

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Právnická fakulta



Pavla Grenarová

Dohody o určení cen pro další prodej

Diplomová práce

Olomouc 2012

„Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma *Dohody o určení cen pro další prodej* vypracovala samostatně a citovala jsem všechny použité zdroje.“

V Olomouci dne 26. dubna 2012

.....

Děkuji tímto JUDr. Michalovi Petrovi, PhD., za cenné rady, podněty a připomínky, které mi pomohly při zpracování této práce, a svým rodičům za trvalou podporu.

Obsah

Úvod	6
1 Právní úprava.....	8
1.1 Úvodem.....	8
1.2 Unijní právo	9
1.3 Zákon o ochraně hospodářské soutěže.....	9
2 Vertikální dohody	11
2.1 Vertikální dohody v unijním právu.....	11
2.2 Vertikální dohody v zákoně o ochraně hospodářské soutěže	12
2.3 Dohody obsahující tzv. hard-core restrictions	15
3 Cenové dohody	17
3.1 Cenové dohody obecně	17
3.2 Horizontální cenové dohody	17
3.3 Vertikální cenové dohody	18
3.4 Forma uzavření	19
4 Dohody o určení cen pro další prodej (resale price maintenance)	21
4.1 Charakteristika RPM.....	21
4.2 Způsoby sjednání RPM.....	22
4.3 Dohody o doporučených nebo maximálních cenách	22
4.3.1 Nezávazné doporučení cen.....	23
4.3.2. Maximální prodejní cena.....	24
4.4 Dohody o fixaci konkrétně stanovené ceny a dohody o stanovení minimální ceny .	24
4.5 Účinky RPM	25
4.5.1 Negativní účinky RPM.....	25
4.5.2 Pozitivní účinky RPM	27
4.6 Shrnutí.....	28
4.6.1 Zpravidla dovolená vertikální cenová ujednání	28

4.6.2 Zpravidla zakázaná vertikální cenová ujednání	29
5 Případ Leegin Creative Leather Production, Inc.	32
5.1 Skutkový stav.....	32
5.2 Dopady rozhodnutí.....	33
5.3 Nový přístup k RPM a EU	34
6 RPM v praxi.....	37
6.1 Případy RPM (s mezinárodním prvkem)	37
6.2 Vnitrostátní případy aneb Případy RPM v ČR	37
6.2.1. Kofola a.s., Kofola Holding a.s.....	38
6.2.2. Tupperware Czech Republic, spol. s r.o.....	39
6.2.3 HUSKY CZ s.r.o.	40
6.2.4 Estée Lauder CZ s.r.o.	41
6.2.5 Albatros nakladatelství, a.s.....	42
6.3 Případ RPM v EU	45
Závěr.....	48
Bibliografie.....	50
Shrnutí	53
Summary.....	53
Klíčová slova/key words	54

Úvod

Již téměř dva roky platí Nařízení Komise (EU) č. 330/2010 ze dne 20. dubna 2010 upravující novou blokovou výjimku pro vertikální dohody („Nařízení o blokové výjimce“). Toto Nařízení stanovuje, že jestliže vertikální dohoda obsahuje jakékoliv tvrdé restriktivní opatření (*hard-core restrictions*) uvedené v čl. 4 Nařízení o blokové výjimce, je celá dohoda vyjmuta z blokové výjimky. Jedním z těchto tvrdých omezení je omezení možnosti kupujícího stanovit ceny zboží či služeb pro další prodej. Tento zákaz stanovení cen pro další prodej (*resale price maintenance*, dále jen RPM) byl ze strany odborné veřejnosti podroben velké kritice, neboť existují důkazy o prospěšnosti této praktiky pro hospodářskou soutěž. Nová právní úprava tento argument zčásti uznává a kromě možnosti stanovení doporučených a maximálních prodejních cen je nově povoleno stanovit ceny pro další prodej například při zavádění nového výrobku nebo uspořádání krátkodobé kampaně. Nicméně i v těchto případech se smluvní strany nacházejí v oblasti vysoké právní nejistoty.

Předkládaná diplomová práce se zabývá dohodami o určení cen pro další prodej a jejím cílem je zhodnotit, zda je tvrdý přístup k RPM důvodný či nikoli. V úvodní kapitole popisují současnou právní úpravu - věnují se Smlouvě u fungování Evropské unie a zákonu č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže. V následující kapitole jsou představeny obecně vertikální dohody, konkrétně to, jak je vymezuje již zmíněné Nařízení Komise (EU) č. 330/2010 a dále pak zákon o ochraně hospodářské soutěže, a více je věnována pozornost tvrdým restriktivním opatřením. Následující kapitola se zabývá přímo cenovými dohodami – zmíněny jsou prvně cenové dohody horizontální, poté vertikální a formy uzavření obou. V dalších kapitolách se zabývám přímo dohodami o určení cen pro další prodej, které spadají pod vertikální cenové dohody - nejdříve se způsoby jejich sjednání, poté se méně nebezpečnými formami těchto dohod, a to dohodami o doporučených nebo maximálních cenách, následují dohody hospodářskou soutěž omezující, a to dohody o fixaci konkrétně stanovené ceny a dohody o stanovení minimální ceny. V další části zmiňuji negativní a pozitivní účinky RPM. V navazující kapitole uvádím zásadní rozhodnutí amerického Nejvyššího soudu z roku 2007 *Leegin*. Toto rozhodnutí obrátilo do té doby v USA panující pravidlo automatického zákazu RPM, které bylo do budoucna nahrazeno pravidlem *rule of reason* a které vyvolalo veliké diskuse o oprávněnosti pravidla automatického zákazu vertikálních cenových dohod. Závěrečnou kapitolu pak věnuji několika případům RPM, které šetřil Úřad pro ochranu hospodářské soutěže či Komise (EU).

Při zpracování své práce jsem vycházela především z příslušné právní úpravy, relevantní literatury a odborných článků, částečně jsem také čerpala přímo z konkrétních rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže či Komise (EU).

Na závěr bych chtěla ještě podotknout, že Lisabonskou smlouvou, která vstoupila v platnost dne 1. prosince 2009, došlo k přejmenování některých institucí a institutů, o kterých se v mé diplomové práci píše, a k přečíslování článků zakládajících smluv. Proto tedy tam, kde se v mé diplomové práci hovoří o Soudu prvního stupně, myslí se současný Tribunál, tam, kde se hovoří o Evropském soudním dvoru, myslí se Soudní dvůr Evropské unie. Smlouva o založení Evropského společenství (SES) je současná Smlouva o fungování Evropské unie (SFEU), v mé práci nejčastěji zmiňovaný článek 81 SES je obsahově shodný se současným článkem 101 SFEU. V některých částech práce jsem terminologii uvedla do souladu v současnosti s platným stavem, v některých citacích jsem však ponechala původní, tedy dnes již terminologicky zastaralé, názvosloví.

1 Právní úprava

V této kapitole seznámím se současnou právní úpravou, konkrétně s příslušnými ustanoveními Smlouvy o fungování Evropské unie a zákona o ochraně hospodářské soutěže.

1.1 Úvodem

Vertikální dohody, a v jejich rámci cenové dohody, jsou jak na úrovni českého, tak i unijního (evropského) soutěžního práva upraveny výslovně v právních předpisech. V případě unijního soutěžního práva je úprava obsažena přímo v primárním právu, konkrétně v hlavě VII: Společná pravidla pro hospodářskou soutěž, daně a sbližování právních předpisů, kapitole 1: Pravidla hospodářské soutěže, oddílu 1: Pravidla platná pro podniky, ust. čl. 101 Smlouvy o fungování Evropské unie (dále jen SFEU), v případě českého práva potom v části první: Ochrana hospodářské soutěže, hlavě 2: Dohody narušující soutěž, ust. § 3 až 7, resp. ust. 3 až 5 zákona č. 143/2001, o ochraně hospodářské soutěže (dále jen ZOHS).

Cenové dohody jsou přímo zmíněny v ust. čl. 101 odst. 1 písm. a) SFEU:

„S vnitřním trhem jsou neslučitelné, a proto zakázané, veškeré dohody mezi podniky, rozhodnutí sdružení podniků a jednání ve vzájemné shodě, které by mohly ovlivnit obchod mezi členskými státy a jejichž účelem nebo důsledkem je vyloučení, omezení nebo narušení hospodářské soutěže na vnitřním trhu, zejména ty, které

a) přímo nebo nepřímo určují nákupní nebo prodejní ceny anebo jiné obchodní podmínky;“

V české právní úpravě zmínku o nich nalezneme v ust. § 3 odst. 2 písm. a) ZOHS:

„Z dohod zakázaných podle odstavce 1 jsou zakázány zejména dohody, které vedou nebo mohou vést k narušení hospodářské soutěže proto, že obsahují ujednání o

a) přímém nebo nepřímém určení cen, popřípadě o jiných obchodních podmínkách,“

Pro doplnění pak ještě dodávám, že ust. § 3 odst. 1 ZOHS zní:

„Dohody mezi soutěžiteli, rozhodnutí jejich sdružení a jednání soutěžitelů ve vzájemné shodě (dále jen "dohody"), které vedou nebo mohou vést k narušení hospodářské soutěže, jsou zakázané a neplatné, pokud tento nebo zvláštní zákon nestanoví jinak nebo pokud Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen "Úřad") nepovolí prováděcím právním předpisem z tohoto zákazu výjimku.“

1.2 Unijní právo

V unijním soutěžním právu je právní úprava založena na obecně formulovaném zákazu některých koordinovaných jednání soutěžitelů (dohody mezi podniky, rozhodnutí sdružení podniků a jednání ve vzájemné shodě), který je obsažen v ust. čl. 101 odst. 1 SFEU a obsahuje rovněž příkladný výčet typických případů forem koordinace, které jsou považovány za zakázané a mezi kterými nalezneme právě i cenová ujednání.¹ V ust. čl. 101 odst. 2 SFEU je uvedený zákaz doplněn o konstataci neplatnosti dohod a rozhodnutí sdružení soutěžitelů, a to o neplatnost *ab initio*.² V ust. čl. 101 odst. 3 SFEU je pak obsažena výjimka ze zákazu dle čl. 101 odst. 1 citované smlouvy, stejně jako předpoklady, které musí soutěžitelé k využití z ní plynoucí výhody splnit.³ Primární právo je současně doplněno sekundárním právem obsahujícím řadu nařízení o tzv. blokových výjimkách.⁴

1.3 Zákon o ochraně hospodářské soutěže

Právní úprava v ZOHS se drží svého unijního vzoru a vychází z de facto totožného normativního přístupu ke koordinovaným jednáním. V ustanovení § 3 tak nejdříve v odst. 1 stanoví obecný zákaz a neplatnost dohod mezi soutěžiteli (dohody *stricto sensu*), rozhodnutí jejich sdružení a jednání soutěžitelů ve vzájemné shodě, pro které zavádí společnou legislativní zkratku „dohody“.⁵ V odst. 2 pak uvedené ustanovení obsahuje demonstrativní

¹ *S vnitřním trhem jsou neslučitelné, a proto zakázané, veškeré dohody mezi podniky, rozhodnutí sdružení podniků a jednání ve vzájemné shodě, které by mohly ovlivnit obchod mezi členskými státy a jejichž účelem nebo důsledkem je vyloučení, omezení nebo narušení hospodářské soutěže na vnitřním trhu, zejména ty, které ... [následuje demonstrativní výčet].*

² *Dohody nebo rozhodnutí zakázané podle tohoto článku jsou neplatné od počátku.*

³ *Odstavec 1 však může být prohlášen za neúčinný pro: - dohody nebo kategorie dohod mezi podniky, - rozhodnutí nebo kategorie rozhodnutí sdružení podniků a - jednání ve vzájemné shodě nebo jejich kategorie, které přispívají ke zlepšení výroby nebo distribuce výrobků anebo k podpoře technického či hospodářského pokroku, přičemž vyhrazují spotřebitelům přiměřený podíl na výhodách z toho vyplývajících, a které a) neukládají příslušným podnikům omezení, jež nejsou k dosažení těchto cílů nezbytná; b) neumožňují těmto podnikům vyloučit hospodářskou soutěž ve vztahu k podstatné části výrobků tímto dotčených.*

⁴ *Viz např. nařízení Komise (EU) č. 1218/2010 o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na některé kategorie specializačních dohod, nařízení Komise (EU) č. 1217/2010 o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na některé kategorie dohod o výzkumu a vývoji, nařízení Komise (EU) č. 461/2010 o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě v odvětví motorových vozidel, nařízení Komise (EU) č. 330/2010 o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě nebo nařízení Komise (EU) č. 267/2010 o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na určité kategorie dohod, rozhodnutí a jednání ve vzájemné shodě v odvětví pojišťovnictví.*

⁵ *Dohody mezi soutěžiteli, rozhodnutí jejich sdružení a jednání soutěžitelů ve vzájemné shodě (dále jen "dohody"), jejichž cílem nebo výsledkem je narušení hospodářské soutěže, jsou zakázané a neplatné, pokud tento nebo zvláštní zákon nestanoví jinak nebo pokud Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (dále jen*

výčet typických příkladů zakázaných forem koordinace, mezi kterými nalezneme právě i dohody cenové,⁶ a který je v odst. 3 doplněn pravidly pro posuzování případů koordinace, kdy se zákaz a neplatnost dotýkají jen části dohod.⁷ Odstavec 4 ust. § 3 ZOHS potom obsahuje výjimku ze zákazu a neplatnosti dohod.⁸ Ustanovení § 4 ZOHS uvádí do českého právního řádu unijní blokové výjimky, jejichž pravidla uzpůsobuje pro potřeby vnitrostátního soutěžního práva (tj. zbavuje je unijního prvku), umožňuje Úřad vydávat blokové výjimky vlastní, jakož i stanoví pravidla pro odnětí výhod vyplývajících z blokových výjimek.⁹ Ust. § 5 ZOHS pak výše uvedené doplňuje rozdělením dohod dle úrovně trhu zboží, na kterém působí příslušní soutěžitelé, na dohody vertikální, horizontální a smíšené.¹⁰

"Úřad") nepovolí prováděcím právním předpisem z tohoto zákazu výjimku. Dohody, jejichž dopad na hospodářskou soutěž je zanedbatelný, nejsou považovány za zakázané.

⁶ Z dohod zakázaných podle odstavce 1 jsou zakázány zejména ... [následuje demonstrativní výčet].

⁷ Týká-li se důvod zákazu jen části dohody, je zakázána a neplatná jen tato část. Pokud však z povahy dohody, jejího obsahu, účelu nebo z okolností, za nichž k ní došlo, vyplývá, že ji nelze od ostatního obsahu oddělit, je zakázána a neplatná celá dohoda.

⁸ Zákaz podle odstavce 1 se nevztahuje na dohody, které a) přispějí ke zlepšení výroby nebo distribuce zboží nebo k podpoře technického či hospodářského rozvoje a vyhrazují spotřebitelům přiměřený podíl na výhodách z toho plynoucích, b) neuloží soutěžitelům omezení, která nejsou nezbytná k dosažení cílů podle písmene a), c) neumožní soutěžitelům vyloučit hospodářskou soutěž na podstatné části trhu zboží, jehož dodávka nebo nákup je předmětem dohody.

