

**Univerzita Palackého v Olomouci
Právnická fakulta**

Brigita Bogoiuová

Zakázané dohody v oblasti on-line distribuce

Diplomová práce

Olomouc 2022

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma „*Zakázané dohody v oblasti on-line distribuce*“ vypracovala samostatně a citovala jsem všechny použité zdroje. Dále prohlašuji, že vlastní text této práce včetně poznámek pod čarou má 98 641 znaků včetně mezer.

V Olomouci dne 20. 3. 2022

Brigita Bogoiuová

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu své diplomové práce, panu doc. JUDr. Michalu Petrovi, Ph.D., za jeho odborné vedení, čas a cenné rady, které mi pomohly při zpracování této práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině a přátelům, kteří mi byli pevnou oporou po celou dobu mého studia.

Obsah

Obsah.....	4
Seznam použitých zkratk.....	6
Úvod.....	7
1. Distribuční dohody.....	10
1.1 Vymezení distribučních dohod.....	10
1.2 Právní zakotvení distribučních dohod.....	12
2. Revidované znění nařízení Komise č. 330/2010 a změny s ním spojené.....	13
2.1 Nejvýznamnější změny pro oblast on-line distribuce.....	13
2.2 Formy distribuce.....	15
2.2.1 Pasivní forma distribuce.....	16
2.2.2 Aktivní forma distribuce.....	17
2.3 Formy distribuce ve světle revidovaného nařízení Komise č. 330/2010.....	18
3. Selektivní distribuce.....	20
3.1 Projevy selektivní distribuce v on-line prostředí.....	22
3.1.1 Rozhodnutí SDEU ve věci Pierre Fabre.....	23
3.1.2 Rozhodnutí SDEU ve věci Coty Germany.....	25
4. Problémy vyskytující se specificky v on-line distribuci.....	28
4.1 Zakázaná a povolená ujednání pro on-line prostor.....	31
4.2 Postavení e-shopů a povinnosti nově stanovené pro tuto oblast.....	35
4.3 Dopady protisoutěžního jednání v on-line distribuci na konkrétní subjekty.....	37
4.3.1 Rozhodnutí Tribunálu a SDEU ve věci Groupe Canal +.....	37
4.3.2 Rozhodnutí Úřadu ve věci Albatros.....	41
4.3.3 Shrnutí.....	42
4.4 Dohody o určování cen pro další prodej.....	43
4.4.1 Rozhodnutí Úřadu ve věci BABY DIREKT s.r.o.	46
4.4.2 Srovnání s rozhodnutím Úřadu ve věci Albatros.....	49
5. Výjimky z distribučních dohod.....	51
5.1 Výjimka ex lege.....	51
5.2 Výjimka de minimis.....	53
5.3 Blokové výjimky.....	54
5.3.1 Podmínky Nařízení Komise č. 330/2010.....	55
Závěr.....	60

Seznam použitých zdrojů	62
Abstrakt	68
Klíčová slova.....	69
Abstract	70
Key words	71

Seznam použitých zkratek

ZOHS	Zákon č. 143/2001 Sb., zákon o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů
SFEU	Smlouva o fungování Evropské unie
SDEU	Soudní dvůr Evropské unie
NSS	Nejvyšší správní soud
EHP	Evropský hospodářský prostor
EU	Evropská unie
Úřad	Úřad pro ochranu hospodářské soutěže
Komise	Evropská komise
Rada	Rada Evropské unie
Nařízení	Nařízení Komise č. 330/2010 o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě
Pokyny	Sdělení Komise č. 411/2010, pokyny k vertikálním omezením
Oznámení de minimis	Oznámení Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže o dohodách, jejichž dopad na hospodářskou soutěž je zanedbatelný
Sdělení de minimis	Sdělení Komise č. C 291/01/2014 o dohodách menšího významu, které výrazně neomezují hospodářskou soutěž

Úvod

Distribuční dohody provází společnost již od nepaměti a staly se tak běžnou součástí našich životů. Vzhledem k tomu, že konstrukce vztahu mezi výrobcem a distributorem se vždy dotkne samotných spotřebitelů, je třeba, aby nad nimi vykonávalo právo náležitý dohled. K tomu dochází v rámci rozsáhlé unijní i národní úpravy, kdy tyto si dávají za cíl co nejlépe zabezpečit fungování takovýchto distribučních dohod a zamezit narušování zdravého, konkurenčního prostředí.

Nic však není dokonalé a stejně tak tomu je v soutěžním prostředí. Vždy budou existovat soutěžitelé, kteří určitým způsobem soutěžní prostředí ohroží, ať již úmyslně či z nedbalosti. Za tímto účelem vypracovaly soutěžní orgány řadu institutů, které mají toto potenciální ohrožení odhalit a následně potlačit.

Vzhledem k tomu, že správné fungování distribuce je nutné k zajištění základních lidských potřeb, je třeba na tuto oblast brát zřetel, neboť jakékoliv chyby při předávání výrobků od výrobce k zákazníkovi, mohou mít významné negativní dopady.

Náplní této práce jsou distribuční dohody, které se vyskytují nikoliv jen v prostoru klasické distribuce, ale také v prostoru on-line distribuce. Prostor on-line distribuce je prostorem velmi specifickým a jako takový přináší spoustu nových situací, se kterými se soutěžní právo musí vypořádat. Ve své práci bych se chtěla zaměřit na to, jaké typy dohod v této oblasti soutěžní právo posuzuje jako neškodlivé a jaké typy dohod jsou oproti tomu posuzovány jako dohody zakázané, v důsledku jejich nepříznivých účinků na soutěžní prostředí.

Struktura této práce se člení do pěti kapitol, pokud opomineme úvod a závěr. V rámci první kapitoly se zabývám samotným vymezením distribučních dohod a jejich právní úpravou, jedná se tedy o kapitolu, která by měla čtenáře uvést do samotné problematiky distribučních dohod a nastínit mu probíranou oblast.

V druhé kapitole se věnuji aktuálně připravované revizi nařízení Komise č. 330/2010 o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě.¹ Cílem této kapitoly je představit nejdůležitější změny, které tato revize přinese a objasnit jejich dopad na on-line distribuci.

