací reklamy, které vede k záměně s jiným výrobkem nebo službou,

b) jakékoli uvádění výrobku nebo služby na trh, včetně srovnávací reklamy, které vede k záměně s ochrannou známkou, obchodní firmou nebo jinými rozlišovacími znaky jiného prodávajícího, nebo

c) nedodržení jednoznačného závazku obsaženého v kodexu chování, k jehož dodržování se prodávající prokazatelně zavázal.

9. Podřazením zjištěného skutkového stavu pod uvedená zákonná ustanovení dospěl soud k závěru, že jednání žalované je jednáním, které je rozporu s pravidly soutěže s tím, že podle názoru soudu byly naplněny - vedle generální klauzule nekalé soutěže - všechny tři žalobkyní zmiňované skutkové podstaty nekalé soutěže, stejně jako došlo k naplnění skutkové podstaty porušení norem veřejného práva se soutěžním dopadem podle zákona na ochranu spotřebitele a zásahu do pověsti žalobkyně, avšak s ohledem na nižší intenzitu zásahu není na místě přiznat žalobkyni - pouze za porušení soutěžních pravidel - zadostiučinění v požadované výši 1 000 000 Kč, avšak pouze v částce 100 000 Kč.

10. Generální klauzule nekalé soutěže obsažená v § 2976 odst. 1 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „o.z.“), stanoví tři podmínky, které musí být kumulativně splněny, aby bylo možné jednání kvalifikovat jako nekalosoutěžní:

a) jednání se uskutečňuje v hospodářském styku,

b) je v rozporu s dobrými mravy soutěže a

c) je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo zákazníkům.

Soud má za to, že výše uvedené jednání žalované naplnilo všechny tři podmínky generální klauzule nekalé soutěže, ale také výše uvedené zákonné skutkové podstaty nekalé soutěže, a toto lze tak označit za jednání nekalosoutěžní.

11. Jednak je zřejmé, že se jednání žalobkyně a žalované uskutečňuje v hospodářském styku, obě jsou přímými hospodářskými soutěžitelkami. V tomto směru nebyl mezi žalobkyní a žalovanou ostatně ani spor. Je na místě tedy pouze doplnit, že obě se střetávají na relevantním trhu s pneumatikami, když jakožto podnikatelky provozující e-shopy oslovují s nabídkou koupě pneumatik zákazníky. Je v tomto směru nerozhodné, že žalovaná nenabízí na svém e-shopu právě pneumatiky nabízené pod značkou Tomket, které si tato nechává vyrábět v Číně, popř. v jiných asijských zemích. O soutěžním záměru žalované nemůže být pochyb, neboť její jednání objektivně ve svém souhrnu vedlo k získání neoprávněné pozice na trhu, když prostřednictvím hromadně šířeného emailu ve dvou dnech 24. 8. 2020 a 25. 8. 2020 dala do dispozice odběratelům novinek e-shopu žalované článek za použití grafiky i textu škodlivého charakteru, který dříve dne 10. 8. 2020 uveřejnila na svých webových stránkách, které jsou e-shopem, a to v sekci „Umíme poradit - o pneumatikách víme vše“, v rubrice „Články a tipy“, v němž dává ke zvážení čtenářům, zda je nákup pneumatik TOMKET tou nejvhodnější volbou. Hodnotila přitom kvalitu těchto pneumatik, které sama na e-shopu nenabízí, a to za nepřesné interpretace výsledků testování těchto pneumatik. Svůj závěr o nedoporučení pneumatik Tomket pak podpořila hypertextovými odkazy na pneumatiky nabízené na vlastním e-shopu s tím, že jde o lepší volbu. Žalovaná tedy šířila tento svůj subjektivní závěr opřený o nesprávně převzaté výsledky testování těchto pneumatik mezi osoby registrované na svém maillistu se záměrem přeměrovat je na zboží nabízené jí samotnou. Jednáním žalované tudíž byly

jednoznačně sledovány soutěžní cíle (k tomu srovnej rozsudek Nejvyššího soudu ve věci sp. zn. 32 Odo 229/2006, popř. rozsudek téhož soudu ve věci sp. zn. 32 Odo 1464/2006).