⁹ (1) Zákaz podle § 3 odst. 1 se nevztahuje na dohody, které nemohou mít vliv na obchod mezi členskými státy Evropských společenství podle čl. 81 Smlouvy, avšak splňují ostatní podmínky stanovené blokovými výjimkami přijatými na základě čl. 83 odst. 1 Smlouvy k provedení čl. 81 odst. 3 Smlouvy příslušnými nařízeními Komise nebo Rady (dále jen "komunitární blokové výjimky") anebo výjimkou pro oblast zemědělství.

(2) Úřad může povolit blokové výjimky i pro další druhy dohod, pokud je prokázáno, že narušení soutěže, ke kterému by bloková výjimka vedla, je převáženo výhodami pro jiné účastníky trhu, zejména pro spotřebitele.

(3) Úřad rozhodnutím jednotlivému soutěžiteli výhodou výjimky podle odstavce 1 nebo 2 odejme, pokud by v důsledku vývoje na trhu dohoda podléhající takové výjimce nesplňovala podmínky stanovené v § 3 odst. 4.

¹⁰ (1) Dohody soutěžitelů, kteří působí na stejné úrovni trhu zboží, jsou horizontálními dohodami.

(2) Dohody soutěžitelů, kteří působí na různých úrovních trhu zboží, jsou vertikálními dohodami.

(3) Za horizontální dohody se považují i smíšené dohody soutěžitelů, kteří působí současně na téže horizontální úrovni i na různé vertikální úrovni trhu zboží; v pochybnostech se má za to, že se jedná o horizontální dohodu.

2 Vertikální dohody

V této kapitole představím obecně vertikální dohody, konkrétně to, jak je vymezuje Nařízení Komise (EU) č. 330/2010 a dále pak zákon o ochraně hospodářské soutěže, a blíže přiblížím tvrdá restriktivní opatření (*hard-core restrictions*).

2.1 Vertikální dohody v unijním právu

V unijním právu se lze s pojmem vertikálních dohod setkat v Nařízení Komise (EU) č. 330/2010¹¹ upravujícím blokovou výjimku pro vertikální dohody. Tato blokovaná výjimka stanovuje prahovou hranici 30% podílu na daném relevantním trhu, přičemž v případech, kdy tohoto podílu není dosaženo, zákaz kartelu a pravomoc soutěžních orgánů postihnout daný kartel se ve většině případů neuplatní.

Podle jeho ust. čl. 1 odst. 1 písm. a cit. Nařízení se za vertikální dohody považují „*dohody nebo pro jednání ve vzájemné shodě, jež byly uzavřeny mezi dvěma nebo více podniky, z nichž každý pro účely dohody nebo jednání ve vzájemné shodě jedná na různé úrovni výrobního nebo distribučního řetězce, a které se týkají podmínek, za kterých mohou strany nakupovat, prodávat nebo dále prodávat určité zboží nebo služby.*“

Uvedené vymezení Komise v sobě obsahuje čtyři základní prvky, aby určitá dohoda mohla být považována za dohodu vertikální ve smyslu čl. 1 odst. 1 písm. a) nařízení Komise, a to:

- musí se jednat o dohodu (jednání ve vzájemné shodě),
- mezi dvěma či více podniky,
- podniky musí být na různých úrovních výrobního nebo distribučního řetězce,
- a musí se týkat podmínek, na základě kterých strany dohody, dodavatel a kupující „mohou koupit, prodat či dále prodat určité zboží nebo služby“.

Jednání ve vzájemné shodě

Nařízení o blokových výjimkách se vztahuje na dohody a jednání ve vzájemné shodě. Nevztahuje se na jednostranná jednání dotčených podniků. Postačuje, aby strany dohody společně vyjádřily úmysl jednat na trhu určitým způsobem. Forma, jakou je úmysl vyjádřen, není podstatná, musí však představovat pravdivé vyjádření úmyslu stran. V případě, že

¹¹ Nařízení Komise (EU) č. 330/2010 ze dne 20. dubna 2010 o použití čl. 101. odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě.

neexistuje žádná dohoda, musí Komise dokázat, že s jednostranným postupem jedné strany souhlasí druhá strana. V případě vertikálních dohod lze vyjádřit souhlas s určitým jednostranným postupem dvěma způsoby:

- souhlas je možno dovést z pravomocí svěřených stranám v obecné dohodě, jež byla sepsána s předstihem,
- při absenci takového výslovného souhlasu může Komise prokázat souhlas konkludentní.

Dva a více podniků

K dohodě nebo jednání ve vzájemné shodě dochází mezi dvěma nebo více podniky. Vertikální dohody s konečnými spotřebiteli, kteří nepředstavují podnik, nespádají do působnosti nařízení o blokových výjimkách.

Různé úrovně výrobního nebo distribučního řetězce

K dohodě nebo jednání ve vzájemné shodě dochází mezi podniky, které pro potřeby dohody působí na různých úrovních výrobního nebo distribučního řetězce. To znamená, že například jeden podnik produkuje suroviny, které další podnik využívá jako vstup, nebo že jeden podnik je výrobcem, druhý velkoobchodníkem a třetí maloobchodníkem.

Dotčené podmínky

Dohody a jednání ve vzájemné shodě se týkají podmínek, na základě kterých strany dohody, dodavatel a kupující „mohou koupit, prodat či dále prodat určité zboží nebo služby“. Nařízení se vztahuje na všechny vertikální dohody, které se týkají finálních výrobků, meziproductů i služeb. Jedinou výjimkou je automobilový průmysl, protože toto odvětví se řídí vlastní blokovou výjimkou.¹²

2.2 Vertikální dohody v zákoně o ochraně hospodářské soutěže

Zákon o ochraně hospodářské soutěže vymezuje vertikální dohody jako „*dohody soutěžitelů působících na různých úrovních výroby či distribuce*“ (§5 odst. 2 ZOHS). Pojem soutěžitelů v případě vertikálních dohod nelze chápat v tradičním slova smyslu, ale spíše jako český překlad pojmu podnik, neboť mezi stranami vertikální dohody nelze v jejím rámci o přímém soutěžním vztahu hovořit.¹³ Účastníci vertikální dohody skutečnými soutěžiteli

¹² Evropská Komise: Pokyny k vertikálním omezením (2010/C 130/01), bod 25.

¹³ KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2009, s. 165.

nejsou, neboť vystupují na různých úrovních výroby či distribuce.¹⁴ Jako typický příklad dohod ve vertikále lze uvést dohodu mezi výrobcem zboží a jeho distributorem, dohodu mezi velkoobchodníkem a maloobchodníkem.¹⁵ Ačkoliv to z dikce uvedeného ustanovení výslovně nevyplývá, vertikální dohody zahrnují i dohody mezi soutěžiteli působící na odlišných trzích (tj. nejen na odlišných úrovních téhož trhu), to však za předpokladu, že jsou tyto trhy ve vztahu ke spotřebiteli trhy vzájemně navazujícími.¹⁶

Vertikální dohody představují tedy dohody, jejichž účastníci se nacházejí na rozdílných hospodářských úrovních. Jejich charakteristickým rysem je, že zpravidla omezují jednací a rozhodovací autonomii vertikálně podřazených hospodářských subjektů (příčemž se nejedná o soutěžitele na tomtéž relevantním trhu). Typickou vertikální dohodou je dohoda cenová, tedy dohoda regulující cenu statku (např. cenu pro koncového spotřebitele). Jiným typem vertikální dohody bude distribuční dohoda, jejíž pomocí dochází mezi výrobcí a distributory k rozdělení trhu a zákazníků.¹⁷

U vertikálních dohod teorie rozlišuje povahu jejich působení na hospodářskou soutěž, a to tzv. *intra-brand* a *inter-brand competition*. V prvním případě půjde o takové vertikální protisoutěžní jednání, kdy dochází pouze k ovlivňování nakládání s produkty konkrétního soutěžitele. Příkladem by tak bylo omezení distributora výrobcem co do způsobu a teritoria distribuce jeho vlastních výrobků. Ve druhém případě však již soutěžitel přímo ovlivňuje i jiné soutěžitele, například tím, že výrobce zaváže svého distributora, aby nedistribuoval produkty konkurence.¹⁸ Z tohoto rozdílu poměrně jasně vyplývá, že *inter-brand* omezení, redukující soutěž mezi různými značkami, jsou více škodlivé než omezení realizovaná v rámci téže značky.¹⁹

Obecně platí, že vertikální dohody představují pro hospodářskou soutěž menší nebezpečí než horizontální dohody, negativní účinek na hospodářskou soutěž zpravidla nastává jen

¹⁴ RAUS, David. Formy a vybrané typy zakázaných kartelových dohod a jejich posuzování z hlediska zákazu podle ZOHS – III. část. *Obchodní právo*, 2004, č. 4, s. 11.

¹⁵ KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2009, s. 165.

¹⁶ RAUS, David. Formy a vybrané typy zakázaných kartelových dohod a jejich posuzování z hlediska zákazu podle ZOHS – III. část. *Obchodní právo*, 2004, č. 4, s. 11.

¹⁷ FAULL, Jonathan, NIKPAY, Ali. *The EC Law of Competition*. New York: Oxford University Press, 1999, s. 334.

¹⁸ V souvislosti s dělením na dohody horizontální a vertikální je vhodné poznamenat, že ne všechny takové dohody jsou bezvýhradně považovány za odsouzeníhodné. Zatímco u horizontálních kartelů je jejich protisoutěžní charakter v současnosti všeobecně přijímán, postoj k vertikálním dohodám tak jednoznačný není.

¹⁹ Obdobně RAUS, David. Formy a vybrané typy zakázaných kartelových dohod a jejich posuzování z hlediska zákazu podle ZOHS – III. část. *Obchodní právo*, 2004, č. 4, s. 14.

tehdy, kdy jedna ze stran dohody disponuje výraznou tržní silou, popřípadě když příslušná dohoda obsahuje tzv. tvrdá omezení (*hard core restrictions*).²⁰ Jak navíc upozorňuje Lianos „*existence určité formy vertikální kontroly, např. dohody mezi dodavatelem a maloobchodníkem, nutně nevede k nárůstu tržní síly, a může naopak vést k významnému hospodářskému přínosu*“.

Vertikální dohody jsou z hlediska práva na ochranu hospodářské soutěže méně závažné než horizontální dohody. Pod zákaz v ustanoveních § 3 odst 1 ZOHS, resp. čl 101 odst 1 SFEU spadají jen ve výjimečných případech, kdy jedna ze stran disponuje výraznou tržní silou nebo příslušná vertikální dohoda obsahuje tzv. tvrdá omezení (*hard core restraints*). Tuto skutečnost do jisté míry reflektuje pravidlo *de minimis* upravené § 6 odst. 1 písm. b) OHS a stejně tak i nařízení Komise č. 330/2010. Při posuzování vertikálních dohod totiž nelze opomíjet jejich významné pozitivní přínosy pro hospodářskou soutěž a pro spotřebitele. Na jejich případu lze názorným způsobem ilustrovat potřebu tzv. ekonomického přístupu k aplikaci soutěžních pravidel a nutnost upustit od formálního posuzování dohod dle jejich určitého typu.²¹

Jak upozorňuje Kindl, unijní vymezení vertikálních dohod slouží k jinému účelu než vymezení uvedené v ust. § 5 ZOHS, když jeho účelem je vymezení věcné působnosti této blokové výjimky; nelze proto obě definice směřovat.

Vymezení pojmu vertikálních dohod v nařízení Komise č. 330/2010 slouží k určení věcné působnosti příslušné blokové výjimky, na rozdíl od § 5 odst. 2 ZOHS, který má význam pro aplikaci pravidla *de minimis* upraveného v § 6 ZOHS. Nelze proto považovat vymezení vertikálních dohod v nařízení Komise č. 330/2010 za upřesnění zákonné definice. Z praktického hlediska příslušný rozdíl znamená to, že dohody mezi konkurenty, byť jsou „vertikálního“ charakteru (např. distribuční dohody), se ve smyslu § 5 ZOHS považují pro účely aplikace pravidla *de minimis* bez výjimky za dohody horizontální. Zatímco pro účely blokové výjimky pro vertikální dohody mohou být některé takové dohody považovány za dohody vertikální.²²

²⁰ Srovnej KINDL, Jiří. Pojem vertikálních dohod v českém soutěžním právu. *Právní rozhledy*, 2003, č. 9, příloha Evropské právo, s. 7 a násl.

²¹ KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2009, s. 165.

²² KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2009, s. 165.

2.3 Dohody obsahující tzv. hard-core restrictions

Pro vertikální dohody obsahující tvrdá restriktivní opatření uvedená v čl. 4 Nařízení 330/2010 (také *hard-core restrictions* nebo tzv. černé klauzule) nelze ani po přijetí nové úpravy vertikálních blokových výjimek využít výhod z ní vyplývajících.²³ Tzv. *hard-core omezení* jsou stále považována pro trh za negativní a tedy nezákonná a rovněž jejich vymezení zůstalo stejné. Identické zůstává i postavení dohod o určování cen pro další prodej, přestože v průběhu projednávání novely nařízení se objevily radikální hlasy požadující jejich vyřazení z oblasti závažných porušení. Vertikální dohody, v nichž jsou obsaženy nebo ukládány tzv. černé klauzule mající za cíl přímo nebo nepřímo, samostatně nebo společně s jinými faktory pod kontrolou stran omezit soutěž, jsou celé vyjmuty z dosahu působnosti nařízení. V případě existence jen jednoho tvrdého omezení či více takových omezení, nelze výhody plynoucí z nařízení použít na žádnou část vertikální dohody, tzn. *pravidlo dělitelnosti* ustanovení dohody nelze uplatnit u dohod obsahujících jakékoliv tvrdých omezení a ani část dohody neobsahující žádné tvrdé omezení nemůže být za žádných okolností subsumována pod působnost blokové výjimky.²⁴ U dohod, které obsahují *hard-core omezení*, není presumován zanedbatelný dopad na soutěž, bez ohledu na tržní podíl jejich účastníků.²⁵

Za tvrdá omezení vedoucí z vyjmutí celé vertikální dohody z působnosti předmětného nařízení jsou dle čl. 4 písm. a – e) uvedeného Nařízení považována:

„a) omezení možnosti kupujícího určovat svou prodejní cenu,²⁶ tzv. resale price maintenance (dále jen RPM),

b) omezení území nebo okruhu zákazníků, kterým kupující může prodávat smluvní zboží nebo služby, aniž je dotčeno omezení ohledně místa usazení, s určitými výjimkami,

c) omezení aktivních nebo pasivních prodejů konečným uživatelům členy systému selektivní distribuce působícími na maloobchodní úrovni,²⁷

d) omezení křížových dodávek mezi distributory uvnitř systému selektivní distribuce, včetně distributorů působících na různých úrovních prodeje,

²³ NERUDA, Robert, GACHOVÁ, Lenka. Nová pravidla pro vertikální dohody: Stále stejně a přitom on-line. *Antitrust – revue soutěžního práva*. 2010, č. 2, s. 3.