Třetí kapitola se zabývá samotným systémem selektivní distribuce a jeho možnými projevy v oblasti on-line distribuce. Tyto jsou zde pak názorně zobrazeny na vybraných

¹ Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě.

rozhodnutích SDEU. V rámci této kapitoly řeším svou první výzkumnou otázku, tedy jakým způsobem funguje selektivní distribuce v on-line prostředí.

Ve čtvrté kapitole se zabývám samotnými problémy, které se typicky vyskytují v on-line distribuci. Vymezuji zde konkrétní povolená a zakázaná ujednání v daných dohodách a způsoby, jakými se mohou projevovat v rozhodovací praxi soutěžních orgánů. Vymezuji zde také postavení e-shopů, jakožto důležitých prodejních kanálů. Dále jsou zde vymezeny také dohody o určování cen pro další prodej, které řadíme mezi nejčastěji vyšetřované omezení. Problémy, které se mohou často vyskytovat v distribučních dohodách pak dále rozebírám ve vybraných rozhodnutích. Druhá výzkumná otázka se týká vymezení odlišností mezi klasickou a on-line distribucí, zejména bych zde chtěla poukázat na velmi specifické postavení on-line distribuce na trhu. Tato otázka prochází celou prací, nicméně největší pozornost je jí věnována v kapitole čtvrté.

Poslední, pátá kapitola, se následně zabývá vymezením výjimek ze zakázaných distribučních dohod, jejich typy a určení podmínek pro jejich uplatnění. V této kapitole se zabývám svojí třetí výzkumnou otázkou, a to určením, jaké možné typy výjimek se mohou uplatňovat při on-line distribuci zboží. Na tuto otázku odpovídá současně kapitola druhá, neboť je zde rozebírána jedna z nejzásadnějších výjimek pro tuto oblast.

Samotným cílem této diplomové práce je zjistit, jaké jsou výhody a nevýhody on-line distribuce zboží oproti standardní distribuci a určit, jakým způsobem by v tomto specifickém prostředí mohla fungovat selektivní distribuce. Jako další cíl této práce bych pak ráda zjistila, jestli pro oblast on-line distribuce existuje speciální úprava výjimek ze zakázaných dohod v této oblasti a jaké výjimky se případně na tuto oblast budou vztahovat.

Ve své diplomové práci jsem vycházela z unijních i národních právních předpisů, hojně využívanými zdroji jsou Smlouva o fungování evropské unie, zákon o ochraně hospodářské soutěže, nařízení Komise č. 330/2010 o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě a jeho revidované znění či pokyny Komise k vertikálním omezením. Dále je hojně využívaným zdrojem v této práci judikatura evropských orgánů jako jsou Komise, Tribunál, Soudní dvůr Evropské unie a národní Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Opomenuta nebyla ani odborná literatura pocházející od mnoha uznávaných odborníků tohoto oboru. Za účelem vytvoření této práce jsem využívala jak českých, tak cizojazyčných zdrojů.

Využívanou vědeckou metodou při tvorbě této práce byla především analýza, a to jak právních předpisů, tak použité judikatury. Sekundárně byla využívána také metoda syntézy či komparace.

Co se výběru samotného tématu týče, jedná se o stále se rozvíjející oblast, neboť v dynamickém internetovém prostředí dochází k neustálým změnám, stále se něco vyvíjí, vylepšuje, upravuje. Prozatím je toto téma však řešeno v odborných publikacích jen velmi okrajově, primárními zdroji jsou judikatura a unijní úprava.

Tato diplomová práce byla zpracována ke dni 20. 3. 2022.

1. Distribuční dohody

1.1 Vymezení distribučních dohod

Vertikální dohody jsou dohody mezi subjekty působícími na různých úrovních výrobního nebo distribučního řetězce za účelem prodeje a nákupu výrobků. Typickým příkladem vertikálních dohod jsou dohody o distribuci.²

Distribuční dohodou pak rozumíme typicky dohodu mezi výrobcem a distributorem či mezi velkoobchodníkem a distributorem. Takové dohody pak tomuto distributorovi umožňují uvádět produkty dále na trh a získávat výhody z prodeje takových produktů.³ Jejich podstatou je převedení výrobku od výrobce, a to svépomocně, s využitím vlastních distribučních sil či za pomoci externího distributora a tento pak následně dostat až ke spotřebiteli. Distribuční dohody nejsou považovány za dohody, které by hospodářskou soutěž primárně ohrožovaly, pokud tedy některá ze stran takové dohody není držitelem významné tržní síly či dohoda nenaplnuje podstatu jednoho z tzv. tvrdých omezení. Neznamena to však, že by určité typy distribučních dohod nebyly schopné zásadním způsobem narušit hospodářskou soutěž.⁴ Tato zmenšená pravděpodobnost ohrožení soutěže distribuční dohodou je zde z toho důvodu, že obě strany takové dohody mají zájem na nižších cenách, které pak představují výhodu pro spotřebitele.⁵

Jak dále vyplývá z čl. 1 Nařízení č. 330/2010, dohoda může hospodářskou soutěž omezovat ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU, pokud obsahuje vertikální omezení.⁶ Příkladem takového omezení může být zákaz nákupu konkurenčních výrobků či zákaz poskytovat výrobky pouze jednomu kupujícímu.⁷ Jestli je distribuční dohoda pro soutěžní prostředí skutečně omezující je však předmětem individuálního posouzení, kdy vodítkem pro toto posuzování by mělo být právě Nařízení o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na vertikální dohody.⁸

Distribuuovat je možné zboží, stejně dobře jako služby. Distribuce služeb bývá často spojena s distribucí daného zboží, kdy v rámci poskytnuté služby dochází například k jeho nejrůznějším úpravám a přizpůsobení dle přání zákazníka.

² FAULL, Jonathan, NIKPAY, Ali. *The EU Law of Competition*. 3rd ed., Oxford: Oxford University Press, 2014, s. 1372.