12. Byť soud může porozumět jednání žalované, které se nezamlouval způsob reklamy výrobků žalobkyně (reklamní zveličování a používání termínů prémiové, popř. high performance pneumatiky českého výrobce i za situace, kdy je pro žalobkyni vyrábí čínská společnost LingLong), je na místě zdůraznit, že odpovědnost za porušení pravidel soutěže je kategorií zcela objektivní. Podstatné je pouze a jen to, zda jsou naplněny podmínky generální klauzule nekalé soutěže, jednotlivých skutkových podstat či nikoli, a to ve vztahu mezi soutěžitelkami; vnitřní důvody na té které straně mohou být podstatné až při úvaze o výše imateriální újmy v případě, že je základ nároku dán.
13. Objektivně došlo k tomu, že žalovaná nesouhlasí s tím, že by byly pneumatiky Tomket prémiovými (míněno kvalitativně ve srovnatelné úrovni jako pneumatiky vyráběné renomovanými výrobci zavedených značek), zaštiťujíc se výsledky testování renomovaného magazínu Autobild, které však převzala nesprávně a zavádějícím způsobem, si klade otázku, zda je možné považovat tyto pneumatiky za prémiové s výzvou čtenáři, necht' si udělá názor sám. Sama žalovaná již však vyhodnotila pneumatiky Tomket tak, že podle ní v testech zrovna nezazářily. Objektivně nesprávný je text žalované zejm. v tom, že test, o který opírá žalovaná svůj závěr o příliš dlouhé brzdě dráze na sněhu pneumatiky Tomket vůbec nepodstoupily, jelikož se do testování na sněhu (v druhém kole testu) vůbec nedostaly; v prvním kole testování, z něž však pro své umístění nepostoupila do testování na sněhu, probíhalo na mokru. Tvrzení žalované, že oproti vítězné Continental WinterSport TS 860 měl Tomket o celých 5,7 metrů delší brzdovou dráhu na sněhu, není pravdivé. Soud nesouhlasí s názorem žalované, že vzhledem k tomu, že šlo o lidskou chybu a přehlédnutí a že z obsahu článku jako celku bylo možné seznat, že tento údaj nemůže být pravdivý, a že tudíž pochybení žalované v tomto směru působí pouze újmu minimální intenzity. Pro průměrného spotřebitele, tj. osobu průměrných vlastností, tato informace na první pohled zcela jistě nesprávná nepřijde, jelikož jsou testovány zimní pneumatiky, a tudíž výsledky pneumatik na sněhu jsou očekávatelným výsledkem takového testování. Nadto bylo prokázáno, že umístění na 33. místě v testech na vodě bylo některými médii komentováno jako perfektní výsledek vzhledem k tomu, že jde o mladou značku působící na trhu od roku 2017. Pokud jde o pochybnost žalované stran prémiovosti pneumatik Tomket v kontextu s pneumatikami Barum jakožto tradičního výrobce rovněž ekonomických pneumatik české značky, které skončily v testech lépe a do testování na sněhu postoupily, soud vnímá jako hodnotící soud, tj. názor žalované. Z celého vyznění článku je zřejmé, že z pohledu žalované jakožto autora textu nejsou pneumatiky Tomket kvalitními výrobky, pročez je žalobkyně nemá prezentovat - byť v rámci reklamních sdělení - jako prémiové, a testy Autobild to mají potvrzovat. Žalovaná v textu poukazuje, že délky brzdě dráhy je u Tomketů dramaticky delší než u Barumek a odpovídá délce přechodu pro chodce, čímž zřetelně naráží na otázku bezpečnosti pneumatik Tomket. V případě druhého z odkazovaných testů, tj. testu agentury IDIADA, kde letní pneumatiky Tomket skončily na druhém místě za Michelin v testech na mokru i suchu, je naznačeno, že tyto testy nemusí být objektivní, jelikož testované vzorky do nich dodávají samy testování (a nemusí se tudíž jednat o pneumatiky dodávané na trh, ale pouze o testovací vzorky jiných vlastností); použité sousloví, že test proběhl „na objednávku“ českého výrobce je pouhou spekulací žalované mající zřetelně na cíl relativizovat výsledky tohoto testu. Oba testy jsou pak zpochybněny co do svých výsledků konstatováním, že šlo pouze o srovnání brzdě dráhy, a jiné parametry srovnány nebyly. Článek pak končí zamyšlením autora textu, zda se tedy pneumatiky Tomket vyplatí a zda splňují představy o prémiovosti, přičemž závěr by si měl čtenář utvořit jednak právě od výsledku jejich testování v obou testech a dále z toho, že jsou zde pochybnosti ohledně jejich původu. Toto konstatování pak není nijak vysvětleno, přestože v době, kdy byl článek zveřejněn, byly zveřejněny články, v nichž je zmíněno, že si pneumatiky Tomket nechává žalobkyně vyrábět v továrnách LingLong v Číně (byť je pravdou, že jednatel žalobkyně explicitně tuto informaci v rozhovorech nepotvrzoval a vytvářel okolo této okolnosti tajemno, avšak z pohledu

soudu šlo opět o reklamní, marketingové zveličování). Závěr textu je pak oslovením čtenářů, aby poté, co shodně jako autor textu, dospějí k závěru o tom, že koupě pneumatik Tomket není dobrý nápad, zvážili koupi jejich alternativy na e-shopu pneumatiky.cz provozovaném žalovanou. Objektivně je tedy zřejmé, že žalovaná jednala se soutěžním záměrem, jakožto přímý konkurent se zhostila role kritika výrobků nabízených žalobkyní, přijatý závěr o (ne)kvalitě výrobků žalobkyně opřela žalovaná o nesprávně převzaté výsledky testování renomovaných magazinů působících v řadu let v oboru, doplnila je poukazem na nejasnost okolo reálného výrobce a nabídla čtenáři prodej alternativy, z něž by mohla mít majetkový prospěch.

14. V této souvislosti je na místě uvést, že je obecně známo a zaužíváno, že hovoří-li se o nějakém výrobku jako o „čínském“ či „pocházejícím z Číny“ v kontextu hodnocení kvality výrobků, je poukazováno na nekvalitu takového výrobku. Doprovodila-li žalovaná text článku dále fotografií mladého muže asijských rysů pracujícího v továrně, je z pohledu čtenáře irelevantní, zda se jednalo o montéra, osobu pracující v továrně na výrobu pneumatik či něčeho jiného; podstatné bylo sdělení autora textu, že je poukazováno na nízkou kvalitu pneumatik Tomket. Odkaz na čínský původ pneumatik Tomket - byť se jedná o informaci pravdivou - byl tudíž čtenáři předložen takovou formou a v takových souvislostech, že působí difamačně. Sama okolnost, že jsou pneumatiky Tomket vyráběny pro žalobkyni v továrnách LingLong v Číně by podle názoru soudu škodlivá nebyla, avšak byla-li současně doplněny pochybností autora textu o původu takových pneumatik, je záměr poškodit žalobkyni zřejmý. Ostatně pokud jsou pneumatiky Tomket vyráběny v Číně, pak je zřejmé, že s nimi zákazník nezíská záruku, že jsou vyráběny přímo v Evropě.
15. Pokud žalovaná v závěru textu článku navrhovala čtenáři zvážit koupi pneumatiky za dostupnou cenu od „několika výrobců“ s tím, že tito výrobci jsou dlouhodobě spolehliví a je u nich záruka, že jejich pneumatiky jsou vyrobeny přímo v Evropě, je pravdou, v této části textu není značka Barum výslovně zmiňována. Nicméně text je třeba vnímat celý, včetně právě hypertextových odkazů na stránky žalované a na pneumatiky, které ona jako vhodné alternativy za pneumatiky Tomket Alyear 3 XL čtenáři nabízí; zde je odkaz na pneumatiky Barum Quartaris 5 se zdůrazněním, že jejich výroba je v České republice. Za jinou spolehlivou značku z pohledu autora textu způsobitou alternovat pneumatiky Tomket s evropským původem, pak zcela nepochybně byla myšlena právě značka Barum, kterou žalovaná na svém e-shopu nabízí (žalovaná u značek Dabica a Kormoran, které rovněž nabízí jako alternativu k pneumatikám žalobkyně, zemi svého původu v textu článku neuvádějí).
16. Obdobně jako v případě tvrzení o výrobě pneumatik Tomket v Číně přistupuje soud k výroku žalované, že u pneumatik Tomket nezískají zákazníci pláště od dlouhodobě spolehlivých značek; toto tvrzení je podle názoru soudu hodnotícím soudem. Z kontextu článku žalované jasně plyne, že žalovaná hovořila v tomto případě o jiných („několika“) výrobcích pneumatik, než je Tomket, kteří jsou z jejího pohledu spolehliví a kteří mají své závody v Evropě. Pokud je žalobkyně společností zabývající se výrobou pneumatik až od roku 2017, pak v roce 2020 (a i z dnešního pohledu) je nadále velmi mladou značkou, u které je ze své podstaty nemožné pyšnit se označením „dlouhodobě spolehlivý“. Žalobkyně je společností intenzivně propagující své výrobky, investující masivní objem prostředků do reklamy, avšak dlouhodobá spolehlivost lze očekávat podle názoru soudu až po násobně delší době působení na trhu. Tento hodnotící soud žalované je tudíž založen na pravdivé informaci, avšak v kontextu všech ostatních tvrzení v článku byl tudíž čtenáři předložen takovou formou a v takových souvislostech, že působí difamačně. Z textu článku je zřejmé, že je zde naráženo primárně na otázku spolehlivosti, avšak u „značky“ Tomket nelze o spolehlivosti jako takové hovořit; to lze pouze u pneumatik. Každá pneumatika musí v případě uvedení na trh splňovat určité minimální kvalitativní normy a v případě pochybností o spolehlivosti pneumatik, resp. jejich kvalitě, by se tyto na trh nedostaly.
17. Žalovaná v textu článku výslovně uvádí, že na rozdíl od pneumatik žalobkyně existují takové pneumatiky, u nichž zákazník získá „s podobnými náklady“ pláště „od dlouhodobě spolehlivých značek“, u nichž má zákazník navíc záruku, že „jsou vyrobeny přímo v Evropě“; z další části textu