²⁴ Evropská Komise: Pokyny k vertikálním omezením (2010/C 130/01), bod 70.

²⁵ PETR, Michal. *Modernizace komunitárního soutěžního práva*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2008, s. 20.

²⁶ Aniž je dotčena možnost dodavatele stanovovat maximální prodejní cenu nebo doporučovat prodejní cenu, pokud se tyto ceny nerovnájí pevné nebo minimální prodejní ceně z důvodu tlaku jakékoli ze stran nebo na základě jejich pobídek.

²⁷ Aniž je dotčena možnost zakázat členovi tohoto systému působit z neschváleného místa usazení.

e) omezení možnosti dodavatele prodávat komponenty jako náhradní díly konečným uživatelům nebo servisním pracovníkům anebo poskytovatelům jiných služeb, kterým kupující nesvěřil opravy nebo provádění servisu svého zboží.“

3 Cenové dohody

Tato kapitola už je věnována přímo cenovým dohodám – zmíním prvně letmo cenové dohody horizontální, poté vertikální a formy uzavření obou.

3.1 Cenové dohody obecně

Cena výrobku nebo služby je základní kategorií soutěže. Proto vyloučení cenové soutěže mezi konkurenty dohodou, popř. jednáním ve vzájemné shodě, patří mezi ta ujednání, jejichž zjištění samo o sobě je protiprávním jednáním „*per se*“, jehož nepříznivý účinek na soutěž je v něm implicitně obsažen. Ceny zahrnují v tomto případě jak prodejní, tak i nákupní ceny nebo i některé jejich složky, např. poskytované rabaty nebo jiné slevy. Dohody o cenách proto patří mezi tzv. tvrdá omezení. Jejich traktování se liší podle toho, zda jde o dohody horizontální, či vertikální.²⁸

Možnost stanovit cenu znamená možnost ovládnout trh i při stanovení libovolných a nerozumných cen. Přitom nemusí jít o výslovnou dohodu, ale o dohodu tajnou (tichou, neexplicitní), na jejíž existenci se usuzuje u nenahodilého a vědomého paralelního chování. Formou cenové dohody může být i ujednání o minimální ceně, za kterou se má dále prodávat. Zdůvodněním bývá snaha dodavatele ochránit image a reputaci výrobku a umožnit odběrateli zkvalitňování služeb spojených s prodejem. Jde však v zásadě o zakázanou cenovou dohodu. Cenová doporučení ponechávající adresátům právo na vlastní rozhodnutí bývají tolerována.

Cenová signalizace je postup „cenového vůdce“, který v předstihu oznámí zvýšení ceny, aby tak dosáhl pozdějšího efektu. I při absenci formální dohody mezi konkurenty mohou být takové postupy pokládány za tajnou horizontální fixaci cen.²⁹

3.2 Horizontální cenové dohody

Cenové dohody mohou být jak horizontální, tak vertikální povahy. V případě horizontálních dohod půjde o dohody mezi konkurenty s cílem odstranit soutěž mezi nimi. Cenové dohody uzavírané v horizontále směřují k tomu, že dva soutěžitelé nacházející se v konkurenčním vztahu konsensuálně stanoví či následně upraví ceny svého zboží takovým

²⁸ MUNKOVÁ, Jindřiška a kol. *Soutěžní právo*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2006, s. 95.

²⁹ ELIÁŠ, Karel a kol. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vydání. Praha: C.H.Beck, 2007, s. 481-482.

způsobem, že je mezi nimi eliminována soutěž v ceně – a konkurenční vztah je tak potlačen.³⁰ Vertikální cenové dohody jsou charakteristické pro vztahy výrobce – distributor, a byť jsou obecně méně škodlivé než horizontální dohody, bude určování přepravejních cen ve vertikále často podléhat zákazu.³¹

Horizontální cenové dohody vedou ke zvýšení cen a jsou tak škodlivé pro spotřebitele. Nahrazují totiž soutěžní rizika spoluprací konkurentů. Nicméně i Soud prvního stupně³² konstatoval, že neexistují žádné protisoutěžní dohody, jež by z právního hlediska nikdy nemohly splnit požadavky čl. 101 odst. 3 SFEU (tedy požadavky nutné pro uznání výjimky ze zákazu dohod omezuujících soutěž).

Tyto dohody mohou mít nejrůznější podoby a nemusí tedy sledovat jen přímočaré určení konkrétní ceny. Horizontálními cenovými dohodami mohou být nejen dohodnuté pevné cílové nebo minimální ceny, ale někdy i tzv. doporučené ceny, omezení poskytovaných slev, omezení reklamy na provedené slevy, dokonce dohody o zákazu dávat zákazníkům dárky nebo prodávat jiné zboží se ztrátou, dohody o omezení splatnosti obchodních úvěrů poskytovaných výrobcí velkoobchodníkům, o společné politice v dalším prodeji, o pevných obchodních a maloobchodních maržích, o zákazu „destruktivních prodejů pod náklady“ nebo za nižší než uveřejněné ceny, o zpětném výkupu zbylého zboží jen za podmínky zachování stanovené úrovně cen, dohody o sjednocení různých poplatků, o speciálních schématech ovlivnění ceny apod.³³

3.3 Vertikální cenové dohody

Cenové dohody uzavírané ve vertikálním vztahu směřují ke stanovení ceny zboží pro jeho další prodej (*resale price maintenance*, RPM) v rámci dodavatelsko-odběratelského vztahu, a eliminují tím konkurenční vztah na navazujícím stupni distribuce (u odběratelů, kteří by jinak zboží při jeho prodeji mohli prodávat za vzájemné odlišné ceny a tím si konkurovat). Od vertikální cenové dohody, která je podle ustanovení §3 odst. 2 písm a) ZOHS zakázána, je třeba odlišit nezávazné doporučení cen pro jejich další prodej.³⁴

³⁰ RAUS, David, NERUDA, Robert. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže: komentář a související české i komunitární předpisy*. 2. aktualizované a přepracované vydání. Praha: Linde, 2006, s. 87.

³¹ Blíže viz GOYDER, Joanna. *EU Distribution Law*. Bembridge : Palladia Law Publishing, 2000, s. 76 – 77.

³² Nyní Tribunál

³³ BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 829.

³⁴ RAUS, David, NERUDA, Robert. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže: komentář a související české i komunitární předpisy*. 2. aktualizované a přepracované vydání. Praha: Linde, 2006, s. 87.

Vertikální cenové dohody se automaticky zakazovaly proto, že se tradičně jakékoliv dohody o přímém nebo nepřímém určení cen pokládaly za protisoutěžní, protože omezují soutěž na podřazených trzích a vedou i tam k vyšším než soutěžním cenám. Usnadňují uzavření cenových dohod mezi distributory, jakož i mezi výrobci, umožňují výrobcům využívat jejich zvláštní moc vůči distributorům k tomu, aby distributoři vytlačovali z trhu výrobky konkurenčních výrobců. Mohou též odrazovat potencionální konkurenty od vstupu na trh distribuce. Mohou též vést k tomu, že monopolista z nadřazeného trhu bude schopen zajistit stávajícím distributorům, kteří platí nesoutěžní ceny, že následně nesníží ceny účtované jiným distributorům.

RPM se běžně zakazuje jak v případě, že se jeden dodavatel dohodne s odběrateli, že nebudou prodávat zboží pod určitou cenou, tak i v případě, že se skupina výrobců dohodne na prodejních cenách pro svoje kupující (jde o jakousi skupinovou vertikální fixaci cen dosaženou horizontální dohodou).³⁵

Na rozhraní dovoleného a nedovoleného se mohou ocitnout tzv. kartely kalkulační, které sice nestanoví cenu, ale určí závazná pravidla pro její výpočet. To je velmi pružné a těžko prokazatelné omezování soutěže.³⁶ Na druhou stranu, v praxi Úřadu se za posledních pár let našlo pár příkladů tzv. kalkulačních kartelů, a omezení soutěže bylo dle Úřadu zcela očividné.

Ačkoliv jsou cenové dohody nejtypičtější, mohou se zakázané dohody zaměřit i na ujednání o jiných obchodních podmínkách než ceně. Hovoří se potom o tzv. podmínkových dohodách. Tento typ dohod je charakteristický zejména pro vertikální vztahy (např. úprava podmínek distribuce).³⁷

3.4 Forma uzavření

Co se týče formy uzavření jak vertikálních, tak i horizontálních cenových dohod, nemusí jít o výslovnou dohodu, ale i o dohodu tajnou (tichou, neexplicitní), na jejíž existenci se usuzuje z nenahodilého a vědomého paralelního chování. Byl například popsán případ, kdy konkurenti používali při manipulování nabídek měsíční fáze pro přesun a pro stanovení, kdo z nich bude předkládat nejnižší nabídku, aby získal smlouvu. Jeden americký soud

³⁵ BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 829.

³⁶ ELIÁŠ, Karel a kol. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vydání. Praha: C.H.Beck, 2007, s. 482.

³⁷ ELIÁŠ, Karel a kol. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vydání. Praha: C.H.Beck, 2007, s. 481.

poznámenal, že i „zasvěcené mrknutí“ je dostačující k prokázání existence spiknutí proti protimonopolním zákonům. V jednom případě bylo zase za dostatečný důkaz zakázaného cenového ujednání považováno ubytování konkurentů v tomtéž hotelu ve stejnou dobu, po němž následovalo sjednocení cen. S určitou nadsázkou je možno říci, že není občas daleko od zásady „vinen, neprokáže-li opak“.³⁸

V anglosaské právní oblasti jde strach z nařčení z cenové dohody tak daleko, že se dokonce doporučuje v případech, že konkurent chce s vámi hovořit, zeptat se nejdříve sám sebe, zda s ním skutečně vůbec mluvit musíte. Tzv. zdvořilostní a informační návštěvy u konkurence se silně nedoporučují a radí se vystříhat se zejména diskusím s konkurencí o cenách. Přijde-li řeč na toto téma, doporučuje se okamžitě opustit jednání a nechat si svůj obchod zaprotokolovat. Argumentuje-li zákazník při jednání s prodávajícím nižší cenou, kterou údajně dostane od konkurenta, je velmi nebezpečné ptát se na pravdivost zákaznickovy informace u soutěžitele – lépe je vyžádat si od zákazníka konkurentovu cenovou nabídku.³⁹

³⁸ BEJČEK, Josef. *Kartelové právo*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 1995, s. 80-81.

³⁹ KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2009, s. 81.

4 Dohody o určení cen pro další prodej (resale price maintenance)

V této kapitole už se budu zabývat přímo dohodami o určení cen pro další prodej, které spadají pod vertikální cenové dohody. Na úvod seznámím se způsoby jejich sjednání, poté se budu zabývat těmi méně nebezpečnými formami těchto dohod, a to dohodami o doporučených nebo maximálních cenách, následovat budou již ty dohody hospodářskou soutěž omezující, a to dohody o fixaci konkrétně stanovené ceny a dohody o stanovení minimální ceny. V další části se budu věnovat negativním a pozitivním účinkům RPM.

4.1 Charakteristika RPM

Vertikální cenové dohody jsou obecně považovány za nejzávažnější protisoutěžní ujednání ve vertikále. Důsledkem vertikálních dohod o určení prodejních cen je to, že kupující (odběratel) určitého zboží je omezen ve své volnosti stanovit vlastní ceny pro prodej svým zákazníkům, tzv (pře)prodejní ceny. Hovoří se proto o tzv. udržování (pře)prodejní ceny (*resale price maintenance*, RPM). Do této skupiny potenciálně protisoutěžních ustanovení jsou obvykle řazeny dohody, jejichž základním prvkem je přímý závazek či nepřímé nucení (pobízení) odběratele k realizaci dalšího prodeje za určitou stanovenou cenu, nikoli pod určitou stanovenou minimální cenu či nikoli nad určitou stanovenou maximální cenu. Zákon v tomto ohledu mezi jednotlivými typy ustanovení, která mají nebo mohou mít vliv na prodejní ceny, nerozlišuje, přestože jejich protisoutěžní charakter není stejně závažný.

Nejpřísněji jsou pochopitelně obecně posuzovány dohody o fixaci konkrétně stanovené ceny a dohody o stanovení minimální ceny. Takové dohody totiž vedou k přímému omezení cenové konkurence v neprospěch spotřebitelů. Příslušní soutěžitelé (odběratelé – další prodejci) nemohou v takovém případě o přízeň spotřebitelů soutěžit snižováním ceny. I v tomto případě zákon pamatuje jak na přímé určení ceny, tak na různé způsoby nepřímého určování (např. prostřednictvím vlivu na výše marží, slev, kalkulačních vzorců atp.). Stanovování maximální prodejní ceny obdobné závažné důsledky nemá a zabránění zvyšování ceny je obecně považováno za přínosné pro spotřebitele, protože nemůže být považováno za *per se* protisoutěžní. Jeho případné negativní důsledky na hospodářskou soutěž musí být posouzeny v ekonomickém a právním kontextu konkrétní situace. Za dohody zakázané by pak neměla být považována ujednání obsahující pouze nezávazné doporučení ceny pro další prodej zboží. To samozřejmě platí za předpokladu, že dodržování doporučené

prodejní ceny nebude ze strany dodavatele nějakým způsobem vynucováno (sankce, výhrůžky atp.) či podporováno (poskytování zvláštních slev či jiných výhod). V takovém případě by se totiž nejednalo o doporučení prodejní ceny, ale o nepřímé určování prodejní ceny.⁴⁰

4.2 Způsoby sjednání RPM

RPM mohou být sjednány různým způsobem. Pro posouzení jejich slučitelnosti se soutěžním právem není forma sjednání dohody relevantní, pokud splňuje základní požadavky dohody (existence shody vůle nejméně dvou účastníků). Můžeme se tedy setkat s tím, že zakázaná RPM vznikne jakýmkoli formálním i neformálním způsobem, např.:

- cenovým ujednáním obsaženým přímo ve smlouvě, její příloze či jejím dodatku,
- odkazem (ve smlouvě) na ceník s konečnými prodejními cenami (neoznačenými jako doporučenými),
- běžnou telefonní komunikací, při které se smluvní partneři dohodnou na některé ze zakázaných forem RPM,
- ústní dohodou nebo obchodním jednáním (v některých případech materializovanou zápisem z tohoto jednání), příp. tzv. gentlemanskou dohodou.⁴¹

4.3 Dohody o doporučených nebo maximálních cenách

Stanovení ceny nemusí být nutně přímé (např. cena maximální, minimální či fixní), nýbrž právní úprava počítá i s nepřímým určením cen (např. sjednání kalkulačních modelů, výše marže nebo rabatu). Specifickým problémem jsou cenová doporučení. Zatímco u horizontálních dohod bude doporučení mnohdy chápáno jako forma koluzivního jednání, cenová doporučení ve vertikálních vztazích se zákazu zpravidla vyhnou.⁴²

Obecně nejsou dohody o doporučených nebo maximálních cenách považovány ze soutěžního hlediska za nebezpečné. Jsou-li však splněny některé další podmínky, mohou i tyto dohody představovat narušení hospodářské soutěže. K narušení může dojít zejména

⁴⁰ MUNKOVÁ, Jindřiška a kol. *Soutěžní právo*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2006, s. 98-99.