³ HARNESS, Jill. *What Is a Distribution Agreement?* [online]. bizfluent.com, 31. října 2019 [cit. 1. března 2022]. Dostupné z: <https://bizfluent.com/about-6642322-distribution-agreement-definition.html>.

⁴ KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody. Teorie a praxe*. Praha: C.H. Beck, 2009, s. 237.

⁵ BEJČEK, Josef. Praktické problémy distribučních dohod. *Právní rozhledy*, 2011, č. 18, s. 643.

⁶ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, čl. 1, odst. 1, písm. b).

⁷ Evropská Komise. *Pravidla hospodářské soutěže pro dodavatelské a distribuční dohody* [online]. Lucembursko: Úřad pro publikace Evropské unie, 2012. Dostupné z: http://publications.europa.eu/resource/ce/llar/c06dce20-7a0f-4611-b767-db9a5aa77f2c.0014.02/DOC_1, s. 9.

⁸ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7.

Právě ona cesta zboží či služby od výrobce až k zákazníkovi je označována jako tzv. distribuční systém, kdy každý z uvedených subjektů má svůj úkol, který je třeba splnit, aby byla distribuce produktu úspěšná a všechny strany tak dostály svým závazkům. S tímto pojmem souvisí také tzv. distribuční síť, která vyjadřuje vztahy mezi těmito subjekty při probíhající distribuci.⁹

U distribučních dohod zkoumáme, zda se v daném případě jedná o výhradní či nevýhradní distribuci. V případě výhradní distribuce je totiž distributor výhradně oprávněn prodávat daný produkt v rámci určitého území. Určitý distributor proto například může získat oprávnění mít jediný kamenný obchod prodávající konkrétní produkt na určitém území, nicméně takové ujednání se nebude vztahovat na on-line prodejce.¹⁰

Úmyslem každého výrobce jistě je, aby se jeho výrobek co nejlépe prodával a ostatně přesně tomuto účelu má sloužit samotná distribuce, ovšem možnost, jak se s uvedením výrobku na trh vypořádat, je více. Prvním případem je situace, kdy výrobce sám bude své zboží následně distribuovat. Tento způsob označujeme jako tzv. korporační systém, kdy výrobce vytvoří daný produkt a tento bude následně sám prodávat. Další možností je, že výrobce využije služeb obchodního zástupce. Tento způsob označujeme jako správní systém. Posledním možným způsobem je smluvní systém, kdy výrobce využívá služeb nezávislého obchodníka, který bude výrobek přeprodat spotřebitelům. Právě poslední způsob je v dnešní době nejrozšířenější.¹¹

Distribuční dohody je třeba odlišit od pojmu distribuční smlouva, přičemž dohoda figuruje jakožto institut soutěžního práva, smlouva jakožto institut závazkového práva. Pojem dohody ve smyslu §3 ZOHS¹² a čl. 101 SFEU¹³ je pojmem obsahově širším.¹⁴ Distribuční dohody jsou oproti distribučním smlouvám instituty méně formální, které lze uzavřít i konkludentně, dokonce tak ani nemusí být naplněny podmínky pro platnost právních úkonů z hlediska občanského práva.¹⁵

⁹ Is.muni.cz. *Distribuce* [online]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/econ/jaro2006/PHMARI/um/Distribuce_K12.pdf.

¹⁰ HARNESSE, Jill. *What Is a Distribution Agreement?* [online]. bizfluent.com, 31. října 2019 [cit. 1. března 2022]. Dostupné z: <https://bizfluent.com/about-6642322-distribution-agreement-definition.html>.

¹¹ WHISH, Richard. *Competition law*. 5th ed., United Kingdom: LexisNexis, 2003, s. 583 – 588.

¹² Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, §3 odst. 1.

¹³ Smlouva o fungování Evropské unie ze dne 26. října 2012. Úř. věst. C 326, s. 47 – 390, čl. 101 odst. 1.

¹⁴ MUNKOVÁ, Jindřiška, KINDL, Jiří. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 3. vydání. Praha: C.H. Beck, 2016, s. 77.

¹⁵ RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání, Praha: Wolters Kluwer, 2019, s. 79.

1.2 Právní zakotvení distribučních dohod

Právní zakotvení distribučních dohod nalezneme jak v rámci unijních, tak národních právních předpisů. Na rozdíl od obecné úpravy zakázaných dohod je však nezakotvuje SFEU a je třeba se proto podívat do jiných předpisů. Jejich vymezení nalezneme v Nařízení č. 330/2010, které ve svém čl. 1 definuje vertikální dohody, mezi které řadíme právě dohody o distribuci. Vertikální dohody jsou zde definovány jako: „*Dohody nebo 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.*“¹⁶

Hned ve svém čl. 2 pak toto Nařízení stanovuje, že čl. 101 odst. 1 SFEU, tedy zákaz určitých typů dohod, není v souladu s čl. 101 odst. 3 SFEU účinný pro vertikální dohody, a to v takovém rozsahu, ve kterém tato dohoda obsahuje tzv. vertikální omezení. Toto vyjmutí z kategorie zakázaných dohod představuje blokovou výjimku z tohoto zákazu, kdy se dohody pod ni patřící ocitají v tzv. „bezpečném přístavu“¹⁷ a uplatní se pro ně tak domněnka zákonnosti. O této výjimce bude samostatně pojednáno dále.

Dalším místem kde bychom hledali vymezení distribučních dohod jsou Pokyny Komise k vertikálním omezením, jejichž účelem je doplnění Nařízení a zároveň informování, jak přistupovat k distribučním dohodám, na které se Nařízení vztahovat nebude. Tyto Pokyny pak ve svém 25. bodu distribuční dohody dále upřesňují v rámci jednotlivých podmínek, které odvozují z jejich definice.¹⁸

Co se národní úpravy týče, zákonnou definici distribučních dohod bychom našli v §5 odst. 2 ZOHS¹⁹ a v rámci Oznámení de minimis, kde jsou tyto definovány jako: „*Dohody uzavřené mezi soutěžiteli, kteří působí na různých úrovních trhu, a nejsou současnými nebo potenciálními konkurenty na kterémkoliv z dohodou dotčených relevantních trhů.*“²⁰ Nicméně v tomto ohledu národní úprava prakticky kopíruje úpravu unijní.