článku je přitom zřejmé, že se jedná o pneumatiky Barum, která má závody skutečně pouze v Evropě a evropské části Ruska, avšak je součástí koncernu Continental se závody po celém světě včetně Malajsie a jiných asijských zemí.

18. Vzhledem ke všemu výše uvedenému je zřejmé, že žalovaná v kontextu celého svého vyjádření poukazuje na kvalitu pneumatik Tomket, která není podle jejího názoru dostatečná (když říká, že s podobnými náklady získáte pláště od dlouhodobě spolehlivých značek, když naráží na výrobu pneumatik v Číně aj.). I v tomto případě se jedná o hodnotící soud, pro nějž je podstatné, zda měla žalovaná jako podklad pro takové hodnocení pravdivé podklady a zda byla kritika věcná, konkrétní a přiměřená, jejím cílem nesmí být hanobení. Kritika žalované nicméně nejen, že nebyla konkrétní (není zcela na první pohled zřejmé, koho žalovaná myslí, když hovoří o dlouhodobě spolehlivých značkách pneumatik, které při výběru doporučuje autor článku zvážit a která jsou zaručeně evropské), ale soud má za to, že jejím cílem bylo právě hanobení žalobkyně (celým sdělením, nikoli pouze určitými frázemi).
19. Druhou podmínkou generální klauzule nekalé soutěže je „jednání v rozporu s dobrými mravy soutěže“; rovněž tato podmínka byla výše uvedeným jednáním žalované naplněna. V této souvislosti soud odkazuje na rozhodnutí Krajského soudu v Brně (sp. zn. 25 Cm 254/2004): *„I když zákon výslovně nedefinuje pojem dobrých mravů soutěže, lze pod ním rozumět určité všeobecné (tedy v hospodářské soutěži platné), mimoprávní či etické zásady a normy, které jsou kladeny na všechny, kteří se v dané hospodářské oblasti projevují – vyvíjí svoji činnost za účelem dosažení určitého prospěchu, které vymezují, co v dané hospodářské oblasti lze považovat za poctivé, slušné, sledující vlastní prospěch, avšak nepoškozující jiného. Dobré mravy soutěže přitom jako kategorie norem jsou svou povahou objektivní v tom smyslu, že není rozhodné, zda osoba, která v rozporu s dobrými mravy jedná, takové jednání zamýšlela či nikoli, zda bylo jejím záměrem, cílem či úmyslem v rozporu s dobrými mravy soutěže jednat. Tedy dobré mravy soutěže jsou kategorií nezávislou na subjektivním vnímání jednotlivého soutěžitele. Je tedy také nerozhodný motiv tohoto jednání, nýbrž rozhodný je projevovaný výsledek jednání.“* Obdobně k vymezení dobrých mravů soutěže odkazuje soud na rozsudek Nejvyššího soudu, sp. zn. 23 Cdo 4554/2017: *„Dobré mravy judikatura ustáleně charakterizuje jako soubor společenských, kulturních a mravních norem, jež v historickém vývoji osvědčují jistou neměnnost, vystihují podstatné historické tendence, jsou sdíleny rozhodující částí společnosti a mají povahu norem základních. Pojem dobré mravy soutěže je však třeba poněkud modifikovat, a to právě proto, že se uplatňují v hospodářské soutěži, tj. v prostředí, kde cílem je na trhu se prosadit, získat zde oproti jiným výhodu, což předpokládá jistou míru agresivity a „podnikatelské vychytralosti“ (srov. Hajn: Komunitární a české právo proti nekalé soutěži, Masarykova universita, Brno 2010). Je však třeba vždy dodržet korektní a soutěžně přijatelné metody, samozřejmým předpokladem jednání v souladu s dobrými mravy soutěže je zachovat poctivost a slušnost.“*
20. Jak již bylo uvedeno dříve, nelze považovat za soutěžně akceptovatelné získat neoprávněnou výhodu v podobě ovlivnění zákazníka nepravdivými, popř. pravdivými, avšak hanlivými a zavádějícími vyjádřeními, s ekonomickou motivací pro takové jednání (snížit prodeje konkurence, u které mi vadí způsob reklamy, a na její úkor navýšit vlastní zisk). Cílem jednání žalované tak bylo v tomto ohledu jediné: poškodit žalobkyni a oslabit její atraktivitu, prodeje, a to právě na úkor žalobkyně. Svým jednáním navíc žalovaná zjevně cíleně využila zájmu zákazníků o žalobkyně služby.
21. Soud poukazuje v tomto ohledu rovněž na skutečnost, že jednotlivá závažná jednání žalované není možno posuzovat samostatně, ale je třeba je hodnotit v celém svém souhrnu (srov. rozhodnutí Nejvyššího soudu sp. zn. 23 Cdo 2205/2012: *„Nelze nijak separovat jednotlivé části reklamního tvrzení (které by samy o sobě třeba v jiném případě nemusely být považovány za klamavé, ale je nutno posuzovat předmětná reklamní sdělení jako celek.“*). V případě této věci je proto třeba vyjít také z toho, že nelze jednotlivé odstavce a věty článku žalované od sebe oddělovat, ale je na místě vyhodnotit efekt zaslání článku na průměrného zákazníka žalované. Z tohoto pohledu soud konstatuje, že nejde o objektivní sdělení nezávislého (nekonkurujícího) odborníka zaštit'ujícího se renomovanými testy, ale o přímého soutěžitele, který je sice profesionálem v oboru, avšak prezentovat své subjektivní názory a použil přitom nesprávně převzaté výsledky testů právě nezávislých odborníků, to vše za

účelem přímého finančního prospěchu. Článek sice vyzývá svého čtenáře k zamyšlení a úvaze nad tím, zda je značka pneumatik Tomket kvalitní a prémiová, avšak současně předkládá podklady pro úvahu, že tomu tak není a z jakých důvodů. Článek jako celek tudíž hodnotí výrobky konkurence, což mu z titulu svého postavení nepřísluší.