⁴¹ GACHOVÁ, Lenka, ORGONÍK, Martin. Typy, formy a způsob sjednání RPM. *Informační list 2/2009*, s. 9. Dostupný také z:

<http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Informacni_listy/2009/infolist_2009_02_RPM.pdf>

⁴² KINDL, Jirí. Soutěžně-právní posuzování vertikálních dohod. *Právní rádce*, 2006, č. 9, s. 7.

tehdy, kdy se doporučená cena stane jednotně uplatňovaným vodítkem. Stejně tak stanovení doporučené ceny může usnadnit koluzi.⁴³

Možné riziko maximální a doporučené ceny pro hospodářskou soutěž spočívá v tom, že budou mít ústřední význam pro další prodejce a že většina z nich či všichni je budou dodržovat a/nebo že maximální či doporučené ceny zmírní hospodářskou soutěž nebo usnadní vznik nekalých praktik mezi dodavateli.

Důležitým faktorem pro hodnocení maximální nebo doporučené ceny pro další prodej z hlediska případných účinků škodlivých pro soutěž je postavení dodavatele na trhu. Čím silnější je dodavatelovo postavení, tím větší je riziko, že maximální nebo doporučená cena povede k vytvoření více či méně jednotné cenové hladiny i u dalších prodejců, kteří je budou považovat za záchytný bod. Odlišit se od ceny navržené významným dodavatelem na trhu a jimi považované „nejlepší“ ceny pro další prodej může být obtížné.⁴⁴

4.3.1 Nezávazné doporučení cen

Princip nezávazného doporučení cen zboží pro jeho další prodej vychází z předpokladu, že soutěžitel, který je vertikálním dodavatelsko-odběratelským vztahem dodavatelem, disponuje informacemi o tom, za jakou cenu je zboží reálně uplatnitelné na trhu. Tuto informaci přitom v rámci vertikálního vztahu sděluje svému odběrateli, aniž by přitom z tohoto sdělení vyplynul přímo či jakkoliv zprostředkovaně závazek odběratele takovou cenu dodržovat. O nezávazné cenové doporučení nejde, byť by byla v tomto smyslu mezi účastníky vertikálního vztahu formálně zachycena, pokud by dodavatel s dodržением takového doporučení spojoval pro příslušného odběratele určité výhody. Taková praktika ze strany dodavatele by totiž odběratele fakticky motivovala k dodržení formálně toliko doporučené ceny a materiální podmínka odstavce 1 by v případě dohody naplněna nebyla.⁴⁵

Jinak řečeno, ve chvíli, kdy je toto „nezávazné cenové doporučení“ následně jakkoliv vymáháno dodavatelem zboží nebo je za jeho nedodržování kupující sankcionován, jedná se o dohodu zakázané.

⁴³ PETR, Michal. *Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2010, s. 233.

⁴⁴ Evropská Komise: Pokyny k vertikálním omezením (2010/C 130/01), bod 228.

⁴⁵ RAUS, David, NERUDA, Robert. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže: komentář a související české i komunitární předpisy*. 2. aktualizované a přepracované vydání. Praha: Linde, 2006, s. 87.

4.3.2. Maximální prodejní cena

Maximální prodejní cena stanovuje cenový strop pro další prodej. Většinou se jedná o akceptovaný způsob určení ceny pro další prodej, protože výsledkem není omezení možnosti konečného spotřebitele nakoupit zboží dané značky za nižší cenu. Maximální prodejní cena má za cíl zabránit pro konečné spotřebitele negativnímu předražování prodávaného zboží.

Stanovení maximální ceny může také napomoci tomu, aby dotčená značka výrazně soutěžila s ostatními značkami, včetně výrobků pod vlastní značkou, distribuovaných stejným distributorem.

Doporučování cen pro další prodej dalšímu prodejci nebo požadování, aby respektoval maximální cenu pro další prodej, je zahrnuto do působnosti nařízení o blokových výjimkách, jestliže podíl na trhu každé strany dohody nepřesahuje 30% prahovou hodnotu, pokud se tato cena nerovná minimální nebo pevné prodejní ceně z důvodu tlaku jakékoli ze stran nebo na základě jejich pobídek.⁴⁶

Jsou-li v souvislosti s maximálními či doporučenými cenami zjištěny účinky výrazně škodlivé pro soutěž, připadá v úvahu udělení výjimky podle čl. 101 odst. 3 SFEU. Pro maximální ceny může být obzvláště důležitý účinek popsany v bodě 107 písm. d) - (zamezení dvojité marginalizace).⁴⁷

4.4 Dohody o fixaci konkrétně stanovené ceny a dohody o stanovení minimální ceny

Stanovení cen pro další prodej, dohod či jednání ve vzájemné shodě, jejichž přímým či nepřímým předmětem je stanovení fixní minimální ceny pro další prodej anebo fixní či minimální cenové hladiny, kterou musí kupující dodržet, je považováno za tvrdé omezení a je všeobecně zakazováno a posuzováno přísněji než necenová vertikální omezení antitrustovými úřady na celém světě.⁴⁸ Jedná se typicky o situaci, kdy se výrobce s distributorem, resp. distributor s konečným prodejcem, mezi sebou dohodnou na ceně, za kterou bude zboží prodáváno. Nejzřetelnější formou těchto vertikálních ujednání je stanovení pevné prodejní

⁴⁶ Evropská Komise: Pokyny k vertikálním omezením (2010/C 130/01), bod 226.

⁴⁷ Evropská Komise: Pokyny k vertikálním omezením (2010/C 130/01), bod 229.

⁴⁸ BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 850.

ceny, a to prostředky přímými (tj. smluvní ustanovení nebo jednání ve vzájemné shodě) či nepřímými.⁴⁹

Dohoda obsahující stanovení cen pro další prodej je obecně považována za dohodu omezující hospodářskou soutěž a tedy nespadá do působnosti čl. 101 odst. 1 SFEU. Rovněž z něj lze vyvozovat, že dohoda pravděpodobně nespĺňuje podmínky stanovené v čl. 101 odst. 3 SFEU, a proto nelze udělit blokovou výjimku. Podniky však mají možnost hájit se v jednotlivých případech argumentem účinků podle čl. 101 odst. 3 SFEU. Strany dohody musí doložit, že pravděpodobné účinky vyplývají ze začlenění stanovení cen pro další prodej do jejich dohody, a prokázat, že jsou splněny všechny podmínky stanovené v čl. 101 odst. 3 SFEU. Je pak úkolem Komise, aby skutečně zhodnotila případné negativní účinky na hospodářskou soutěž a na spotřebitele, než rozhodne, zda jsou podmínky čl. 101 odst. 3 SFEU splněny.⁵⁰

4.5 Účinky RPM

RPM má jednak a především řadu negativních efektů na hospodářskou soutěž, ale také je možno v ekonomicky zaměřené literatuře⁵¹ či pokynech nalézt mnoho příkladů, kdy RPM mají pozitivní účinek a mohou vést ke zvýšení účinnosti.

4.5.1 Negativní účinky RPM

Stanovení cen pro další prodej může omezovat hospodářskou soutěž různými způsoby:

- RPM může napomáhat nekalým praktikám mezi dodavateli zvyšováním průhlednosti cen na trhu, čímž usnadňuje zjišťování, zda se dodavatel odchýlil od dohodnuté rovnováhy snížením své ceny. Také oslabuje motivaci dodavatele, aby snižoval ceny svým distributorům, protože pevné stanovení cen pro další prodej mu brání v tom, aby měl prospěch z dalšího prodeje. Takový negativní účinek je obzvláště možný,

⁴⁹ Za nepřímé prostředky jsou v bodě 48 Pokynů označeny dohody stanovující distribuční marži, maximální výši slevy, dohody podmiňující poskytování rabatů či náhradu nákladů, které dodavatel vynaložil na reklamu, dodržováním stanovené cenové hladiny, určování předepsané ceny pro další prodej na základě cen konkurenčních podniků, vyhrožování, zastrašování, výstrahy, sankce, zpoždění nebo přerušování dodávek, případně zrušení smluv v souvislosti s nedodržováním dané cenové hladiny.

⁵⁰ Evropská Komise: Pokyny k vertikálním omezením (2010/C 130/01), bod 223.

⁵¹ Například publikace: Hart, Tirole. *Vertical Integration and Market Foreclosure: Brookings Papers on Economic Activity: Microeconomics*, 1990, s. 205-286; Rey, Tirole. *A Primer on Foreclosure: Handbook of Industrial Organization*, vol. III. 2007; Rey, Vergé. *Resale Price Maintenance and Horizontal Cartel*. CMPO Working Paper 02/047, University of Bristol, 2002; Dobson, Waterson. *The competition effects of industry-wide vertical price fixing in bilateral oligopoly*. *International Journal of Industrial Organization*, 25(5), 2007, s. 935-962.

pokud má trh tendenci k nekalým praktikám, například pokud výrobci tvoří úzký oligopol, a pokud je podstatná část trhu ošetřena dohodami o stanovení cen pro další prodej.

- RPM může napomáhat nekalým praktikám mezi kupujícími, tj. na distribuční úrovni, protože odstraňuje cenovou soutěž v rámci značky. Silní nebo dobře zorganizovaní distributoři jsou schopni donutit nebo přesvědčit jednoho nebo více dodavatelů, aby pevně stanovili své ceny pro další prodej nad úrovní konkurence, a tím jim pomohli dosáhnout dohodnuté rovnováhy nebo tuto rovnováhu stabilizovat. Výsledná ztráta cenové soutěže se jeví jako problematická obzvláště v případech, kdy ke stanovení cen pro další prodej dají podnět kupující, u nichž lze očekávat, že jejich společné horizontální zájmy pracují v neprospěch spotřebitelů.
- RPM může obecně zmírnit hospodářskou soutěž mezi výrobcí a/nebo maloobchodníky, zejména pokud výrobci používají pro distribuci svých výrobků stejné distributory a stanovování cen pro další prodej provádějí všichni nebo mnoho z nich.
- RPM bude mít okamžitě takový účinek, že všem nebo některým distributorům bude bránit ve snižování prodejní ceny pro tuto konkrétní značku. Jinak řečeno, jeho přímým účinkem je zvýšení cen.
- RPM může snížit tlak na marži výrobce, především pokud má výrobce potíže se splněním závazku, tj. má zájem na snížení ceny účtované následným distributorům. V takové situaci může výrobce raději souhlasit se stanovením cen pro další prodej, aby mu to pomohlo zavázat se, že nesníží cenu pro následné distributory, a aby snížil tlak na svou vlastní marži.
- RPM může provádět výrobce s takovou tržní silou, aby byl schopen uzavřít trh menším konkurentům. Zvýšená marže, kterou může RPM přinést distributorům, je může motivovat k tomu, aby, když radí zákazníkům, upřednostňovali určitou značku před konkurenčními značkami, i když to není v zájmu těchto zákazníků, nebo aby takové konkurenční značky vůbec neprodávali.
- RPM může snižovat dynamiku a inovace na distribuční úrovni. Tím, že zamezuje cenové soutěži mezi různými distributory, může bránit výkonnějším maloobchodníkům, aby s nízkými cenami vstoupili na trh nebo získali dostatečný

rozsah působnosti. Může též zamezovat či ztěžovat vstup či šíření forem distribuce založených na nízkých cenách, jako jsou diskontní obchody.⁵²

Dle Bejčka mohou RPM negativně omezit soutěž následovně:

- Usnadnění kartelizace mezi výrobci (tzv. *inter – brand* konkurence).
- Napomáhání nekalým praktikám mezi kupujícími, tj. na distribuční úrovni, protože odstraňuje cenovou soutěž v rámci značky (tzv. *intra – brand* konkurence).
- Usnadnění kartelizace maloobchodu.
- Vyšší ceny.
- Snížení tlaku na marži výrobce.
- Uzavření trhu menším konkurentům výrobcí s velkou tržní silou.
- Snížení inovativnosti a efektivnosti v distribuci.
- Zamezení či ztěžování šíření forem distribuce založených na nízkých cenách, jako jsou diskontní obchody.
- Udržování věrnosti monopolisty.⁵³

4.5.2 Pozitivní účinky RPM

Stanovení cen pro další prodej může nejen omezovat hospodářskou soutěž, ale může někdy vést ke zvýšení účinnosti, které se posoudí podle čl. 101 odst. 2 SFEU, zejména pokud podnět ke stanovení těchto cen dal dodavatel.

- Pokud výrobce zavádí nový výrobek, může být RPM užitečné zejména během zaváděcího období, kdy se zvyšuje poptávka, k tomu, aby motivovalo distributora k lepšímu zohlednění zájmu výrobce na propagaci výrobku. Může distributorovi poskytovat prostředky ke zvýšení prodeje, a pokud jsou distributoři na tomto trhu pod tlakem konkurenčních podniků, může je to motivovat k rozšíření celkové poptávky a k úspěšnému uvedení výrobku na trh, a to i ve prospěch spotřebitelů.
- RPM může být nezbytné pro uspořádání krátkodobé kampaně s nízkou cenou (obvykle 2 až 6 týdnů) v rámci systému franšizových dohod nebo podobného systému distribuce s jednotnou formou distribuce, což bude také ve prospěch spotřebitelů. V některých situacích mohou maloobchodníci díky vyšší marži v důsledku stanovení cen pro další prodej poskytovat (dodatečné) předprodejní služby, zejména v případě

⁵² Evropská Komise: Pokyny k vertikálním omezením (2010/C 130/01), bod 224.

⁵³ BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 832-840.

výrobků založených na zkušenosti nebo složitých výrobců. Pokud tyto služby využije při rozhodování dostatek zákazníků, kteří ale následně zboží zakoupí u maloobchodníků, kteří takové služby neposkytují (a tedy nenesou náklady), mohou maloobchodníci poskytující vysoce kvalitní služby omezit nebo ukončit tyto služby, které podporují poptávku po výrobcích dodavatele.

- Příležitostně může RPM bránit velkým distributorům používat určité značky jako „ztrátového“ produktu. Prodej produktu se ztrátou přináší krátkodobý prospěch spotřebitelům, ale při eliminaci konkurence nízkou cenou nebude výrobek nabízen ostatními maloobchodníky a dojde k omezení soutěže v rámci jedné značky.⁵⁴
- RPM může zabránit parazitování na distribuční úrovni. Strany budou muset přesvědčivě prokázat, že dohoda o stanovení cen pro další prodej pravděpodobně nejen poskytne prostředky, ale také dá pobídku k překonání případného parazitování na těchto službách ze strany maloobchodníků, a že předprodejní služby celkově přinášejí spotřebitelům prospěch, a to v rámci dokazování, že byly splněny všechny podmínky čl. 101 odst. 3 SFEU.⁵⁵

4.6 Shrnutí

4.6.1 Zpravidla dovolená vertikální cenová ujednání

Doporučená prodejní cena (pro další prodej) – za podmínky, že si soutěžitelé (typicky dodavatel/výrobce, kupující/distributor) nesjednali sankční nebo motivační mechanismus, který by vedl k faktickému udržování doporučení ceny, tzv. nepřímému určování ceny, jinými slovy, faktické dodržování doporučených cen není zakázáno za předpokladu, že je pro distributory vyhrazeno nezávislé stanovování slev a bonusů (vyjma speciálních, zpravidla krátkodobých „akcí“ na podporu prodeje, které lze svým účinkem kvalifikovat jako omezení podobné maximální prodejní ceně).