¹⁶ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, čl. 1, odst. 1, písm. a).

¹⁷ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 23.

¹⁸ Tamtéž, bod 25.

¹⁹ Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, §5 odst. 2.

²⁰ Oznámení Úřadu o dohodách, jejichž dopad na hospodářskou soutěž je zanedbatelný, bod 2.3.

2. Revidované znění nařízení Komise č. 330/2010 a změny s ním spojené

Tento rok bude pro on-line distribuci velmi významným. V souvislosti s blížící se platností nového Nařízení vyvstává pro tuto oblast spousta změn, kterým bych ráda zasvětila tuto kapitolu, neboť se jedná o přelomový bod pro distribuční prostředí a objevuje se tak na mnoha místech této práce.

Nařízení č. 330/2010 představuje jednu z blokových výjimek ze zakázaných distribučních dohod. Pro její uplatnění je nezbytné zkoumat, zda daná distribuční dohoda má skutečně škodlivý dopad na hospodářskou soutěž a případně zda výhody z ní plynoucí převáží nad nevýhodami.²¹ Pro tento účel jsou stanoveny podmínky, za jakých je tato výjimka přípustná, nicméně k těm se dostaneme později.

Aby bylo toto nařízení lépe pochopitelné a využitelné v rozhodovací činnosti, byly Komisí vydány rovněž Pokyny k vertikálním omezením,²² které nám jej poměrně obsáhle přibližují a vysvětlují jím užívané pojmy.

2.1 Nejvýznamnější změny pro oblast on-line distribuce

Současné nařízení č. 330/2010 se nijak k problematice on-line distribuce nevymezuje, evidentně vychází z pojetí klasických distribučních dohod a specifiky, která vyplývají z odlišnosti on-line prostoru se nezabývá, k jejich přiblížení dochází pouze v rámci Pokynů. Tento přístup se však má změnit s nadcházející změnou tohoto nařízení, neboť platnost současného byla stanovena do 31. 5. 2022 a toto nové Nařízení tak vejde v platnost 1. 6. 2022. Po tomto datu tak můžeme očekávat příchod revidovaného znění tohoto nařízení, které by mělo zakotvit postavení tohoto typu dohod více na jisto.

Rozvoj všudypřítomných digitálních technologií donutil Komisi, aby se postavila k pojetí on-line distribuce. Ta potvrdila, že z internetového prostoru se skutečně stal podstatný, fungující prostor pro prodej a že bude třeba blokovou výjimku týkající se vertikálních dohod aktualizovat s ohledem na tento typ dohod. Rovněž dospěla k závěru, že takovému fungujícímu prodejnímu místu již není dále nutné poskytovat určitou zvláštní ochranu před omezeními.²³

²¹ RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání, Praha: Wolters Kluwer, 2019, s. 147.

²² Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením.

²³ LÍNEK, David. *Nová pravidla blokových výjimek pro vertikální dohody* [online]. pravniradce.ekonom.cz, 9. listopadu 2021 [cit. 8. ledna 2022]. Dostupné z: <https://pravniradce.ekonom.cz/c1-66995140-nova-pravidla-blokovych-vyjimek-pro-vertikalni-dohody>.

S tím souvisí fakt, že jednotný digitální trh se stal jednou ze zásadních priorit Komise, která se touto cestou snaží zjednodušit přístup na něj jak spotřebitelům, tak soutěžitelům. Nutnost lepšího fungování přeshraničního internetového obchodu je nezbytná, neboť dochází k jeho rozšiřování ve všech zemích.²⁴

Komise tak prozatím předložila návrh revidovaného Nařízení a nových Pokynů, které by opět měly dotvářet rámec pro použití takového nařízení. Tyto nově vzniklé dokumenty pak samozřejmě budou mít dopad i na vnitrostátní úpravu. Toto nové Nařízení pak hovoří o tvrdých omezení on-line distribuce jako o takových, která přímo či nepřímo brání kupujícím v účinném užívání internetu jakožto prodejního kanálu.²⁵ Uvedeny jsou také příklady těchto tvrdých omezení, o těch však dále.

Při posuzování omezení on-line distribuce se bude nově zkoumat, zda omezení brání účinnému využívání internetového prodejního prostoru, což by mělo podtrhávat důležitost této oblasti a potřebu více se věnovat jejím nepatřičným omezováním.²⁶

Hlavní oblasti, ve kterých by se měla projevit nová úprava on-line distribuce, jsou duální distribuce, omezování aktivních prodejtů a nepřímá omezení, která by mohla mít dopad na on-line distribuci, jako například problematika stanovování dvojitých cen, dále zásada rovnosti a problematika tzv. rovnocenných závazků.²⁷

V následujících odstavcích bych tak ráda shrnula, co by se mohlo pro oblast on-line distribuce změnit s příchodem revidovaného znění Nařízení. Předběžný návrh tohoto Nařízení stanovuje hned v úvodních bodech, že on-line platformy sehrávají v oblasti distribuce stále důležitější roli.²⁸ Nařízení také odkazuje na vymezení poskytovatele on-line zprostředkovatelských služeb stanovené v Nařízení EP a Rady č. 2019/1150.²⁹ Tito poskytovatelé by neměli využívat blokovou výjimku, kterou stanovuje toto Nařízení, pokud

²⁴ KUIPERS, Pauline a kol. *The EU Commission publishes its draft VBER – A new blueprint for distribution in the EU* [online]. twobirds.com, 17. srpna 2021 [cit. 24. února 2022]. Dostupné z: <https://www.twobirds.com/en/insights/2021/global/the-eu-commission-publishes-its-draft-vber>.

²⁵ MAVROGHENIS, Stephen, PRODROMOU, Zena. *European Union: Restrictions of Online Sales* [online]. globalcompetitionreview.com, 7. prosince 2021 [cit. 10. března 2022]. Dostupné z: <https://globalcompetitionreview.com/guide/digital-markets-guide/first-edition/article/european-union-restrictions-of-online-sales>.