22. Použité termíny a výrazy soud považuje akceptovatelné a nemá k nim výhrady.
23. Podstatné je rovněž, že nekalosoutěžní delikt je deliktem objektivním, tudíž „*volní složku projevu vůle (zavinění úmyslné či nedbalostní, zakládající možnost vyvinění exculpae), neřeší, ale právě naopak odpovědnost rušitele zakládá na objektivním principu*“ (viz. usnesení Nejvyššího soudu sp. zn. 32 Odo 1230/2005). Není tak vůbec relevantní, co žalovaná svým jednáním skutečně mínila, nýbrž toliko to, jak se tyto jeví třetí osobám.
24. Třetí podmínkou generální klauzule nekalé soutěže je „způsobilost jednání přivodit újmu soutěžitelům nebo zákazníkům“. Jak vyplývá z rozhodovací praxe Nejvyššího soudu (sp. zn. 32 Cdo 139/2008), pro kvalifikaci jednání jako nekalosoutěžního „se vyžaduje pouhá způsobilost přivodit újmu soutěžitelům nebo spotřebitelům, není tedy nutný sám vznik újmy“. Soud je přesvědčen, že rovněž tato podmínka byla výše popsaným jednáním naplněna, jelikož je možné, že v důsledku jednání žalované někteří z motoristů, kteří zamýšleli vyměnit na svém vozidle pneumatiky a přezout na značku Tomket, tento krok neučinili a text žalované je od nákupu odradil, přičemž není vůbec vyloučeno, že vyslechli varování žalované a zakoupili alternativní pneumatiky na webu žalované. Současně se jedná o jednání dosahující intenzity, pro které je na místě přiznat zadostiučinění v penězích, jelikož jiná forma odškodnění, např. v podobě omluvy by nedostačovala k plnému odškodnění vzniklé újmy.
25. Soud má za to, že žalovaná byla finančně zainteresovaná na přesvědčení vlastních zákazníků, kteří od ní odebírali newsletter, a kteří zvažovali výměnu pneumatik, aby neměnili na pneumatiky Tomket, ale aby využili nabídku prezentovanou v newsletteru, která je možnou alternativou pneumatik Tomket, a kterou nabízí žalovaná ve svém e-shopu. Vzhledem k tomu, že tak činila na úkor žalobkyně a jejích výrobků, je na místě učinit závěr, že její jednání je způsobilé způsobit újmu, a to právě žalobkyni. Nelze přitom dospět k závěru, že se tak s ohledem na okolnosti případu stalo v důsledku legitimní a férové hospodářské soutěže.
26. Žalovaná svým jednáním naplnila všechny tři podmínky generální klauzule nekalé soutěže podle § 2976 odst. 1 o.z., což bez dalšího stačí ke konstatování nekalosoutěžního charakteru jednání žalované. Žalovaná však svým jednáním naplnila také zákonnou skutkovou podstatu nekalé soutěže zlehčování ve smyslu § 2981 o.z.
27. Výše popsaným jednáním byla naplněna i skutková podstata zlehčování dle § 2984 odst. 1 o.z., neboť uváděním a rozšiřováním nepravdivého tvrzení o výsledcích testování zboží nabízeného žalobkyní, se žalovaná dopustila jednání, jímž uvedla a rozšiřovala nepravdivé údaje o výrobku či výkonu jiného soutěžitele způsobilé tomuto soutěžiteli přivodit újmu. V případě tvrzení o tom, že se pneumatiky vyrábějí v Číně pak jde - jak již bylo řečeno - o údaj pravdivý, avšak zákon zakazuje zlehčovat výrobky a výkony rovněž údajem pravdivým, a to v § 2984 odst. 2 o.z. Soud souhlasí s tím, že je třeba vždy zohlednit škodlivé jednání ve svém souhrnu, jelikož jen tak je možné dospět k závěru o tom, jakým účelem byla žalovaná při svém jednání vedena. Tento cíl pak soud spatřuje v oslabení reputace žalobkyně, v relativizování kvality jejích výrobků v testování s úmyslem (minimálně nepřímým) přesvědčit adresáty emailů a čtenáře článku na jejím webu, že zvažovali-li by přezutí vozidla na pneumatiky Tomket, měli by svou volbu s ohledem na předkládaná fakta rozmyslet. Namítala-li pak žalovaná, že se sepsáním a uveřejněním článku bránila úroku žalobkyně, který spatřovala ve lživé reklamě a marketingové propagaci pneumatik Tomket označující se „prémiové“ či „high performance“ pneumatiky, pak soud zdůrazňuje, že reklamou - byť nabubřelou - žalobkyně na žalovanou nijak neútočila. Reklama nebyla cílená na ni, nijak se žalované netýkala. Tato obrana je tudíž nezpůsobilá, jelikož soud nemá jednání žalované za reakci na předchozí zlehčující útok ze strany žalobkyně (k tomu srov. § 2984 odst. 2, věta druhá).