Maximální prodejní cena stanovuje strop pro další prodej. Je to v drtivé většině akceptovaný způsob určování ceny pro další prodej, neboť jejím výsledkem není omezení možnosti konečného spotřebitele nakoupit zboží dané značky za nižší, tj. konkurenční cenu. Maximální prodejní cena má tedy za cíl zabránit pro konečné spotřebitele negativnímu

BEJČEK, Josef. Peripetie vertikálních distribučních dohod. 15. *Slovenské dni obchodného práva*. 2009. s.37.

⁵⁵ Evropská Komise: Pokyny k vertikálním omezením (2010/C 130/01), bod 225.

předražování prodávaného zboží. Účelem stanovení maximální prodejní ceny může rovněž být omezení nepřiměřeného parazitování na známé značce ze strany distributorů.

Tyto cenové dohody se jen velice výjimečně považují za nebezpečné, a to i v případě, že zveřejněnou doporučenou cenou se budou řídit další prodejci zboží. Zásadním faktorem pro rozhodnutí, zda toto cenové následování hrozí, je postavení dodavatele na trhu. Čím silnější je jeho postavení, tím větší bude především u oligopolních trhů riziko, že maximální nebo doporučená cena povede k vytvoření jednotné cenové hladiny i u dalších prodejců, kteří je budou považovat za tzv. „záchytný bod“. Například u cenově neelastických výrobků lze důvodně přepokládat, že distributoři sjednotí své ceny na úrovni maximální cenové hranice a cenová konkurence bude potlačena.⁵⁶

4.6.2 Zpravidla zakázaná vertikální cenová ujednání

Dle soutěžního práva nesmí být tedy kupující omezen (ať již přímo nebo nepřímo) v určování cen zboží pro jeho další prodej. Cenová ujednání, která jsou vybavena pokyny či sankcemi zavazujícími či motivujícími smluvní partnery dodržovat stanovené (doporučené) ceny pro další prodej, jsou zásadně zakázána. Kupující tedy musí mít za každé situace možnost stanovit prodejní cenu pro konečného spotřebitele dle své vlastní úvahy.

Pokud dodavatel uvádí své doporučené prodejní ceny, pak tyto nesmí být doprovázeny dalšími, byť ústními pokyny či instrukcemi, popřípadě jinými závaznými opatřeními prosazujícími skrytý zájem dodavatele na dodržování doporučených cen při dalším prodeji, či dokonce provázeny přímo negativními následky při jejich nedodržování. Také poskytování slev či jiných výhod kupujícímu v případě, že bude dodržovat stanovené doporučené prodejní ceny zboží, je třeba považovat bez výjimky za zakázané nepřímé určování cen.

Je-li tedy kupující motivován dodržovat doporučené ceny, může být, a zpravidla též je, ohroženo fungování soutěže na daném trhu, což pak může mít negativní dopad na konečné spotřebitele, neboť dochází ke snížení cenové konkurence na trhu. Z tohoto přístupu pak vyplývá následující příkladný výčet vždy zakázaných vertikálních ujednání:

- Doporučená prodejní cena se sjednaným sankčním či motivačním mechanismem fakticky vedoucím k dodržování doporučené prodejní ceny. Příklady několika mechanismů, jež vedou k udržování doporučených cen, a jsou tudíž zakázány:

⁵⁶ GACHOVÁ, Lenka, ORGONÍK, Martin. Typy, formy a způsob sjednání RPM. *Informační list 2/2009*, s. 7-8. Dostupný také z: http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Informacni_listy/2009/infolist_2009_02_RPM.pdf

- a) vázání bonusů a rabatů na dodržování „cenové politiky“ dodavatele zboží,
 - b) zpoždění nebo přerušování dodávek, zrušení smluv v souvislosti s nedodržováním dané cenové hladiny, případně jiné formy vyhrožování a sankcionování,
 - c) náhrada nákladů na reklamu, při níž je inzerována doporučená cena.
- Fixní nebo minimální prodejní cena může být stanovena jako předprodejní cena (cena pro prodej dalším distributorům, maloobchodníkům) nebo jako konečná cena pro spotřebitele. Ujednání obsahuje závazek prodat buď za určitou konkrétně stanovenou cenu, nebo za cenu vyšší.
 - Stanovení minimální marže pro kupujícího (počítáno od nákupní ceny) se považuje za opatření s rovnocenným účinkem jako minimální cena.
 - Stanovení maximální slevy poskytnuté konečným spotřebitelům (počítáno zpravidla od doporučené prodejní ceny) se také považuje za opatření s rovnocenným účinkem.
 - Cenové pásmo, pokud se skládá z minimální i maximální prodejní ceny, se rovněž považuje za zakázané.
 - Vázání ceny výrobků na ceny konkurenčních výrobků opět znemožňuje distributorovi se samostatně rozhodnout o prodejní ceně.

Možnost kupujícího, resp. každého distributora, stanovit prodejní cenu svého zboží je jedním ze základních principů fungování hospodářské soutěže. Omezení možnosti kupujícím stanovit konečnou prodejní cenu svého zboží dle vlastního rozhodnutí deformuje základní principy existence svobodné hospodářské soutěže. Nastavení ceny pro další prodej mimo úroveň konkurenční ceny, tedy ceny, která by odpovídala výsledkům konkurenčního boje, může rovněž způsobit navýšení cen zboží pro konečné spotřebitele, a též je způsobilé bránit konkurenci uvnitř jedné značky zboží (soutěž *intra-brand*).

Uzavřením RPM dochází také k negativním horizontálním efektům na úrovni distribuce, neboť jsou sjednocovány ceny zboží, a tím eliminována cenová soutěž mezi odběrateli. Při existenci několika paralelních sítí RPM se obecně zvyšuje nebezpečí narušení hospodářské soutěže a faktických dopadů na konečné spotřebitele.

Existují také smluvní opatření, která sama o sobě zakázána nejsou a nemusí být nutně považována za opatření směřující k RPM. V některých případech však mohou signalizovat skutečnost, že dodavatel vyvíjí tlak na dodržování cen pro další prodej. Z tohoto důvodu Úřad pro ochranu hospodářské soutěže stejně jako Evropská komise při posuzování RPM zohledňuje, zda dodavatel:

- zavedl systém sledování konečných prodejních cen,
- zavedl povinnost pro maloobchodníky upozorňovat na jiné členy distribuční sítě, kteří nedodržují standardní cenovou hladinu,
- natisknul svou doporučenou maloobchodní cenu na výrobek,
- stanovil kupujícímu povinnost, že musí použít doložku nejvyšších výhod ve vztahu k určitému zákazníkovi (jedná se o závazek, aby kupující maloobchodník udělil zákazníkovi s doložkou nejvyšších výhod nejnižší cenu nebo nejlepší obchodní podmínky, jaké kdy udělil jinému zákazníkovi).⁵⁷

⁵⁷ GACHOVÁ, Lenka, ORGONÍK, Martin. Typy, formy a způsob sjednání RPM. *Informační list 2/2009*, s. 9-10. Dostupný také z: http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Informacni_listy/2009/infolist_2009_02_RPM.pdf

5 Příklad Leegin Creative Leather Production, Inc.

Tato kapitola je věnována kontroverznímu rozhodnutí amerického Nejvyššího soudu *Leegin Creative Leather Production, Inc. v. PSKS, Inc.*

Ve Spojených státech amerických bylo v roce 2007 vydáno velmi kontroverzní a těsně většinové rozhodnutí Nejvyššího soudu, obracející – do té doby panující – pravidlo automatického zákazu RPM. To vyvolalo velmi živou diskuzi o oprávněnosti pravidla automatického zákazu vertikálních cenových dohod. Jednalo se o případ *Leegin Creative Leather Production, Inc. v. PSKS, Inc.*⁵⁸

Významné rozhodnutí Nejvyššího soudu v USA⁵⁹ ve věci *Leegin*,⁶⁰ myšlenkově přispělo ke změně přístupu ke způsobu posuzování tvrdých omezení v novém nařízení. V tomto rozhodnutí bylo konstatováno, že vertikální dohody obsahující *hard-core* ustanovení v podobě omezení cen pro další prodej, jak fixní tak i minimální ceny, mají být nadále posuzovány na základě tzv. *rule of reason*, což v praxi znamená porovnání pozitivních a negativních účinků příslušného omezení. V případě převahy negativních účinků má být vertikální *price fixing* zakázáno. Toto rozhodnutí nahradilo více než 96 starý precedent ve věci *Dr. Miles*,⁶¹ který bez dalšího považoval RPM za *per se* nezákonné, a dalo přednost diskutabilní věcné ekonomické správnosti, nežli formální jednoznačnosti a s tím spojené vyšší právní jistotě.⁶² Případu *Dr. Miles* z roku 1911 byl vysloven nejstarší explicitní *per se* zákaz RPM.

5.1 Skutkový stav

Leegin byl designér, výrobce a prodejce koženého zboží, který distribuoval své výrobky prostřednictvím maloobchodní sítě nezávislých distributorů a stanovil svoji cenovou a prodejní politiku tak, že jejím cílem bylo dodávat zboží jen do prodejen, které poskytovaly kvalitní zboží a vyšší služby pro své zákazníky. Na základě nastavené politiky Leegin odmítl

⁵⁸ BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 830.

⁵⁹ Srov. také s rozhodnutím ve věci *Bell Atlantic Corp. v. Twombly*; *Weyerhaeuser Co. v. Ross-Simmons Hardware Lumber Co.*; *Credit Suisse First Boston, Ltd. v. Billing*.

⁶⁰ Rozhodnutí Nejvyššího soudu USA sp. zn. (6/28/07) ve věci *Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc.*

⁶¹ Rozhodnutí Nejvyššího soudu USA sp. zn. 220 U. S. 373 (1911) ve věci *Dr. Miles Medical Co. v. John D. Park & Sons Co.* Dostupné z: <<http://supreme.justia.com/us/220/373/case.html>>.

⁶² KINDL, Jiří. *Leegin Creative - 96 let starý precedent překonán. JINÉ PRÁVO* [online]. 2007 [cit. 2012-03-01]. Dostupný z: <<http://jinepravo.blogspot.com/2007/07/leegin-creative-96-let-star-precedent.html>>.

prodávat zboží těm maloobchodním prodejnám, které poskytovaly slevy z ceny zboží pod úroveň ceny navrhované společností Leegin. Poté, co se jeden z odběratelů odmítl vzdát využívání slev, Leegin odmítl tomuto odběrateli dodávat, přičemž to odůvodňoval tím, že poskytování slev poškozovalo jeho značku a pověst. Soud prvního stupně a odvolací soud odmítly argumentaci Leegin, podle níž bylo nutné na RPM aplikovat *rule of reason*, avšak Nejvyšší soud se k této argumentaci přiklonil a judikoval, že k tomu, aby bylo možno považovat dohodu typu RPM za zakázanou, je nezbytné analyzovat její faktické dopady. Jedním z důvodů, pro které bylo takto judikováno, byla hrozba *free riding*, což je situace, kdy jeden ze soutěžitelů neinvestuje, neinovuje, „nevymyslí“, ale poté, co jiný soutěžitel investuje, inovuje a „vymyslí“, těžší z takového stavu právě tento pasivní soutěžitel.⁶³

5.2 Dopady rozhodnutí

Podle některých autorů rozsudek *Leegin* znamená zásadní obrat v hodnocení nebezpečí RPM pro soutěž a do budoucna by se měla aplikovat vyvratitelná domněnka prosoutěžního dopadu takových ujednání. Je nutné mít na paměti, že se jedná o judikát z jiné jurisdikce, který nemá jakýkoliv přímý vliv na unijní právo či dokonce na české soutěžní právo, avšak diskuze tímto rozhodnutím vyvolané předcházely přijetí nových pravidel pro blokové výjimky.⁶⁴ Dle Bejčka prolomení anglosaské doktríny *stare decisis* v případě *Leegin* nastalo bez přesvědčivých důvodů, neboť ekonomické argumenty, kterými byl rozsudek odůvodněn, mnohdy mají minimální anebo vůbec žádnou empirickou základnu a jsou často jen teoretické a argumentace ekonomickou správností se neliší od argumentace právníkové.⁶⁵ Nahrazení *per se* zákazu při posuzování vertikální cenové fixace pravidlem *rule of reason* tudíž může spočívat na ekonomicky nedostatečném odůvodnění, a tím pádem soutěžně riskantním východiskem. Nadto pravidlo rozumu neposkytuje žádný „bezpečný přístav“, a to jak pro účastníky dohody, tak pro rozhodující orgány.⁶⁶

V případě *Leegin* Nejvyšší soud argumentoval tak, že nelze říct, že by RPM vždy nebo téměř vždy směřovala k omezení soutěže a ke snížení výstupu. Rozhodnutí opřel soud o argument, že se pomocí této cenové fixace řeší problém „černých pasažérů“, přičemž i mezi

⁶³ RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Kartelové dohody*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2009, s. 113.

⁶⁴ NERUDA, Robert. Soutěžní politika úřadu ve vztahu k RPM. *Informační list 2/2009*, s. 5. Dostupný také z: <http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Informacni_listy/2009/infolist_2009_02_RPM.pdf>.

⁶⁵ BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 829.

⁶⁶ BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 849.

ekonomy je velmi sporné, jak často se vůbec vyskytuje, a zda vůbec odrazuje distributory od investic.

Soud dokonce opíral svůj verdikt o vědecky zpochybněný názor, že RPM působí prosoutěžně tím, že s její pomocí výrobci usnadňují vstup nových distributorů na trh. Naopak ti efektivnější distributoři budou při odstranění pravidla *per se* od vstupu odrazováni, protože budou zbaveni možnosti nejběžnější strategie při vstupu na trh, totiž možnosti snížit ceny.⁶⁷

5.3 Nový přístup k RPM a EU

Právo EU, které liberalizovalo přístup k většině necenových vertikálních omezení, setrvává u zákazu RPM jakožto „tvrdého omezení“, což je ekvivalent *per se* zákazu. Je však zřejmé, že otázka tak značného rozdílu mezi regulací soutěžního práva v USA a v EU nemůže být dlouhodobě ignorována a měla by být zodpovězeno následující: Je zde potřeba evropského soutěžního práva následovat americké soutěžní předpisy upravující vertikální cenovou fixaci?

Nový přístup k RPM v USA spustil nejrozmanitější diskuse, a stále není jasné, zda má RPM závažné protisoutěžní důsledky, nebo zda může být pro hospodářskou soutěž také přínosem. Hlavním problémem posuzování dopadů RPM na hospodářskou soutěž je neexistence dostatku empirických důkazů. Dále zde existuje značný prostor pro manipulaci, který zaplnily různé nové ekonomické teorie. Ačkoliv evropské soutěžní právo bylo vždy ovlivňováno americkou antimonopolní politikou, existuje zde mnoho argumentů, proč by EU neměla následovat liberální přístup k RPM deklarovaný rozsudkem *Leegin*.