²⁶ European Commission. *Expert report on the review of the Vertical Block Exemption Regulation*. [online]. Publications Office of the European Union, 2021. Dostupné z: https://ec.europa.eu/competition-policy/system/files/2021-06/kd0921156enn_VBER_online_sales.pdf.

²⁷ LÍNEK, David. *Nová pravidla blokových výjimek pro vertikální dohody* [online]. pravniciradce.ekonom.cz, 9. listopadu 2021 [cit. 8. ledna 2022]. Dostupné z: <https://pravniciradce.ekonom.cz/c1-66995140-nova-pravidla-blokovych-vyjimek-pro-vertikalni-dohody>.

²⁸ Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, bod 10.

²⁹ Nařízení Evropského parlamentu a Rady 2019/1150 ze dne 20. června 2019, o podpoře spravedlnosti a transparentnosti pro podnikatelské uživatele online zprostředkovatelských služeb. Úř. věst. L 186, 11. července 2019, s. 57 – 69, body 22 a násl.

mají na tomto trhu dvojí postavení, tj. prodávají zboží či služby podnikům, kteří jsou zároveň jejich konkurenty na trhu a s takovým podnikem uzavřou neregistrovanou vertikální dohodu.³⁰ Tímto způsobem by tak měla být nově upravena oblast duální distribuce.

V definicích, které Nařízení uvádí ve svém čl. 1 by měla být nově vymezena aktivní a pasivní forma prodeje, kde se počítá i s jejich on-line formou.³¹ Toto vymezení v předchozí úpravě chybělo a podpůrně se dovozovalo pouze z Pokynů, proto je to jistě vítaná novinka.

Na oblast on-line distribuce se dle Nařízení vztahuje bloková výjimka, kterou toto Nařízení zavádí, pokud účelem dohod takto uskutečněných nebude přímo či nepřímo bránit zákazníkům ve využívání internetového prodeje. Z výhod blokové výjimky rovněž nemá těžit dohoda, která stanoví povinnost neprodávat zákazníkům zboží za výhodnějších podmínek, pokud zvolí způsob on-line nákupu,³² jak je ostatně uvedeno i v čl. 5 tohoto Nařízení.

Právě tento článek obsahuje vyloučená omezení pro uplatnění blokové výjimky a má být nově doplněn o jeden typ vyloučených omezení, a to takových, které budou obsahovat přímý či nepřímý závazek neprodávat zboží či služby zákazníkům za výhodnějších podmínek při využití on-line služeb.³³

Nařízení rovněž zmiňuje, že vertikální dohody mohou obsahovat omezení hospodářské soutěže, jako je například stanovení minimálních a pevných cen, nejrůznější typy územní ochrany či pro nás nejvýznamnější zamezování prodeje výrobků přes internet, nebo využívání on-line reklamních kanálů. Na takové se pak samozřejmě výhody plynoucí z této blokové výjimky neuplatní, nehledě na podíl takového subjektu na trhu. Proto také Nařízení nově uvádí, že na omezování on-line prodeje se tato výjimka bude vztahovat pouze za předpokladu, že cílem takového jednání není přímo či nepřímo bránit zákazníkům ve využívání internetu jako legitimní platformy pro prodej zboží či služeb, například z toho důvodu, že je schopen snížit míru on-line prodeje.³⁴

2.2 Formy distribuce

Další oblastí, které se významně dotkne nové znění Nařízení, jsou formy distribuce. Z toho důvodu bych je ráda v této kapitole vymezovala, ukázala na rozdíly mezi nimi a na to, v jakých konkrétních oblastech se jich nové Nařízení dotkne.

³⁰ Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, čl. 2 odst. 7.

³¹ Tamtéž, čl. 1 odst. 1 písm. l), m).

³² Tamtéž, body 13, 14.

³³ Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, čl. 5 odst. 1 písm. d).

³⁴ Tamtéž, bod 13.

Hned v úvodu této kapitoly bych ráda upřesnila, že prodej zboží či služeb přes internetovou platformu bývá zpravidla považován za pasivní formu distribuce, nicméně ani jeho projev v rámci aktivní formy distribuce není vyloučen a budu se z toho důvodu zabývat oběma, neboť bych chtěla vymezit jejich dopady na zákazníky.

2.2.1 Pasivní forma distribuce

Pasivní formou distribuce rozumíme takovou formu distribuce, kdy distributor pouze reaguje na požadavky ze strany zákazníků a zákazník si naopak sám zvolí, zda má o daný produkt v tuto chvíli zájem. V případě internetového prodeje se tak tedy děje v době, kdy zákazník navštíví internetovou stránku distributora a cíleně se s ním spojí za účelem koupě jeho produktu.³⁵ Pasivní prodej je proto využívanou formou prodeje výrobků, které již zákazníci znají, ví tedy, co hledají a sami se tak domáhají konkrétního výrobku.

Shodně nám jej vymezuje i rozsudek SDEU ve věci *Visma Enterprise*, který říká, že v pasivní formě prodeje je „*distributor osloven zákazníkem, který nenáleží k území nebo k zákazníkům vyhrazeným výlučně uvedenému distributorovi.*“³⁶

Pasivní prodej proto spočívá v reakcích na základě nevyžádaných požadavků jednotlivých zákazníků, aniž by přitom distributor aktivně mířil na takové zákazníky. Typickým rozdílem mezi aktivní a pasivní formou bude případ, kdy distributor pošle reklamní dopis konkrétnímu zákazníkovi, čímž se zapojí do aktivního prodeje, když v důsledku toho zákazník zadá svou objednávku. Na druhou stranu, pokud si takový zákazník sám všimne reklamy v novinách a navštíví následně prodejnu distributora, je tento prodej prodejem pasivním.³⁷ Stejně tak se o pasivní distribuci bude jednat v případě, kdy zákazník dá najevo, že si přeje, aby jej distributor oslovil.³⁸ Zatímco distributorům a výrobcům může být dovoleno dohodnout se, že nebudou aktivně prodávat mimo své území, tato možnost nesmí být nikdy vyloučena v případě pasivního prodeje mimo výhradní území.³⁹

³⁵ Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, čl. 1 odst. 1 písm. m).