28. Nelze připustit, aby si jeden ze soutěžitelů „osoboval právo arbitra a právo navenek veřejnosti sdělovat svůj soud“ o soutěžních výkonech soutěžitele jiného (srov. rozhodnutí Vrchního soudu v Praze, sp. zn. 3 Cmo 284/2009) či je jakkoliv jinak hodnotil (srov. rozhodnutí Vrchního soudu sp. zn. 3 Cmo 195/2009, sp. zn. 3 Cmo 284/2009, sp. zn. 3 Cmo 17/2002 atd.), a to i kdyby jeho tvrzení byla pravdivá. Jakkoliv je jisté dán veřejný zájem na informování zákazníků o kvalitě výrobků a přístupu žalobkyně, takové informování není a nemůže být v řádně a férově fungujícím trhu zásadně úkolem jednotlivých soutěžitelů zainteresovaných na určitém konkrétním výsledku takové soutěže. Právě v takové pozici však žalovaná je, neboť nabízí k žalobkyni přímo konkurenční zboží. Je tedy evidentní, z jakého důvodu se žalovaná snažila „informovat“ zákazníky o kvalitě pneumatik Tomket, které sama nenabízí. Skutečný záměr žalované nicméně není relevantní, neboť nekalosoutěžní delikt je deliktem objektivním.
29. Soud se rovněž shoduje s žalobkyní, že jednáním žalované byla naplněna skutková podstata parazitování na pověsti ve smyslu § 2982 o.z. V průběhu řízení nebylo nijak tvrzeno (natož prokazováno), že by žalobkyně neměla mít pověst, kterou by bylo na místě v tomto řízení chránit. Předmět podnikání je dovolený a způsob jednání žalobkyně vůči svým dodavatelům, odběratelům, resp. zákazníkům je v souladu se zákonem. Žalobkyně tedy má pověst, a to od svého založení; její existence se presumuje (k tomu srovnej usnesení Nejvyššího soudu ve věci sp. zn. 30 Cdo 1385/2006, popř. rozhodnutí téhož soudu ve věci sp. zn. 29 Cdo 630/99). Pokud žalovaná za účelem navýšení svých zisků využila žalobkyni, její značku a výrobky, které dodává na trh, a sepsala článek, který vykresluje výrobky žalobkyně jako nekvalitní, čínské a že „nezazářily“, přilákala pozornost formou hromadného newsletteru, pak nelze než konstatovat, že využila žalobkyně a jejího postavení na trhu pro účely vlastní, které jsou nadto motivovány ekonomicky, ale rovněž mimoekonomicky. Lze připustit, že zvýšenou návštěvností webu žalované můžou narůst rovněž příjmy žalované z reklamy, zvýší se povědomí o tomto e-shopu žalované aj.
30. Soud má s ohledem na zjištěný skutkový stav za naplněnou i hypotézu skutkové podstaty nedovolené srovnávací reklamy ve smyslu § 2980 o.z. Žalovaná totiž v rámci článku vedle kritiky výrobků uváděných na trh žalobkyní nabídla adresátům alternativu za kritizované pneumatiky Tomket, které sama na svém e-shopu nenabízí, a to pneumatiky, které v portfoliu má. Jednalo o konkrétní srovnání formou hypertextového odkazu přímo na žalovanou prodávaný produkt, jeho označení a nabízenou cenu produktu; současně jsou v pár bodech shrnuty pozitiva takové volby oproti pneumatikám Tomket. Ve své podstatě není srovnávací reklama nedovolená a je přípustná, je nicméně třeba splnit předpoklady tak, jak jsou specifikovány v § 2980 odst. 2 o.z. Současně ovšem nelze přehlédnout, že v článku žalovaná konkrétně identifikuje výrobky, které srovnává, a tyto porovnává a hodnotí, přičemž z kontextu celého článku je nepochybné, který výrobek upřednostňuje. Vzhledem k tomu, že tvrzení žalované jsou založena alespoň zčásti na nepravdivých tvrzeních ohledně výsledků testování pneumatik žalobkyně na sněhu či nefér kritice ohledně kvality pneumatik žalobkyně, je třeba uzavřít, že jde o reklamu klamavou (k tomu srovnej rozhodnutí Vrchního soudu v Praze ve věci sp. zn. 3 Cmo 122/2010). Je přitom srovnávána kvalita, cena, kategorie, značka aj. Soud se rovněž shoduje s právním názorem žalobkyně, že nedošlo k objektivnímu srovnání jedné nebo více vlastností pneumatik; vyzdvíženy byly vlastnosti upřednostňované pneumatiky nabízené žalovanou (u pneumatik Tomket byla uvedena pouze cena). Absentuje tudíž srovnání podstatných, důležitých, ověřitelných a příznačných vlastností obou produktů. Pokud žalovaná dávala do srovnání pneumatiky Tomket s pneumatikami Continental či Barum, pak šlo o srovnání v kategorii brzdné dráhy na sněhu; pokud se nicméně objektivně pneumatiky takovému testování nepodrobily, pak nemůže být srovnání považováno za objektivní per se.
31. Soud nesouhlasí s právním názorem žalobkyně, že bylo v projednávaném případě srovnáváno podle země výroby (míněno, že byly dány do kontrastu pneumatiky žalobkyně vyráběné v Číně oproti pneumatikám „jiných značek, u nichž má být záruka, že jsou vyráběny v Evropě“). Důvodem je, že podle názoru soudu je fakticky srovnávána kvalita, a nikoli země původu.