Jedním z hlavních argumentů je skutečnost, že takový nástroj jako je *rule of reason* by byl v rozporu s regulací hospodářské soutěže v EU a se strukturou SFEU, a to nejen kvůli korelaci mezi články 101 odst. 1 a 101 odst. 3, ale také proto, že by taková změna přinesla mnoho zmatků a nejistoty. Navíc by přenos důkazního břemena znevýhodnil orgány hospodářské soutěže a také by mohl způsobit rozdílné názory na klady a zápory RPM v jednotlivých členských státech. Přitom rozlišnost a různorodost v oblasti hospodářské soutěže jsou jedněmi z hlavních věcí, které se snaží jednotná vnitřní politika EU vyhnout

⁶⁷ BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 848.

a které se snaží potlačit. Proto lze říci, že stále neexistují silné důkazy pro to, že by RPM mohl přispět k hlavnímu cíli soutěžního práva – blahobytu spotřebitelů.⁶⁸

V EU převládá spíše střízlivé hodnocení rozsudku Leegin. Nepředpokládá se, že by EU následovala příklad USA a opustila stávající doktrínu RPM jako *hard-core* ustanovení a s tím související *per se* zákaz. Také judikatura i nadále potvrzuje nezákonnost RPM. Ekonomické teorie o prosoutěžních dopadech RPM zůstávají jen teoriemi, které nebyly empiricky ověřeny a stále o nich tedy panují četné pochybnosti. Tvrzené přínosy ve skutečnosti neexistují nebo nejsou zaměřeny na spotřebitele, kdežto protisoutěžní dopady byly v praxi prokázány (experimenty v praxi proběhly např. Švýcarsku⁶⁹, UK, i v některých státech USA). RPM přináší vyšší ceny a zákaz RPM nemá žádný dopad na kvalitu či šíři nabídky.⁷⁰

Také Úřad došel k závěru, že žádná z ekonomických teorií, které zdůrazňují prosoutěžní dopady RPM, nebyla v praxi prokázána, a jejich závěry tak zůstávají přinejmenším neověřené. Pokud jde o přínosy, kterými je v těchto teoriích argumentováno, pak jejich existence nebyla v praxi potvrzena, a pokud ano, nejedná se o přínosy pro spotřebitele, nýbrž o přínosy pro soutěžitele, jež se RPM účastní. Tyto teorie o prosoutěžním dopadu RPM tak zůstávají teoriemi, bez náležitého odrazu v reálném světě. Naproti tomu platnost ekonomických teorií, které vyzdvihávají protisoutěžní účinky RPM, byla v praxi opakovaně ověřena. Za nejlepší důkaz slouží, dle názoru Úřadu, vývoj cen, kvality a šíře nabídky na trzích, kde došlo k odstranění zákonem povoleného vertikálního určování cen. Naturální experimenty z jiných zemí, kde došlo k odstranění RPM ve vztahu k některým výrobkům, např. knihám ve Švýcarsku, svědčí o tom, že RPM přináší vyšší ceny, naopak jeho zrušení se negativně neprojevuje na šíři nabídky a množství prodaného zboží.⁷¹

⁶⁸ DAUJOTAS, Rimantas. Leegin case: Resale price maintenance vs. Consumer welfare. Dostupný z: <<http://rimantasdaujotas.wordpress.com/2011/07/27/leegin-case-resale-price-maintenance-vs-consumer-welfare/>>

⁶⁹ Poté, co byly ve Švýcarsku 30. 4. 2007 zrušeny jednotné (vázané) ceny knih, vzbudil obchod s knihami pozornost masivními slevami (i když ve Švýcarsku celkově ceny rostou). Slevy dosahují od 10% do 30% a výjimečně až 40% (oproti doporučeným cenám „*Richtpreise*“, které již nesmí být uváděny).

⁷⁰ NERUDA, Robert. RPM Česká praxe. Dostupné na: <http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Neruda_RPM_in_Czech_Republic.ppt>

⁷¹ NERUDA, Robert. Soutěžní politika úřadu ve vztahu k RPM. *Informační list* 2/2009, s. 7. Dostupný také z: <http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Informacni_listy/2009/infolist_2009_02_RPM.pdf>

V Evropě se tak zatím teoretizuje a rozhodovací praxe evropských úřadů a soudů zůstává zatím nezměněna a ve znamení přesně stanovených výjimek pro necenová vertikální omezení soutěže a tvrdého zákazu omezení cenových.⁷²

V současné době, dle mého názoru, nehrozí, že by se Evropská unie vydala ve stopách USA, přehodnotila dosavadní tvrdý postoj k RPM a vydala se cestou pravidla *rule of reason*. Pro takovýto krok neexistují momentálně dostatečně silné argumenty, ani pro něj nejsou podmínky. Jistým ústupkem je konstatování Soudního dvora Evropské unie, že v zásadě může být přípustné každé omezení soutěže za podmínek stanovených v čl. 101 odst. 3 SFEU. Komise pak tento názor sdílí. Soudní dvůr EU výslovně stanovil, že použití čl. 101 odst. 3 SFEU není nemožné jen proto, že dohoda má za předmět cenovou fixaci. Komise rovněž prohlásila a uznala, že je čl. 101 odst. 3 použitelný i na cenové dohody.⁷³ To je podle mne i cesta, které se bude do budoucna Evropská unie držet.

⁷² BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 849.

⁷³ BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 846-847.

6 RPM v praxi

V této kapitole přejdu od teorie k praxi a přiblížím některé kauzy, kterými se v posledních letech v souvislosti s RPM zabýval Úřad a Komise.

6.1 Případy RPM (s mezinárodním prvkem)

S ohledem na otevřenost české ekonomiky není věci neobvyklou, že jedna ze smluvních stran (dodavatel nebo kupující) nesídlí v České republice. Z hmotně-právního pohledu není tato otázka příliš zajímavá, neboť v případech, kdy je zasažena nejméně jedna další země Evropské unie, a řízení je tedy vedeno pro porušení nejen českého zákona, ale také pro porušení článku 101 SFEU, bude právní kvalifikace daného jednání v podstatě totožná. Pro soutěžitele však může být zásadní otázka, který z národních soutěžních úřadů povede řízení, a to zejména s ohledem na případnou výši a četnost sankce. Nastat mohou tyto situace:

- vnitrostátní případ – pokud mezinárodní prvek není přítomen nebo je z pohledu hospodářské soutěže zcela bezvýznamný, řízení se povede podle českých právních norem (hmotných i procesních),
- případ ovlivňující obchod mezi členskými státy Evropské unie – pokud jsou naplněna kritéria dopadu na obchod mezi členskými státy EU, aplikuje Úřad současně české i evropské hmotně-právní normy. Z procesního hlediska:
 - a) řízení může být vedeno jedním nejlépe umístěným soutěžním úřadem, nebo
 - b) řízení povede Evropská komise,
- případ s mezinárodním prvkem (mimo země EU) – s ohledem na teritoriální suverenitu veřejného práva může Úřad vést řízení bez ohledu na řízení vedené např. před Federal Trade Commission v USA nebo jakýmkoliv jiným soutěžním úřadem. U případů s mezinárodním prvkem bývá nejčastěji zasažena i další země EU, a v takovém případě by se použilo řešení podle předchozího bodu.

6.2 Vnitrostátní případy aneb Případy RPM v ČR

Tradičně je RPM zakázáno pro svůj protisoutěžní cíl. Při posuzování RPM se uplatňuje spíše formální přístup, de facto se dá mluvit o *per se* zákazu. Při soudním přezkumu není vyžadováno prokazování skutečného dopadu na soutěž. V poslední době je škodlivý dopad na soutěž presumován, připouští se možnost vynětí ze zákazu na základě prokázání přínosů dohody pro spotřebitele.

Úřad vyšetřoval v posledních pěti letech hned několik případů s RPM, přičemž některé z nich skončily udělením pokuty – např. Dellux, Estée Lauder, Kofola, HUSKY CZ, Albatros.

V roce 2007 bylo rozhodování Úřad poněkud narušeno americkým rozsudkem Leegin, který přinesl zásadní obrat v hodnocení RPM a vzbudil diskuse o posuzování RPM na základě domněnky zákonnosti.

6.2.1. Kofola a.s., Kofola Holding a.s.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže provádí v rámci své činnosti šetření v oblasti on-trade trhu nealkoholických nápojů. V rámci tohoto šetření obdržel Úřad od společnosti Kofola a.s. informace a podklady, jejichž součástí byla mimo jiné i kopie jedné vzorové smlouvy upravující podmínky dodávek nealkoholických nápojů uzavírané mezi účastníkem řízení a odběrateli nealkoholických nápojů vyráběných, popř. distribuovaných účastníkem řízení. Tato smlouva obsahovala ustanovení vzbuzující vážné pochybnosti o jejich souladu se zákonem, zejména pokud jde o ujednání zavazující odběratele nealkoholických nápojů dodržovat doporučené prodejní ceny stanovené společností Kofola.

Na základě uvedených skutečností zahájil Úřad dne 15. 11. 2007 se společností Kofola správní řízení sp. zn. S 308/07 ve věci možného porušení § 3 odst. 1 zákona, které Úřad spatřoval v uzavření zakázaných dohod o přímém určení cen pro další prodej obsažených v „Rámcových kupních smlouvách o podmínkách dodávek zboží“ sjednaných mezi účastníkem řízení a jeho odběrateli nealkoholických nápojů. Na základě dalších skutečností pak Úřad dne 10. 3. 2008 zahájil správní řízení sp. zn. S 82/08 se společností Kofola Holding a.s., jež působila jako koordinátor jednání celé skupiny Kofola.

Šetřením bylo prokázáno, že účastníci řízení v období od 7. 5. 2001 uzavírali posuzované smlouvy, ve kterých byla dohoda obsahující závazek odběratele dodržovat doporučené ceny stanovené smlouvou, resp. uvedené v její příloze, a obsahující mechanismus umožňující okamžité odstoupení od smlouvy mj. v případě porušení závazku dodržovat doporučené ceny pro další prodej. Současně Úřad na základě provedeného šetření prokázal, že účastník řízení plnění dohod o přímém určení cen pro další prodej obsažených v posuzovaných smlouvách jeho odběratelů kontroloval a vynucoval.⁷⁴

V průběhu správního řízení bylo tedy zjištěno, že společnosti této skupiny uzavíraly od roku 2001 do roku 2008 s některými velkoobchodními odběrateli po celé České republice

⁷⁴ Rozhodnutí ÚOHS sp.zn. S095/08 ze dne 25. 7. 2008

vertikální dohody o určování cen pro další prodej, čímž došlo k narušení hospodářské soutěže na trhu dodávek nealkoholických nápojů. Úřad ze zajištěných důkazů zjistil, že uzavírané dohody měly faktický dopad na hospodářskou soutěž a omezení soutěže bylo reálné. Z tohoto důvodu došlo ke snížení výhod plynoucích pro konečné spotřebitele z nenarušené konkurence soutěžitelů na trhu dodávek nealkoholických nápojů.

Ve správním řízení byl poprvé před Úřadem aplikován proces narovnání, jenž je již užíván mnoha zahraničními soutěžními úřady a který spočívá v kvalifikované spolupráci účastníků řízení na průběhu správního řízení, jejich plném doznání k vytýkanému protisoutěžnímu jednání, resp. jejich uznání právní kvalifikace učiněné ze strany Úřadu. Společnost Kofola Holding potvrdila existenci vytýkaného jednání, jeho délku a uznala též právní kvalifikaci jednání. Rovněž předložila další důkazy prokazující skutečný rozsah protisoutěžního jednání a s Úřadem plně spolupracovala. Tím jí byla původně uložená pokuta snížena na polovinu, tj. 13 552 000,- Kč. Rozhodnutí Úřadu již nabylo právní moci.⁷⁵

Význam rozhodnutí

V daném řízení byl poprvé před ÚOHS použit proces narovnání. Tento procesní postup, který je aplikován při šetření protisoutěžního jednání mnoha zahraničními soutěžními úřady a nově též Evropskou komisí, umožnil rychlé ukončení správního řízení, což vedlo k úsporám časových, lidských i materiálních zdrojů.

6.2.2. Tupperware Czech Republic, spol. s r.o.

Věc společnosti Tupperware, šetřená Úřadem pod sp. zn. S009/05, ve II. instanci pak pod sp. zn. R017/05, skončila až před Nejvyšším správním soudem⁷⁶. Předmětná věc se také týkala porušení § 3 odst. 1 ZOHS, za které Úřad společnosti Tupperware vyměřil pokutu ve výši 2 300 000,-Kč. Případ je ale zajímavý hlavně tím, že v uvedené věci došlo k názorovému střetu mezi Úřadem a Krajským soudem v Brně, týkající se souběžné aplikace unijní a národní úpravy dohod narušujících hospodářskou soutěž. Jedná se o vůbec první případ skutečné paralelní aplikace soutěžního práva, kdy Úřad deklaroval, že jednáním bylo porušeno současné české i unijní právo. Krajský soud následně toto rozhodnutí Úřadu zrušil pro zmatečnost, která měla spočívat právě ve skutečností že Úřad na dohodu aplikoval jak

⁷⁵ GACHOVÁ, Lenka, ORGONÍK, Martin. Vybrané případy z rozhodovací praxe ÚOHS. *Informační list* 2/2009, s. 11. Dostupný také z:

<http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Informacni_listy/2009/infolist_2009_02_RPM.pdf>

⁷⁶ Věc byla vedena pod sp. zn. 7 Afs 7/2008

české, tak unijní právo a uložil příslušné sankce za porušení obou zákazů. Krajský soud ve svém rozhodnutí argumentoval porušením zásady *ne bis in idem* a uvedl, že porušení norem unijního a českého práva má charakter téhož skutku.⁷⁷ Rozsudek krajského soudu byl však posléze zrušen Nejvyšším správním soudem⁷⁸ a vrácen mu k dalšímu řízení. Nejvyšší správní soud oproti krajskému soudu judikoval, že není vyloučena aplikace unijní a národní úpravy a odmítl i údajné porušení zásady *ne bis in idem*, když v této souvislosti uvedl, že nejde o situaci, kdy je opakovaně vedeno řízení o téže věci, o níž již bylo pravomocně rozhodnuto.

6.2.3 HUSKY CZ s.r.o.

V rámci své činnosti provádí Úřad pro ochranu hospodářské soutěže na základě své dozorové pravomoci šetření v obchodních prostorách společností. Na základě provedeného šetření v obchodních prostorách společnosti HUSKY CZ s.r.o. ze dne 19. 8. 2008 bylo s touto společností zahájeno správní řízení sp.zn. S 076/08. V rámci tohoto správního řízení bylo prokázáno, že šetřená společnost uzavřela se svými odběrateli, celkem 22, prodávajícími zboží v internetovém obchodě, dohody o určení cen pro další prodej. Rovněž bylo prokázáno, že tyto dohody byly plněny, a to nejméně 16 odběrateli. Šetřením bylo dále prokázáno, že účastník řízení plnění dohod o určení cen pro další prodej svými odběrateli skutečně kontroloval a pod hrozbou přerušování dodávek zboží či jiných sankcí jejich plnění i vymáhal.