³⁶ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 18. listopadu 2021, *SLA „Visma Enterprise” v. Konkurences padome*, C – 306/20 (v el. sb. rozh.), rozsudek, bod 8.

³⁷ Distribution Law Center. *Distribution Law Center Countdown XII - Active sales restrictions (Exclusivity condition)* [online]. distributionlawcenter.com, 8. března 2022 [cit. 25. března 2022]. Dostupné z: <https://distributionlawcenter.com/news-analysis/distribution-law-center-countdown-xii-active-sales-restrictions-exclusivity-condition>.

³⁸ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 52.

³⁹ FAULL, Jonathan, NIKPAY, Ali. *The EU Law of Competition*. 3rd ed., Oxford: Oxford University Press, 2014, s. 1365.

Tato forma prodeje bude jistě obecně z pohledu zákazníka přívětivější, respektive nebude na něj činěn žádný nátlak, aby si daný produkt koupil, nebude činěno žádné vnučování. Zákazník si tak sám rozhodne, o co má zájem.

V samotných Pokynech je pak stanoveno, že případ, kdy distributor za účelem prodeje výrobku využívá internetové prostředí, se bude jednat zpravidla o pasivní formu prodeje, neboť jsou to zde zpravidla zákazníci, kteří oslovují distributora. Tato forma distribuce je specifická tím, že může mít účinky i na jiném území než na území distributora, což vyplývá ze samotné povahy tohoto prostředí, které je lehce dostupné i dalším potenciálním zákazníkům. Pokud tak zákazník cíleně navštíví internetovou stránku distributora a uskuteční se prodej, jedná se o prodej pasivní. Stejně tak tomu bude v případě, kdy úmyslem zákazníka bude, aby jej distributor kontaktoval automaticky.⁴⁰

Prodej na internetu by tak měl být obecně považován za pasivní prodej, a to již z toho důvodu, aby jakékoli omezení uvalené na takový prodej nemohlo využívat výhod blokové výjimky.⁴¹

2.2.2 Aktivní forma distribuce

Oproti tomu aktivní formou distribuce rozumíme aktivní vyhledávání zákazníků distributorem, například formou reklamy.⁴² Aktivní způsob prodeje výrobků nám opět vymezuje například rozsudek ve věci *Visma Enterprise*, kde tento říká, že se jedná o „*jednání distributorů, které spočívá v aktivním vyhledávání zákazníků na neomezeném území nebo v rámci neomezeného okruhu zákazníků.*“⁴³

On-line prostředí jako takové je z mého pohledu ideálním prostorem právě pro pasivní prodej, neboť zde zpravidla nedochází k osobnímu kontaktu zákazníka a distributora (respektive v klasickém pojetí k němu nedochází vůbec), nicméně ani aktivní forma zde není vyloučena.

Ideálním prostředkem k aktivnímu oslovování zákazníků zde může být právě zmiňovaná reklama. Reklama na internetové síti, která má za účel aktivně nalákat zákazníky, nepředstavuje problém do doby, než začne neoprávněně zasahovat do výhradního území či k výhradně přiděleným zákazníkům jiných distributorů, jak bylo určeno například na základě licenční dohody. Taková reklama bude považována za aktivní formu prodeje, pokud by měla

⁴⁰ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 52.

⁴¹ BAILEY, David, ROSE, Vivien. *European Union Law of Competition*. 7th ed., Oxford: Oxford University Press, 2013, s. 442.

⁴² Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 51.

⁴³ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 18. listopadu 2021, *SIA „Visma Enterprise“ v. Konkurences padome*, C – 306/20 (v el. sb. rozh.), rozsudek, bod 8.

být speciálně zaměřena na určité zákazníky.⁴⁴ Dalším způsobem aktivního oslovení by pak mohlo být například systematické obvolávání „zákazníků“, přesněji lidí, kteří o daný výrobek neprojevili žádný zájem, kdy tyto hovory se často považují spíše za nevídané.

Zde se ještě vrátím k zásahu do výhradního území v rámci on-line prostředí, neboť ten je jistě obtížně představitelný. Docházet k němu může například tehdy, kdy typicky bannery umístíme na internetovou stránku třetí strany a tyto budou cílit na konkrétní území. Na území, kde se budou bannery zobrazovat, se bude jednat o aktivní prodej.⁴⁵

Vidíme tedy, že on-line distribuce se může projevovat i v aktivní formě, pokud se zaměříme na oblast internetových reklam zvláště zaměřených na konkrétní zákazníky. Rovněž může být on-line aktivní distribucí situace, kdy platíme danému poskytovateli reklamy za její zobrazení pro vybrané uživatele.⁴⁶

2.3 Formy distribuce ve světle revidovaného nařízení Komise č. 330/2010

Do dosavadní doby byly formy distribuce na unijní úrovni právně upraveny pouze v rámci Pokynů. V Nařízení o nich nalezneme zmínku jen v čl. 4, tedy v rámci vymezování tvrdých omezení. Zde je pak stanoveno, že bloková výjimka, kterou toto Nařízení uděluje, se nebude vztahovat na takové dohody, které budou toto tvrdé omezení obsahovat. Takové omezení by se pak muselo týkat omezení území, kde strana dohody prodává svůj produkt či omezení okruhu zákazníků, kterým tento produkt může prodávat, což se však netýká právě aktivní distribuce pro výhradní území či výhradní skupinu zákazníků, kde takové omezení možné je. To však za předpokladu, že nebudou omezeny jiné prodeje.

Druhým tvrdým omezením hovořících o distribučních formách je pak omezování aktivního a pasivního prodeje pro členu selektivní distribuce, který by takto byl omezován v rozhodnutí, kterým uživatelům bude moct výrobek prodávat, tedy ve smyslu omezování pasivního či aktivního prodeje.⁴⁷

Tato stávající tvrdá omezení mají být nově doplněna o značný počet nových ustanovení. Prvním z nich je zakázané omezení aktivní či pasivní distribuce koncovým uživatelům ze strany výhradního distributora, který by působil na velkoobchodní úrovni.⁴⁸ Dále se tvrdá omezení s dopadem pro aktivní a pasivní prodej rozšiřovala v písmenu c) tohoto článku, konkrétně o

⁴⁴ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 53.