32. Žalobkyně měla za to, že jednání žalované je možné podřadit rovněž pod skutkovou podstatu nekalé soutěže upravenou v zákoně na ochranu spotřebitele, konkrétně pro porušení veřejného práva se soutěžním dopadem tak, jak je formulována v § 5 uvedeného zákona. Jedná se soudcovskou skutkovou podstatu, jejíž základem je klamavá obchodní praktika. Soud v této souvislosti souhlasí, že za situace, kdy žalovaná jakožto provozovatelka e-shopu zabývajícího se prodejem pneumatik a obdobného zboží způsobem popsaným v žalobě zašle hromadným newsletterem svým zákazníkům nabídku zboží, které sama nabízí, a připojí text o tom, že nákup konkurenčního zboží, které jednoznačně identifikuje značkou, modelem, cenou označí za nekvalitní, přičemž na podporu svých tvrzení použije nesprávně převzaté testy renomovaných magazínů, pak spotřebitele, tj. adresáty hromadného emailu klame, resp. může ovlivnit v rozhodnutí o koupi. V projednávaném případě šlo jednoznačně o klamání o obchodních výkonech žalobkyně, tj. o výsledcích pneumatik Tomket na sněhu.
33. Právnícká osoba má právo na ochranu nikoliv jen před zásahem do její pověsti ale též před zásahem do jejího soukromí. Právnícké osobě coby uměle vytvořené entitě občanský zákoník přiznává právní osobnost, případně ji zákon právnícké osobě uzná, a současně může nabývat práv a povinností, jež se slučují s její právní povahou (k tomu srovnej § 20 o.z.). Pověst obsahuje nejen morální ale i kvalitativní rysy charakterizující právníckou osobu, a to z ekonomického hlediska, jež přispívá k upevnování své pozice na trhu, avšak toto právo ze své povahy není možno jednoznačně ocenit penězi, je tedy nezczizitelné a nepřevoditelné. Na základě těchto vlastností je právnícká osoba hodnocena a přijímána společností, přičemž se uplatní presumpce poctivosti, tzn. že právnícká osoba má pověst do té doby, dokud není proveden úspěšně důkaz opaku. Podle tohoto hlediska se hodnotí i neoprávněnost zásahu do pověsti právnícké osoby. Počátek ochrany pověsti právnícké osoby je spojen s okamžikem vzniku právnícké osoby a trvá po celou dobu její existence. Současně je třeba přihlížet k tomu, že dobrou pověst právnícké osoby je nezbytné v konkrétním případě hodnotit podle jejího chování v obchodních vztazích, přičemž dobrá pověst je vytvářena na základě zkušeností, které s tímto subjektem mají její obchodní partneři, zákazníci, kteří s ní přicházejí do kontaktu (srovnej rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 18. 3. 2008, sp. zn. 30 Cdo 1385/2006).
34. Za účelem naplnění podmínky (ne)připustnosti zásahu do pověsti právníckých osob je zapotřebí naplnit následující tři premisy: postížená právnícká osoba musí mít pověst, zásah musí být s to poškodit pověst a tento zásah musí být neoprávněný; jedná o odpovědnost objektivní bez zavinění.
35. V současném pojetí občanského zákoníku se práva na ochranu pověsti může dovolávat každá právnícká osoba, jež nevykonává žádnou nezákonnou činnost, neboť za takových podmínek právnícká osoba nepožívá žádné právní ochrany, z čehož vyplývá, že nelze hovořit o její dobré pověsti (k tomu srovnej § 6 a § 145 o.z.), přesto i zde platí vyvratitelná domněnka poctivosti a dobré víry, jež zákon přiznává každému právnímu jednání, není-li proveden důkaz opaku; jinými slovy postačí zásah do pověsti právnícké osoby.
36. Pokud jde o naplnění předpokladu odpovědnosti za zásah do pověsti žalobkyně ze strany žalované, je na místě zabývat se primárně obsahem článku žalobkyně. Tento byl zveřejněn dne 10. 8. 2020 na internetových stránkách žalované [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz), které jsou provozovány jako e-shop s pneumatikami, a to v sekci Tipy a články, tj. proklikem z hlavní stránky. Jedná se o článek, v němž se žalovaná, která je jeho autorem a provozovatelem serveru [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz), snaží čtenáře odradit od pořízení pneumatik Tomket s tím, že vysvětluje důvody, proč tento názor zaujímá. Článek působí jako text odborný, na podporu názoru žalované jsou prezentovány výsledky dvou renomovaných magazínů, kterou se věnují testování pneumatik. Tento text byl následně žalovanou sdílen, a to formou hromadného emailu ve dvou dnech, a to 24. 8. 2020 a 25. 8. 2020, který je zpracován jako jeden z dílů série „co my nedoporučujeme“ („**Q**NEDOPORUČUJEME: 4. díl – Tomket“), a to do emailových schránek registrovaných uživatelů serveru [www.pneumatiky.cz](http://www.pneumatiky.cz). Text je doprovázen rovněž grafikou, a to vyobrazením mladého Asiata pracujícího ve výrobní lince. Autor textu pak vyslovil z pohledu soudu skutková tvrzení specifikovaná ve výroku I. písm. a), b),

c), e), f) a h), v případě a), b), c), explicitně, v ostatních případech pak tvrzení z obsahu textu plynou nepřímou. V ostatních případech, tj. výroků specifikovaných ve výroku I. písm. d), g), i) a ve výroku II. jde pak podle názoru soudu o hodnocení. Soud principiálně nemá žádné výhrady ke způsobu, formě či použitým slovům na adresu žalobkyně, resp. jejích výrobků.

37. Pravdivostí jednotlivých skutkových tvrzení se soud zabýval již výše s tím, že má za to, že žalovaná neunáší břemeno důkazní o tom, že šířila pravdivá tvrzení, a to v případě výroků týkajících se testování pneumatik Tomket v testu zimních pneumatik magazínu Autobil v roce 2018 na sněhu (pneumatiky Tomket Snowroad 3 v testu brzdné dráhy v rozměru 195/65 R15 nezářily, pneumatiky Tomket Snowroad 3 měly o celých 5,7 metrů delší brzdnu dráhu na sněhu než Continental WinterSport TS 860, pneumatiky Barum Polaris 3 o celých 3,5 metru kratší brzdnu dráhu na sněhu než pneumatiky Tomket Snowroad 3), a dále v případě výroku o tom, že pneumatiky Tomket mají řadu nejasností ohledně původu. Zde je zřejmé, že žalovaná nesprávně informovala o výsledcích testování pneumatik žalobkyně Tomket, když informovala o délce brzdné dráhy testovaných pneumatik na sněhu, ačkoli takovému testu nebyly tyto pneumatiky podrobeny, a dále uvedla, že o původu pneumatik Tomket jsou pochybnosti, ačkoli je objektivně zřejmé, kde jsou tyto pneumatiky vyráběny, když sama autorka textu zmiňuje zemi i závod, v němž jsou vyráběny. Naopak žalovaná unesla břemeno důkazní ohledně pravdivosti výroku o tom, že pneumatiky Tomket jsou vyráběny v Číně, že u pneumatik Tomket zákazníci nezískají pláště od dlouhodobě spolehlivých značek a že u nich zákazníci nezískají záruku, že jsou vyrobeny přímo v Evropě, jelikož v průběhu dokazování bylo jasně doloženo, že výroba pneumatik žalobkyně probíhá v čínském závodě výrobce LingLong, a to pro českou značku Tomket působící na trhu teprve od roku 2017. Tato pravdivá tvrzení ovšem byla prezentována v takových souvislostech, že působila difamačně, když z celkového kontextu článku plyne, že žalovaná naráží na nedostatečnou kvalitu a zpochybňuje bezpečnost pneumatik Tomket. Forma sdělení i souvislosti proto podle názoru soudu vykreslují žalobkyni, resp. pneumatiky její značky negativně se záměrem ji účelově pošpinit. Ze všech popsanych důvodů je soud přesvědčen, že tento výroky žalované, která jsou skutkovými tvrzeními, do pověsti žalobkyně negativně zasáhly.
38. Pokud jde o hodnotící soudy, žalovaná jimi vyjadřovala své názory a vnitřní přesvědčení ohledně (ne)kvality pneumatik Tomket, současně vyzvala ke zvážení, zda s ohledem na onu nekvalitu je na místě prezentace pneumatik Tomket jako prémiových, resp. kvalitních.
39. Oprávněná, právem přípustná kritika předpokládá, že při ní nejsou překročeny meze věcné a konkrétní kritiky a dále, že je odpovídající co do obsahu i formy, nevybočující z mezí nutných k dosažení sledovaného a zároveň společensky uznávaného účelu (cíle). O věcnou kritiku jde tehdy, jestliže vychází z pravdivých výchozích podkladů a zároveň z nich logicky dovozuje odpovídající hodnotící úsudky. Konkrétní kritika je ta, při které potřebné výchozí podklady tvoří konkrétně uvedené skutečnosti.
40. Již výše bylo popsáno, že hodnotila-li žalovaná jakožto konkurent kvalitu výrobků žalobkyně s poukazem na zemi původu, pak se jedná podle názoru soudu o využití klišé, že vše, co pochází z Číny, je nekvalitní, a to přestože je zřejmé, že takovéto paušalizování je zcela nekorektní a nesprávné. Současně použila-li žalovaná na podporu svého názoru nesprávně interpretované výsledky testu zimních pneumatik renomovaného časopisu, škodlivý účinek uvedené kritiky se podstatně zvýšil.
41. Celkově celý článek a kritika žalobkyně vyznívá jako sugestivní přesvědčení čtenáře o nekvalitě pneumatik Tomket; ostatně takto je dosah článku rovněž zesílen prostřednictvím hromadného emailu. Právě tímto hromadným emailem žalovaná podstatně zvýšila újmu žalobkyně, jelikož článek publikovaný na internetové stránce prodejce pneumatik, a to nikoli na první stránce, ale vyžadující proklik na stránku další, navštívilo mnohem více lidí než bez takového šíření.
42. Vzhledem ke všemu výše uvedenému má soud za to, že je na místě uložit žalované zdržení se šíření tvrzení specifikovaných ve výroku I. rozsudku, když tyto jednak poškozují pověst žalobkyně a