Na základě e-mailů bylo prokázáno, že společnost HUSKY CZ s.r.o. (dále jen „společnost“) v telefonickém hovoru se svými odběrateli (celkem 16 odběratelů) uzavřela s každým jednotlivým odběratelem ústní dohodu o určení cen pro další prodej. Předmětem této dohody bylo určení minimální ceny, za kterou měli odběratelé dále prodávat zboží pro outdoorové vybavení nakoupené od společnosti. Výše minimální prodejní ceny byla stanovena pro všechny tyto odběratele jednotně, a to tak, že od společnosti doporučené maloobchodní ceny včetně DPH bylo odečteno 8 %. Dvoustranným ústním ujednáním mezi společností a konkrétním odběratelem tak byla určena minimální prodejní cena zboží, tj. cena, pod kterou nesměl odběratel zboží nakoupené od účastníka řízení dále prodávat. Žádný z těchto 16 odběratelů pak na e-maily rozeslané společností v kontextu předešlého telefonického ujednání se společností nereagoval nesouhlasně, resp. žádný odběratel nepopřel

Aby se jednalo o totožný skutek, musí být splněny následující znaky: totožnost jednatelů, totožnost jednání, totožnost následku a v případě deliktů pak i totožnost objektů.

⁷⁸ Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 3. prosince 2008, sp. zn. 7 Afs 7/2008.

akceptaci ústní dohody o určení cen pro další prodej uzavřené se společností během telefonického hovoru předcházejícího rozeslání e-mailů.

Úřad vyměřil společnosti HUSKY CZ s.r.o. za toto výše popsané jednání pokutu v celkové výši 2.316.000,-Kč. Rozhodnutí se stalo pravomocným dne 1. 2. 2011.⁷⁹

Možné dopady na hospodářskou soutěž výše popsaného jednání:

Společnost HUSKY CZ s.r.o. sídlí sice v České republice, ale prostřednictvím svých poboček působí ve dvaceti zemích Evropy a Ameriky. Dostáváme se i za hranice České republiky. Dá se tedy předpokládat, že šetřené jednání mělo nebo mohlo mít dopady i na zahraniční odběratele. Určením minimálních cen, za které mělo být zboží dále prodáváno, došlo k narušení hospodářské soutěže, protože odběratel se nemohl svobodně rozhodnout a určit si sám prodejní cenu zboží ve svém obchodě. Společnost HUSKY CZ s.r.o. si tak tímto svým jednáním pojistila, že její zboží nebude odběratel dále prodávat za cenu, kterou považovala, lidově řečeno, pod svojí úroveň. Zaručenou minimální cenou zboží dostalo jistý punc kvality.

Tento případ není nepodobný výše zmiňovanému americkému případu Leegin. Pan Leegin se svým jednáním snažil, dle svých slov, chránit svou značku a pověst a v poskytování slev spatřoval poškození uvedeného. Kdyby se případ společnosti HUSKY CZ s.r.o. posuzoval podle pravidla *rule of reason*, tedy tak, jak by byl nyní posuzován v USA, jednání společnosti HUSKY CZ s.r.o. by bylo posuzováno s ohledem na reálné dopady, s ohledem na skutečné narušení hospodářské soutěže a nebylo by a priori zakázané. Dostáváme se tak k základnímu problému. Pokud by se v Evropské unii, a v jejím rámci i v České republice, uplatňovalo pravidlo *rule of reason*, musel by příslušný orgán, v našem případě Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, zkoumat mnohem podrobněji a důsledněji každé jednotlivé jednání vykazující znaky RPM a pokaždé individuálně posuzovat, zda v konkrétním případě došlo či nedošlo k takovému porušení, že jsou naplněny kritéria zakázaného jednání. V rámci Evropské unie by pak bezesporu docházelo k odchylkám v posuzování a nezvratně pak v důsledku k rozporům k pojetí RPM v jednotlivých členských zemích.

6.2.4 Estée Lauder CZ s.r.o.

V rámci šetření v oblasti selektivní kosmetiky obdržel Úřad v roce 2007 informace a podklady, jejichž obsahem byly i kopie sedmi smluv o prodeji výrobků selektivní kosmetiky

⁷⁹ Rozhodnutí ÚOHS sp.zn. S076/08 ze dne 11. 5. 2009 ve spojení s rozhodnutím ÚOHS sp.zn. R084/09 ze dne 28. 1. 2011.

uzavřených mezi společnostmi Estée Lauder a jejími odběrateli zboží selektivní kosmetiky. Tyto smlouvy obsahovaly ustanovení vzbuzující vážné pochybnosti o jejich souladu se zákonem, zejména pokud šlo o ujednání zavazující kupující zboží selektivní kosmetiky k dodržování maloobchodních cen stanovených společnostmi Estée Lauder.

Na základě uvedených skutečností zahájil Úřad dne 28. 5. 2007 se společnostmi Estée Lauder správní řízení sp. zn. S 132/2007. V rámci následného šetření posuzoval Úřad soulad obsahu těchto smluv se zákonem. Bylo zjištěno, že smlouvy skutečně obsahovaly dohody o přímém určení cen pro další prodej. Konkrétně se v nich vyskytoval např. závazek: *„Autorizovaný prodejce se zavazuje prodávat Výrobky přímo v prostorech Prodejny a zdrží se prodeje Výrobků kdekoli jinde nebo jiným způsobem (včetně např. zásilkové služby), nebo je přesouvat mezi Prodejny, s výjimkou případů, k nimž Společnost udělí písemný souhlas.“*, či stanovení výše prodejní marže autorizovaným prodejcem. Rovněž bylo prokázáno, že všechny posuzované smlouvy byly plněny a v nejméně ve dvou případech byly fakticky plněny i dohody o přímém určení cen pro další prodej. Šetřením nebylo prokázáno, že účastník řízení plnění dohod o přímém určení cen pro další prodej obsažených v posuzovaných smlouvách jeho autorizovanými prodejci kontroloval a jejich plnění vymáhal.

Úřad vyměřil společnosti Estée Lauder CZ s.r.o. pokutu ve výši 818.000,-Kč. Rozhodnutí nabylo právní moci dne 17. 4. 2008.⁸⁰

6.2.5 Albatros nakladatelství, a.s.

Úřad pro ochranu hospodářské soutěže zahájil na základě informací z médií dne 24. 1. 2008 šetření podnětu ve věci prodeje knihy Harry Potter a relikvie smrti společností Albatros nakladatelství, a.s. („Albatros“), která je držitelem výhradní licence k vydání této knihy v českém jazyce. Úřad konkrétně prověřoval informaci, že prodej knihy Harry Potter a relikvie smrti bude uvolněn do hypermarketů a dalších prodejních kanálů mimo specializovaná knihkupectví nejdříve 1. 3. 2008, zatímco v knihkupectvích bude kniha v prodeji již od 31. 1. 2008. Jako důvod termínové preference specializovaných knihkupectví a knižních internetových a zásilkových služeb Albatros ve své tiskové zprávě uvedl, že tyto dlouhodobě pečují o veškerou produkci nakladatelství Albatros, a jsou tak hlavním distribučním kanálem jeho knih, na rozdíl od většiny hypermarketů, které nejsou standardním přímým prodejcem společnosti Albatros.

⁸⁰ Rozhodnutí ÚOHS sp.zn. S132/07 ze dne 1. 4. 2008.

V souvislosti s uvedenými údaji z médií Úřad v rámci své dozorové pravomoci oslovil Albatros a vyžádal si od něj informace. Albatros doložil mj. smlouvy na dodávku knihy Harry Potter a relikvie smrti uzavřené s odběrateli, kteří odebrali více než 1 000 ks výtisků tohoto titulu, které obsahovaly závazek prodávat uvedený titul pouze konečným spotřebitelům, v některých případech za dohodnutou cenu. K distribuci svých knih Albatros sdělil, že v letech 2006 a 2007 provedl změnu distribuční politiky, kdy z distribuce prostřednictvím velkoobchodních distribučních společností přešel na zajišťování distribuce přes vlastní síť obchodních zástupců. Důvodem této změny byl mj. zájem společnosti Albatros na kultivaci knižního trhu tak, aby měla vliv na konečné umístění knih na trhu, jejich vystavení a vybavení míst prodeje doplňkovými materiály apod. S ohledem na současný systém distribuce jsou tedy počínaje rokem 2007 s odběrateli společnosti Albatros uzavírány smlouvy obsahující ustanovení o užití zboží k dalšímu maloobchodnímu prodeji vlastním jménem a na vlastní účet odběratele konečným spotřebitelům.

Za účelem získání dalších informací oslovil Úřad rovněž vybrané hypermarkety a knihkupectví. Ze zaslaných odpovědí vyplynulo, že hypermarkety měly o dodání knihy Harry Potter a relikvie smrti zájem, avšak Albatros jim nabídl pouze dodání dotisku knihy plánovaného na březen 2008. Společnost Tesco Stores ČR a.s. zaslala Úřadu v této souvislosti kopii e-mailu generálního ředitele společnosti Albatros ze dne 30. 11. 2007 ve věci „Albatros – info pro klíčové partnery – HP7 bez hypermarketů!“, v němž Albatros informuje své obchodní partnery zejména z řad specializovaných knihkupectví o záměru nedodávat v lednu 2008 knihu Harry Potter a relikvie smrti do hypermarketů a dále uvádí, cit.: *„Cílem tohoto našeho rozhodnutí je maximálně podpořit naše dlouhodobé partnery, tedy knihkupce, kteří na rozdíl od hypermarketů dlouhodobě pečují o celou produkci Albatrosu a zabránit pokud možno též „cenové válce“.“*

Na základě výše uvedených skutečností zahájil dne 17. 4. 2008 se společností Albatros správní řízení sp. zn. S 114/2008/KD ve věci možného porušení § 3 odst. 1 zákona, které Úřad spatřoval v uzavírání dohod o určení ceny pro další prodej, dohod o závazku odběratele prodávat zboží pouze v rámci maloobchodního prodeje konečným spotřebitelům (tj. zákaz prodeje zboží jiným prodejčům) a dohod o zákazu prodeje zboží soutěžitelům provozujícím knižní velkoobchod či distribuci bez písemné dohody se společností Albatros.

Ve správním řízení bylo prokázáno, že účastník řízení uzavřel pět smluv obsahujících dohodu o určení ceny pro další prodej. Taktéž bylo prokázáno, že tyto dohody o cenách byly plněny a dodržovány, avšak dodržování cen ze strany účastníka řízení nebylo kontrolováno,

a tudíž ani případné nedodržování sankcionováno, s výjimkou dohody obsažené v kupní smlouvě na dodávku knihy Harry Potter a relikvie smrti uzavřené se společností Vltava Stores, a.s., kde však hlavním důvodem vymáhání sankce bylo porušení dohody o dalším prodeji knihy pouze konečným spotřebitelům. Pouze jeden odběratel uvedl, že Albatros požadoval dodržování doporučené prodejní ceny v případě knih o Harrym Potterovi. Stanovení ceny ve smlouvě vycházelo v některých případech z iniciativy odběratele. Dále bylo prokázáno, že účastník řízení uzavíral v období od 24. 10. 2001 se svými odběrateli smlouvy obsahující dohody o omezení okruhu osob, jimž je odběratel oprávněn dále dodávat zboží, a že tyto dohody byly (s výjimkou jednoho odběratele, tj. společnosti Vltava Stores, a.s.) dodržovány.

Situace byla řešena procesem narovnání. Stalo se tak v České republice vůbec poprvé. Proces narovnání, tzv. *settlement procedure*, není dosud českým soutěžním právem upraven. Narovnání představuje procesní nástroj, jehož účelem je urychlení a zjednodušení řízení a zvýšení efektivity činnosti Úřadu. Jeho podstatou je uznání odpovědnosti za protisoutěžní jednání a právní kvalifikace jednání, popř. předložení dodatečných důkazů ze strany účastníka řízení výměnou za snížení pokuty. V tomto procesu narovnání byla společnosti Albatros a.s. uložena pokuta ve výši 313.000,-Kč. Rozhodnutí nabylo právní moci dne 3. 2. 2008.⁸¹

Narovnání jako řešení protisoutěžního jednání

V uvedeném řízení Úřad aplikoval proceduru narovnání, díky které došlo k rychlejšímu vyřešení a ukončení věci, ačkoli narovnání v soutěžním právu nebylo (zatím) formálně upraveno zákonem. Jako vzor pro svůj postup Úřad použil Nařízení 1/2003 a Oznámení Komise. Způsob použití těchto předpisů modifikoval pro použití v českých podmínkách.

Zásadní modifikací je použití narovnání na vertikální dohody. Zatímco Komise aplikuje narovnání jen při horizontálních dohodách, Úřad aplikoval narovnání i na případ zneužití dominantního postavení. Komise výslovně uvedla, že narovnání bude aplikovat pouze u kartelů.

Další výraznou odchylkou od evropské úpravy je způsob ukládání pokut. Komise ukládá pokuty v jednotné výši 10 %. Je proto zajímavé sledovat tendenci Úřadu v ukládání pokut. V případě Albatrosu Úřad pokutu snížil na polovinu základní částky. Obecně lze říct, že snižování pokut v praxi Úřadu je vůči soutěžitelům velmi velkorysý a v některých případech oceňuje přidanou hodnotu důkazů, které podniky poskytly. Jedná se zřejmě o snahu Úřadu

⁸¹ Rozhodnutí ÚOHS sp.zn. S114/08 ze dne 15. 1. 2009.

přilákat co nejvíce soutěžitelů k přistoupení na narovnání a snahu o prezentaci narovnání jako nástroje výhodného pro soutěžitele a zavedení narovnání do praxe.

6.3 Případ RPM v EU

Rozsudek Soudu prvního stupně T 208/01 ve věci Komise vs. Volkswagen

Rozsudek ESD C 74/04 P ve věci Komise vs. Volkswagen (2004), ECR I-06585

Volkswagen AG (dále jen „Volkswagen“) je holdingovou společností a největším podnikem skupiny Volkswagen, která je činná v odvětví výroby motorových vozidel. Motorová vozidla vyráběná společností Volkswagen byla v rámci systému selektivní a výlučné distribuce prodávána v Evropském společenství autorizovanými prodejci, se kterými tato společnost uzavřela standardní smlouvu o autorizovaném prodeji (dále jen „smlouva o autorizovaném prodeji“).