⁴⁵ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením.

⁴⁶ Tamtéž.

⁴⁷ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, čl. 4, písm. b), c).

⁴⁸ Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, čl. 4 písm. b), iv).

výjimky v rámci systému selektivní distribuce, kdy omezování aktivního či pasivního prodeje pro určité situace předvídané v rámci systému selektivní distribuce nebude tvrdým omezením.⁴⁹ Nová úprava je zaznamenána také v písmenu d), kde se hovoří o tvrdém omezení pro takové dodavatele, kteří nejsou členy ani selektivní, ani výhradní distribuce a omezovali by aktivní či pasivní prodeje v rámci daného území, to však s výjimkou určitých typů omezení.⁵⁰

V souvislosti s příchodem nového Nařízení by však distribuční formy měly být přímo vymezeny v textu Nařízení. Pasivní forma distribuce je zde vymezena jako taková, v jejímž rámci distributor pouze reaguje na žádosti zákazníků a sám tyto nevyhledává, záměrně je neoslovuje.⁵¹

Oproti tomu aktivní forma distribuce je zde vymezena jako taková, do které spadají všechny formy distribuce, které nejsou distribucí pasivní, kdy dochází k aktivnímu vyhledávání zákazníků prostřednictvím mailů, dopisů, hovorů či přímo mířené reklamy, a to jak off-line cestou, tak i on-line. Může se tak dít prostřednictvím digitálních médií, internetových srovnávačů cen, případně adresovaných reklam. Nově tedy Nařízení počítá i s on-line formou takové distribuce. Za aktivní formu je rovněž považována nabídka jiné jazykové alternativy na internetových stránkách, než je jazyková forma užívaná pro území, na kterém se distributor nachází.⁵² Nově je také definováno omezení aktivních a pasivních prodejů.

Jak tedy můžeme vidět, rovněž aktivní a pasivní distribuce v rámci nového znění Nařízení bude zaujímat daleko významnější místo, a to jak s ohledem na jejich nové ukotvení v tomto dokumentu, tak i v rozšiřování tvrdých omezení.

⁴⁹ Tamtéž, čl. 4 písm. c), i).

⁵⁰ Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, čl. 4 písm. d).

⁵¹ Tamtéž, čl. 1 písm. m).

⁵² Tamtéž, čl. 1 písm. l).

3. Selektivní distribuce

Distribuční dohody mohou existovat v mnoha podobách. Řadíme mezi ně dohody o selektivní distribuci, dohody o zastoupení, dohody o jednotné značce, dohody o výhradní distribuci, dohody o výhradním přidělování zákazníků, dohody o výhradní dodávce zboží a v neposlední řadě franšizové dohody.⁵³ Co se však týče projevů distribučních dohod v prostoru on-line distribuce, nejzásadnější dopady má právě distribuce selektivní. Z tohoto důvodu jsem si také tento typ distribuce zvolila pro prezentování specifických projevů v tomto prostředí a tuto kapitolu bych tak zasvětila jim.

Selektivní distribuce má dva charakteristické rysy. Prvním z nich je ten, že dodavatel se v ní zavazuje prodávat dané produkty pouze vybraným distributorům. Druhým z těchto typických rysů je ten, že tito vybraní distributoři pak nesmí prodávat určené produkty jiným distributorům, respektive těm, kteří nejsou součástí vymezené distribuční sítě.⁵⁴

O selektivní distribuci hovoříme v případě, kdy se dodavatel rozhodne omezit prodej svých výrobků pouze určeným distributorům, a to na základě toho, zda splní či nesplní jím stanovená kritéria. Tyto kritéria jsou označována jako kritéria selektivní. Jimi omezuje počet distributorů, a to nikoli na základě územních kritérií, ale dle kritérií objektivních, které se pojí s povahou produktu a distributoři je musí splňovat, aby byli pro daný produkt vybráni.⁵⁵

Stejně jako v případě výhradní distribuce jsou pak možnými účinky selektivního distribučního systému omezení soutěže v rámci značky a uzavření trhu jednotlivým distributorům.⁵⁶

Tento jev můžeme pozorovat právě u on-line distribuce, kdy výrobce nemusí mít zájem na možnosti zapojení on-line distributorů, kteří z toho důvodu nebudou schopni splnit selektivní kritéria. Častým důvodem pro tento nezájem je například zachování jisté prestiže jejich výrobku, zejména u módních značek a jiného luxusního zboží, neboť tato prestiž by mohla být narušena právě prodejem zboží po internetu.⁵⁷

⁵³ BEJČEK, Josef a kol. *Competition Law in the Czech Republic*. Netherlands: Kluwer Law International, 2015, s. 128.

⁵⁴ FAULL, Jonathan, NIKPAY, Ali. *The EU Law of Competition*. 3rd ed., Oxford: Oxford University Press, 2014, s. 1429.

⁵⁵ TRICKER, Mark, TOWN, Amanda. *Can brand owners control internet sales and remain compliant with competition law?* [online]. nortonrosefulbright.com, červenec 2017 [cit. 15. března 2022]. Dostupné z: <https://www.nortonrosefulbright.com/en-ug/knowledge/publications/f960ee98/can-brand-owners-control-internet-sales-and-remain-compliant-with-competition-law>.

⁵⁶ BAILEY, David, ROSE, Vivien. *European Union Law of Competition*. 7th ed., Oxford: Oxford University Press, 2013, s. 452.

⁵⁷ FIALA, Tomáš. Selektivní distribuční systém a soutěžní právo Evropské unie. *Časopis pro právní vědu a praxi*, 1997, č. 2, s. 248.

Dalšími kritérii v tomto výběrovém systému budou technické předpoklady, jako například vhodné prostory k prezentaci zboží.⁵⁸ Toto by opět mohlo být chápáno jako nedostatek v případě on-line prodeje zboží, kde vyvstává otázka, zda lze internetový prostor brát jako vhodný k prezentaci zboží, které si zákazník nemůže reálně prohlédnout či odzkoušet. Tento nedostatek je často řešen například virtuálními prohlídkami produktu, je zde snaha o jeho co nejreálnější vyobrazení, přesto však ani to nemusí být pro výrobce dostačující.