rovněž byly naplněny všechny znaky generální klauzule nekalé soutěže a skutkových podstat nekalé soutěže v podobě zlehčování, nedovolené srovnávací reklamy a parazitování na pověsti. Soud pečlivě zvážil okolnosti daného případu, zejména pak postavení obou subjektů, intenzitu zásahu, míru pochybení žalované a okolnosti a důvody sepsání článku obsahující vytykaná tvrzení, a dospěl přitom k závěru, že pověst žalobkyně byla ohrožena jednáním žalované, avšak intenzita takového zásahu je dramaticky nižší, než jak ji popisuje žalobkyně. Důvodem pro tento závěr jsou výsledky dokazování, podle kterých se článek dostal do reálné dispozice pouze minimálnímu počtu osob, byť žalobkyně v žalobě tvrdila ovlivnění až desetitisíců osob. Samotný článek zaznamenal na webu pneumatiky.cz celkem 3 370 návštěv, z toho míra okamžitého opuštění článku byla 77,75 %, tj. skutečně reálně článek četlo 749 nikoli unikátních čtenářů. Ti se na web dostali buď ze stránek žalované proklikem, nebo proklikem z emailu šířeného žalovanou. Ve dvou rozesílkách se pak email rozeslal 11 879 emaily a 10 460 emaily, avšak pouze 3 157 a 7 368 osob email otevřelo, na článek pak kliklo pouze 258 a 766 osob. což v reálu představovalo pouze 79 a 113 unikátních uživatelů. Lze souhlasit s žalobkyní, že míra okamžitého opuštění článku nic nevypovídá o počtu osob, které článek shlédly, ale o tom, zda návštěva osoby zahrnovala více než jednu stránku na dané doméně. Soud proto konstatuje, že žalovaná vyvrátila tvrzení žalobkyně o masivní návštěvnosti webu žalované a čtenosti článku v řádech desetitisíců osob s tím, že soudu bylo prokázáno žalovanou, že článek shlédlo (po korekci výpočtu) 3 370 unikátních uživatelů, kteří si s ohledem na dobu strávenou na uvedené stránce článek mohli zvládnout přečíst, a email ze dne 24. 8. 2020 navštívilo 973 osob a emailu ze dne 25. 8. 2020 1 087 osob. Počet osob, které mohly být jednáním žalované, k němuž má soud výhrady, ovlivněny, je proto násobně nižší než jak se domnívala žalobkyně, intenzita zásahu žalované je proto podle názoru soudu nízká (být' převyšuje potřebnou míru intenzity pro to, aby bylo přistoupeno k přiznání zadostiučinění v penězích).

43. Předmětem žalobního žádání bylo rovněž uložení povinnosti žalované zaplatit žalobkyni zadostiučinění v penězích, konkrétně ve výši 1 000 000 Kč. Jak již bylo uvedeno, jedná se o částku mající odčinit imateriální újmy žalobkyně, pokud je zásah ze strany žalované tak intenzivní, že pouhá omluva jakožto satisfakce není s ohledem na okolnosti případu dostačující.
44. Požadavek žalobkyně na přiznání zadostiučinění v penězích má rozměr satisfakční, neboť přiměřené zadostiučinění se označuje za prostředek satisfakce (k tomu srovnej např. rozhodnutí Nejvyššího soudu ČR ze dne 18. 9. 2001, sp. zn. 29 Odo 652/2001), dále má rovněž funkci sankční: „Nelze neuznat, že peněžní satisfakce má rovněž sankční povahu, neboť zaplacení zadostiučinění představuje pro rušitele také finanční újmu, nejen újmu morální, která má vyrovnat porušenou rovnováhu v postavení rušitele a postižené osoby. Tato sankční stránka nicméně hraje při poskytování zadostiučinění vedlejší, podružnou roli, protože rozhodující je nemateriální stránka satisfakce.“ Přiměřené zadostiučinění je chápáno jako nástroj k odstranění újmy nemateriálního charakteru, tedy nikoliv jako náhrada za způsobenou materiální škodu. K tomu Nejvyšší soud ČR uvedl: „Právní praxe i teorie jsou zajedno v tom, že nárok na přiměřené zadostiučinění je nárokem, jímž se reparuje újma nemateriální povahy. Tento aspekt vyvěrá již z podstaty tohoto nároku, který se označuje jako zadostiučinění neboli satisfakce, aby se již v názvu zdůraznila jeho imateriální povaha.“
45. Nejvyšší soud ČR v rozsudku ze dne 5. 5. 2006, sp. zn. 32 Odo 511/2006, dovodil, že „...právě proto, že nárok na přiměřené zadostiučinění je nárokem, který podléhá volné úvaze soudu, je třeba vycházet z povinnosti tvrdit a dokazovat, jež stíhají žalobkyni podle § 79 odst. 1 a § 120 odst. 2 občanského soudního řádu, ve smyslu kterých bylo její povinností způsobem určitým a srozumitelným vylíčit a prokázat rozhodné skutečnosti, jimiž byla vedena k uplatnění nároku na přiměřené zadostiučinění v požadované peněžité formě. Povinností žalobkyně tedy je tvrdit, proč právě forma peněžité satisfakce je s ohledem na tvrzené a prokázané nekalosoutěžní jednání žalované na místě, a proč, pakliže nárok na peněžitou formu zadostiučinění bude prokázán, je přiměřenou právě požadovaná částka. Ze skutečnosti, že nárok na zadostiučinění podléhá volné úvaze soudu, nelze bez dalšího dovodit, že soud „nepotřebuje kritéria“, která by pro přiměřenost