V souladu s čl. 4 odst. 1 smlouvy o autorizovaném prodeji ve znění ze září 1995 a ledna 1998 společnost Volkswagen přidělila autorizovanému prodejci smluvně stanovenou územní oblast pro program dodávek a poprodejního servisu. Jako protiplnění se autorizovaný prodejce zavázal intenzivně podporovat prodej a poprodejní servis v přidělené územní oblasti a optimálně využívat tržní potenciál. Podle čl. 2 odst. 6 (znění z ledna 1989), nebo odst. 1 (znění ze září 1995 a ledna 1998) smlouvy o autorizovaném prodeji se autorizovaný prodejce zavázal „hájit zájmy Volkswagen AG, distribuční organizace společnosti Volkswagen a značky Volkswagen a zajistit jejich podporu všemi prostředky“. Rovněž bylo stanoveno, že „autorizovaný prodejce za tímto účelem dodržuje všechny požadavky, které souvisí s provedením smlouvy, co se týče distribuce nových automobilů Volkswagen, zásobování náhradními díly, poprodejního servisu, podpory prodeje, reklamy a školení, jakož i zaručení technické úrovně pro rozdílné oblasti činnosti společnosti Volkswagen“. Konečně podle čl. 8 odst. 1 smlouvy o autorizovaném prodeji „Volkswagen AG vydává cenová doporučení, která jsou z hlediska konečné ceny a slev nezávazná“.

Komise ve výše uvedeném jednání spatřovala porušení čl. 81 SES (dnešního článku 101 SFEU) a uložila společnosti Volkswagen AG pokutu ve výši 30,96 mil. Euro.

Dne 10. září 2001 podala společnost Volkswagen žalobu směřující ke zrušení sporného rozhodnutí a podpůrně ke snížení výše pokuty, která jí byla uložena tímto rozhodnutím. Soud prvního stupně rozhodnutí Komise přezkoumal a po zvážení všech skutečností sporné rozhodnutí zrušil.

Soud prvního stupně především argumentoval následujícími skutečnostmi:

- z judikatury vyplývá, že pokud je rozhodnutí výrobce jednostranným chováním podniku, toto rozhodnutí nepodléhá zákazu uvedenému v čl. 81 odst. 1 SES,
- je třeba rozlišovat případy, kdy podnik přijme skutečně jednostranné opatření, a tedy jedná bez výslovné nebo konkludentní účasti jiného podniku, od případů, kdy je jednostranný charakter pouze zdánlivý. Jestliže první případy nespádají pod čl. 81 odst. 1 SES, druhé musí být považovány za dohodu mezi podniky a mohou tedy spadat do působnosti tohoto článku. To je případ zejména jednání a opatření omezujících hospodářskou soutěž, které byly zdánlivě jednostranně přijaty výrobcem v rámci jeho smluvních vztahů s dalšími prodejci, nicméně obdržely alespoň konkludentní souhlas těchto prodejců,
- v uvedeném případě nebylo prokázáno, že sporné výzvy byly v praxi provedeny,
- tvrzení Komise směřuje k tomu, že v případě autorizovaného prodejce, který podepsal smlouvu o autorizovaném prodeji v souladu s právem hospodářské soutěže, se má za to, že při tomto podpisu a jeho prostřednictvím předem souhlasil s pozdějším protiprávním vývojem této smlouvy, i když uvedená smlouva právě z důvodu jejího souladu s právem hospodářské soutěže neumožňovala autorizovanému prodejci, aby takovýto vývoj předpokládal,
- při podpisu legální smlouvy o autorizovaném prodeji a z důvodu takového podpisu se dá předchozí souhlas se smluvním vývojem předpokládat, pokud se jedná o legální smluvní vývoj, který je buď zamýšlený smlouvou, nebo nemůže být odmítnut autorizovaným prodejcem s ohledem na obchodní zvyklosti nebo právní úpravu. Naopak podle Soudu nemůže být připuštěno, že při podpisu legální distribuční smlouvy a z důvodu této smlouvy je možné mít za to, že byl dán předchozí souhlas s protiprávním smluvním vývojem,
- pro konstatování existence dohody ve smyslu čl. 81 odst. 1 SES je nezbytné předložit důkaz shody vůle. Navíc se tato shoda vůle musí vztahovat k určitému chování, které tedy musí být stranám známo v okamžiku, kdy toto chování přijaly.⁸²

Protí rozhodnutí Soudu prvního stupně pak podala kasační opravný prostředek Komise a případ se tak dostal k Soudnímu dvoru. Ten se přiklonil k argumentaci Soudu prvního stupně a kasační opravný prostředek zamítnul jako neopodstatněný.⁸³

⁸² Rozsudek Soudu prvního stupně T 208/01 ve věci Komise vs. Volkswagen ze dne 3. 12. 2003.

⁸³ Rozsudek ESD C-74/04 P ve věci Komise vs. Volkswagen (2004), ECR I-06585, ze dne 13. 7. 2006.

Na tomto případě se dá krásně demonstrovat, jak je soudní praxe důležitá a jak významnou úlohu zaujímá při dotváření práva. Jenom ve výše popsaném příkladu bylo judikováno hned několik zásadních věcí. Především to, že pokud je rozhodnutí výrobce jednostranným chováním podniku, toto rozhodnutí nepodléhá zákazu uvedenému v čl. 81 odst. 1 SES (resp. čl. 101 SFEU). Dále, že nemůže být připuštěno, že při podpisu legální distribuční smlouvy a z důvodu této smlouvy je možné mít za to, že byl dán předchozí souhlas s protiprávním smluvním vývojem. V neposlední řadě pak, že pro konstatování existence dohody ve smyslu čl. 81 odst. 1 SES je nezbytné předložit důkaz shody vůle.

Závěr

Ve své práci jsem popsala právní úpravu dohod o určení cen pro další prodej v uninjním (evropském) i českém soutěžním právu. Myslím si, že pro řádné pochopení celé problematiky bylo nezbytné vymezit na počátku vertikální dohody obecně, poté podat charakteristiku cenových dohod jako takových a teprve pak se podrobněji zabývat dohodami o určení cen pro další prodej. Charakteristiku těchto dohod jsem se snažila nastínit také zdůrazněním jejich negativních a pozitivních účinků, tak jak je chápe teorie, a popisem několika příkladů z praxe.

Právní režim dohod o určení cen pro další prodej je v evropském i českém soutěžním právu podobný až shodný. V obou se jedná o dohodu narušující hospodářskou soutěž (čl. 101 SFEU, § 3 ZOHS), nelze na ně aplikovat blokové výjimky, nelze aplikovat pravidlo *de minimis* a existuje nevyvratitelná právní domněnka, že podmínky pro vynětí podle čl. 101 odst. 3 SFEU (§ 3 odst. 4 ZOHS) nejsou splněny⁸⁴. V našich podmínkách se tedy uplatňuje tvrdý přístup k RPM.

Ve své práci jsem nastínila přístup k RPM, jak se nově prosadil v USA. Ve Spojených státech amerických mají být RPM nadále posuzovány na základě tzv. *rule of reason*, což v praxi znamená porovnání pozitivních a negativních účinků příslušného omezení a v každém jednotlivém případě individuální posouzení, zda se v konkrétním případě jedná o porušení soutěže či nikoli. Do budoucna by se měla aplikovat vyvratitelná domněnka prosoutěžního dopadu takových ujednání. Prosadil se tedy pravý opak toho, jak k RPM bylo přistupováno v USA do té doby a pravý opak toho, jak je k RPM přistupováno v Evropské unii. Právo EU, které liberalizovalo přístup k většině necenových vertikálních omezení, setrvává u zákazu RPM jakožto „tvrdého omezení“, což je ekvivalent *per se* zákazu. Nepředpokládá se ani, že by EU v budoucnu následovala příklad USA a opustila stávající doktrínu RPM jako *hard-core* ustanovení a s tím související *per se* zákaz. Také judikatura i nadále potvrzuje nezákonnost RPM. V současné době tedy, dle mého názoru, nehrozí, že by se Evropská unie vydala ve stopách USA, přehodnotila dosavadní tvrdý postoj k RPM a vydala se cestou pravidla *rule of reason*. Pro takovýto krok neexistují momentálně dostatečně silné argumenty, ani pro něj nejsou podmínky.

Příklady z praxe, které jsem nastínila v závěru své práce, jsem se snažila přiblížit celou problematiku a demonstrovat, jak v našich podmínkách vypadají dohody o určení cen pro

⁸⁴ Ale srovnej kapitola 6

další prodej, že se s nimi Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, na evropské úrovni pak Komise, setkávají a řeší. Zároveň jsem se chtěla ukázat, že je velice důležité studovat nejen teorii, ale vždy také zkoumat, jak k problematice přistupuje praxe. Judikatura dotváří právo, teprve konkrétní aplikací norem dostává právo svůj význam.

Bibliografie

Knižní publikace

- BEJČEK, Josef. *Kartelové právo*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 1995.
- ELIÁŠ, Karel a kol. *Kurs obchodního práva: obecná část: soutěžní právo*. 5. vydání. Praha: C.H.Beck, 2007.
- FAULL, Jonathan, NIKPAY, Ali. *The EC Law of Competition*. New York: Oxford University Press, 1999.
- GOYDER, Joanna. *EU Distribution Law*. Bembridge : Palladia Law Publishing, 2000.
- KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2009.
- MUNKOVÁ, Jindřiška a kol. *Soutěžní právo*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2006.
- PETR, Michal. *Modernizace komunitárního soutěžního práva*. 1.vydání. Praha: C.H.Beck, 2008.
- PETR, Michal. *Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2010.
- RAUS, David, NERUDA, Robert. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže: komentář a souvisící české i komunitární předpisy*. 2. aktualizované a přepracované vydání. Praha: Linde, 2006.
- RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Kartelové dohody*. 1. vydání. Praha: C.H.Beck, 2009.

Odborné články

- BEJČEK, Josef. K důvodnosti automatického zákazu vertikální cenové fixace. *Právník*. 2008, CXLVII, 8, s. 825-854.
- BEJČEK, Josef. Peripetie vertikálních distribučních dohod. 15. *Slovenské dni obchodného práva*. 2009. s. 37.
- DAUJOTAS, Rimantas. Leegin case: Resale price maintenance vs. Consumer welfare. Dostupný z: <http://rimantasdaujotas.wordpress.com/2011/07/27/leegin-case-resale-price-maintenance-vs-consumer-welfare/>.
- KINDL, Jiří. Leegin Creative - 96 let starý precedent překonán. *JINÉ PRÁVO* [online]. 2007 [cit. 2012-03-01]. Dostupný z: <http://jinepravo.blogspot.com/2007/07/leegin-creative-96-let-star-precedent.html>.

KINDL, Jiří. Pojem vertikálních dohod v českém soutěžním právu. *Právní rozhledy*, 2003, č. 9, příloha Evropské právo, s. 7 a násl.

KINDL, Jiří. Soutěžně-právní posuzování vertikálních dohod. *Právní rádce*, 2006, č. 9, s. 5-17.

NERUDA, Robert, GACHOVÁ, Lenka. Nová pravidla pro vertikální dohody: Stále stejně a přitom on-line. *Antitrust – revue soutěžního práva*. 2010, č. 2, s. 3 a násl.

RAUS, David. Formy a vybrané typy zakázaných kartelových dohod a jejich posuzování z hlediska zákazu podle ZOHS – III. část. *Obchodní právo*, 2004, č. 4, s. 11-25.

Jiné zdroje

GACHOVÁ, Lenka, ORGONÍK, Martin. Typy, formy a způsob sjednání RPM.

Informační list 2/2009, s. 9. Dostupný také z:

<http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Informacni_listy/2009/infolist_2009_02_RPM.pdf>

GACHOVÁ, Lenka, ORGONÍK, Martin. Vybrané případy z rozhodovací praxe ÚOHS.

Informační list 2/2009, s. 11. Dostupný také z:

<http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Informacni_listy/2009/infolist_2009_02_RPM.pdf>

NERUDA, Robert. Soutěžní politika úřadu ve vztahu k RPM. *Informační list 2/2009*, s. 5.

Dostupný také z:

<http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Informacni_listy/2009/infolist_2009_02_RPM.pdf>.

NERUDA, Robert. RPM Česká praxe. Dostupné z:

<http://www.compet.cz/fileadmin/user_upload/Neruda_RPM_in_Czech_Republic.ppt>

Právní předpisy

Evropská Komise: Pokyny k vertikálním omezením (2010/C 130/01)

Nařízení Komise (EU) č. 330/2010 ze dne 20. dubna 2010 o použití čl. 101. odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě.

Smlouva o fungování Evropské unie

Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže, ve znění pozdějších předpisů

Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže

Rozhodnutí ÚOHS sp.zn. S132/07 ze dne 1. 4. 2008.

Rozhodnutí ÚOHS sp.zn. S095/08 ze dne 25. 7. 2008.

Rozhodnutí ÚOHS sp.zn. S076/08 ze dne 11. 5. 2009 ve spojení s rozhodnutím ÚOHS sp.zn. R084/09 ze dne 28. 1. 2011.

Rozhodnutí ÚOHS sp.zn. S114/08 ze dne 15. 1. 2009.

Rozhodnutí soudních orgánů

Rozsudek Soudu prvního stupně T 208/01 ve věci Komise vs. Volkswagen ze dne 3. 12. 2003.

Rozsudek ESD C-74/04 P ve věci Komise vs. Volkswagen (2004), ECR I-06585, ze dne 13. 7. 2006.

Rozhodnutí Nejvyššího soudu USA sp. zn. (6/28/07) ve věci *Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc.*

Rozhodnutí Nejvyššího soudu USA sp. zn. 220 U. S. 373 (1911) ve věci *Dr. Miles Medical Co. v. John D. Park & Sons Co.* Dostupné z: <http://supreme.justia.com/us/220/373/case.html>.

Shrnutí

Ve své diplomové práci se zabývám dohodami o určení cen pro další prodej. Tyto dohody patří mezi vertikální dohody obsahující tvrdá restriktivní opatření a jsou proto přísně regulovány. Příslušná pravidla soutěžního práva se nacházejí zejména ve Smlouvě o fungování Evropské unie a v Nařízení Komise č. 330/2010 o v zákonu č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže. V práci se zabývám hmotněprávní úpravou těchto dohod, jejich negativními i pozitivními účinky a následně se zamýšlím nad možností posuzování těchto dohod podle pravidla *rule of reason*, které se uplatňuje ve Spojených státech amerických.

Při zpracování tématu vycházím především z příslušné právní úpravy, relevantní literatury a odborných článků, částečně jsem také čerpala přímo z konkrétních rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže a Komise (EU).

Summary

I focus on the issue of the resale price maintenance in my thesis. These agreements are part of vertical agreements containing hard-core restrictions and are strictly regulated as a result. The respective rules of competition law are contained especially in the Treaty on the Function of the European Union and in the Act no. 143/2001 Coll., on the protection of economic competition, as amended. The substantial law governing resale price maintenance is discussed in the thesis, their negative and positive effects, and then I think about possibility of judging the resale price maintenance by the rule of reason, which is applied in United States of America.

While completing the project I have mainly used the appropriate law, relevant literature and specialized articles, partly I used concrete decisions of the Office for the Protection and Competition and the European Commission.

Klíčová slova/key words

Dohody narušující hospodářskou soutěž (agreements distorting economic competition)

Dohody o určení cen pro další prodej (resale price maintenance)

Hospodářská soutěž (competition)

Vertikální dohody (vertical agreements)