takového nároku posuzoval. Volná úvaha soudu neznamená libovůli soudu, který bez dalšího, aniž by posuzoval v daném případě konkrétně zjištěné a také prokázané skutečnosti a okolnosti jednání v nekalé soutěži určí, kdy požadovaná forma satisfakce je či není na místě, a tudíž je či není přiměřenou. Pro svoji úvahu musí mít soud k dispozici dostatek tvrzených a prokázaných skutečností, vymezujících určité hranice, z nichž soud při svých úvahách vychází, a to nejen z pohledu maximální či minimální možnost peněžní reparace vzniklé nemateriální újmy.“

46. Nárok na přiznání přiměřeného zadostiučinění je nárokem objektivního charakteru a není vázán na naplnění jakýchkoli subjektivních podmínek“ (srovnej rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 18. 9. 2002, sp. zn. 29 Odo 652/2001). Přiznání přiměřeného zadostiučinění tak není, stejně jako jiné právní prostředky ochrany proti nekalé soutěži, vázáno na nutnost zavinění. Objektivními kritérii proto mohou být např. závažnost a intenzita jednání, dosah tohoto jednání, vliv tohoto jednání zákazníků, hodnota goodwillu postiženého, úroveň obratu v daném okruhu obchodů i výše obratu. Patří sem také okolnost, zda ten, kdo se nekalosoutěžního jednání dopustil, si byl tohoto jednání vědom, popř. si mohl a měl být tohoto jednání vědom, dále motiv tohoto jednání, okolnost, jak ten, kdo se jednání dopustil, reagoval na upozornění a požadavky postiženého, popř. zda naopak postižený dával najevo nezájem o nekalosoutěžní jednání druhého subjektu.“
47. Jak již bylo uvedeno výše, soud může pochopit motivaci a důvody, které žalovanou k sepsání článku vedly, nadále nicméně platí, že článek nemůže představovat „obranu“ proti přefouknuté reklamě žalobkyně a žalovaná není v postavení, aby mohla hodnotit výsledky obchodní činnosti své konkurence způsobem, který konkurenci škodí a jí samotné může přinést finanční prospěch. Postup, který žalovaná v reakci na nesouhlasný postoj s reklamními slogany žalobkyně, zvolila, není akceptovatelný. Intenzita zásahu do práv žalobkyně nicméně nebyla tak vysoká, jak se soud snažila přesvědčit žalobkyně. Stejně tak je třeba poukázat na okolnost, že žalovaná splnila povinnost uloženou jí předběžným opatřením zdejšího soudu ze dne 29. 9. 2020, č. j. 74 Nc 20/2020 - 31, avšak nikoli dobrovolně, ale až poté, co jí bylo v rámci exekučního řízení uloženo zaplacení pokuty ve výši 100 000 Kč (k uložení další pokuty již nedošlo v důsledku splnění povinnosti uložené exekučním titulem). Nelze tudíž dovodit, že by žalovaná reagovala na požadavky žalobkyně a povinnosti jí uložené soudem vstřícně. Současně soud nečeká, že by částka 100 000 Kč představovala likvidační částku pro kteroukoli ze zúčastněných stran sporu; jde tudíž skutečně spíše o důrazné upozornění žalované, že takto se v obchodním styku jednat nesmí a že se do budoucna má obdobného jednání zdržet.
48. Poukazovala-li žalobkyně v souvislosti s argumentací ohledně požadované výše zadostiučinění na usnesení Nejvyššího soudu ve věci sp. zn. 23 Cdo 5614/2015, týkající se jednání společnosti dTest vůči výrobcí dětských kočárků, v jehož rámci bylo přiznáno zadostiučinění ve výši 1 000 000 Kč, přičemž jak v odkazované, tak i v řešené věci jde o šíření informací o nebezpečnosti a kvalitě výrobků, u kterých jsou tyto kategorie stěžejní v očích spotřebitele při úvaze o koupi takového výrobku, pak je na místě uvést, že žalobkyně přehlíží, že časopis dTest není vůči výrobcí kočárků v soutěžním vztahu; je to renomovaný časopis, který si lidé kupují právě za účelem získání informací o kvalitě výrobků a jejich srovnání s výrobky jiných výrobců podle různých parametrů. Časopis testuje a testy zveřejňuje za účelem zisku. V projednávané věci nelze žalovanou za subjekt tohoto charakteru považovat, nejde o nezávislého odborníka, ale o přímou konkurenci žalobkyně. Podle názoru soudu tudíž vysoká míra zadostiučinění neodpovídá okolnostem případu a důvody, pro které se odkazované věci přistoupilo k přiznání zadostiučinění v penězích ve výši 1 000 000 Kč nelze použít. Žalobkyni požadovaná částka 1 000 000 Kč tak není přiměřená okolnostem případu, a to zejm. okolnostem na straně žalované.
49. Ze všech popsaných důvodů soud žalobě vyhověl v části nároku, kterým se žalobkyně domáhala, aby se žalovaná zdržela dalších výroků na adresu výrobků dodávaných na trh žalobkyní, aby se zdržela varování, aby každý řidič zvážil, zda pneumatiky Tomket splňují jeho představy o prémiovosti. Současně za uvedené porušení právní povinnosti stran nekalosoutěžního jednání

shledal důvodným návrh žalobkyně na přiznání zadostiučinění v penězích, konkrétně v částce 100 000 Kč; ve zbytku byla žaloba jako nedůvodná zamítnuta.

50. Pokud jde o náklady tohoto řízení rozhodl o nich soud podle § 142 odst. 2 o.s.ř. s tím, že každá ze stran měla v řízení úspěch přibližně z jedné poloviny; ponese si tudíž náklady tohoto řízení ze svého.

#### **Poučení:**

Proti tomuto rozsudku lze podat odvolání do 15 dnů ode dne doručení písemného vyhotovení k Vrchnímu soudu v Olomouci prostřednictvím Krajského soudu v Brně, a to ve dvou vyhotoveních.

Brno 7. března 2023

Mgr. Klára Vašáková v.r.  
samosoudkyně