Kromě tohoto předpokladu by zákazníkovi mohl chybět také kvalifikovaný personál⁵⁹, připraven pomoci při výběru produktu, případně poradit. Tento nedostatek se však distributoři v dnešní době stále častěji pokouší vyřešit například přes online chat poradce na daných webových stránkách, který má za úkol zákazníka nasměrovat ke správnému produktu či poradit s dotazy ohledně již zákazníkem vybraného produktu.

Na druhou stranu je nespornou výhodou on-line prodeje zboží jeho možnost obsáhnout daleko větší zákaznickou klientelu, neboť přístup k internetu je v dnešní době možný takřka pro všechny, nákup je tedy rychlý, snadný a lehce dostupný. Je tedy i na uvážení jednotlivých výrobců, zda se budou chtít o tyto možnosti ochudit tím, že nepovolí distribuci svých výrobků skrz on-line platformy.

Již zmiňovaný selektivní distribuční systém je definován Komisí jako: „*Distribuční systém, ve kterém se dodavatel zavazuje přímo nebo nepřímo k prodeji smluvního zboží nebo služeb pouze distributorům vybraným na základě stanovených kritérií a ve kterém se tyto distributoři zavazují, že nebudou prodávat toto zboží nebo tyto služby neschváleným distributorům na území, které je dodavatelem vyhrazeno pro provoz systému.*“⁶⁰ Výběrovým distribučním systémem tedy dochází k omezení počtu autorizovaných distributorů. Tato situace pak může znamenat nebezpečí z hlediska soutěžního práva, neboť je zde riziko omezení soutěže v rámci značky či úplného vyloučení některých distributorů.⁶¹

Selektivní distribuce se užívá za účelem zachování kvality výrobku či jeho správného použití. Tento požadavek se pochopitelně dále zkoumá, neboť situace se liší výrobek od výrobku. Například produkty běžné denní potřeby selektivní distribuci zpravidla nevyžadují, neboť k nim nebývá třeba konkrétních instrukcí. To však neznamená, že by se v každém případě, kde se uplatní selektivní distribuce u tohoto typu produktů, jednalo automaticky o

⁵⁸ FIALA, Tomáš. Selektivní distribuční systém a soutěžní právo Evropské unie. Časopis pro právní vědu a praxi, 1997, č. 2, s. 249.

⁵⁹ Tamtéž.

⁶⁰ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, čl. 1 odst. 1 písm. e).

⁶¹ PETR, Michal. a kol. *Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR*. Praha: C.H. Beck, 2010, s. 230.

porušení zákazu dle čl. 101 odst. 1 SFEU.⁶² Právě to je totiž předmětem zkoumání, tedy zda dohoda o selektivní distribuci spadá pod čl. 101 odst. 1 SFEU a je tedy zakázána či nikoli.

Selektivní distribuce v rámci on-line prodeje zboží má nicméně ještě další specifika. Panuje totiž obecný názor, že internetový prodej je velice účinným typem prodeje a v dnešní době stále více žádaným. Jedná se o efektivní způsob, jak zvýšit nabídku výrobků v oblasti celé EU. Jedním z důvodů je právě to, že je velmi snadné si výrobky srovnat s jinými, byť v úplně jiné zemi. V návaznosti na to jsou dohody, které by měly zakazovat internetový prodej, závažným porušením pravidel hospodářské soutěže.⁶³

V systému selektivní distribuce by vždy měla fungovat svoboda v oblasti rozhodování, jakým způsobem budou distributoři výrobky prodávat, a to jak při aktivní, tak pasivní formě prodeje. Stejná svoboda má platit taky v rámci on-line distribuce, kdy budeme výrobky nabízet na internetové platformě. Zakázané proto budou veškeré dohody, které by měly distributory odrazovat od používání internetových platform stanovením jiných kritérií pro prodej on-line a off-line. Tato kritéria nemusí být nutně stejná, měla by však sledovat stejný či podobný výsledek a pokud zde bude přece jen nějaký rozdíl, musí být odůvodněn právě rozdílnou povahou těchto dvou typů prodeje.⁶⁴ Příkladem rozdílného uplatnění kritérií může být například požadavek, aby při on-line prodeji distributor zajistil kvalitní servis pro případ reklamace, neboť při on-line prodeji je větší riziko, že jej klient bude potřebovat, vzhledem k tomu, že při on-line prodeji nebude zpravidla tak kvalitní asistenční servis. Zákazník bude muset například produkt nainstalovat sám, což může mít za následek pravděpodobnější výskyt určitých vad špatným aplikováním produktu.

3.1 Projevy selektivní distribuce v on-line prostředí

Vzhledem ke své specifické povaze, která nemusí být vhodná pro každý typ výrobků, respektive ani nemůže být, se selektivní distribuce projevuje často právě v on-line prostoru. Pro demonstrování těchto projevů na skutečných případech jsem si zvolila dvě rozhodnutí SDEU, které se touto problematikou zabývají.

⁶² PETR, Michal. a kol. *Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR*. Praha: C.H. Beck, 2010, s. 231.

⁶³ DONATHOVÁ, Barbora. *Soutěžně-právní aspekty selektivní distribuce v módním průmyslu* [online]. *pravniprostor.cz*, 6. listopadu 2017 [cit. 24. dubna 2021]. Dostupné z: <https://www.pravniprostor.cz/clanky/obchodni-pravo/soutezne-pravni-aspekty-selektivni-distribuce-v-modnim-prumyslu>.

⁶⁴ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 56.

3.1.1 Rozhodnutí SDEU ve věci Pierre Fabre

Prvním rozhodnutím, které si zde dovolím rozebrat z důvodu jeho silného zaměření na oblast on-line distribuce je rozhodnutí ve věci Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, dále jen „Pierre Fabre“, ze dne 13. 10. 2011, týkající se selektivní distribuce.⁶⁵ Společnost Pierre Fabre v tomto případě stanovila prodejcům podmínku, aby byl při jakémkoli prodeji výrobků její společnosti přítomen také farmaceut, což pochopitelně zcela vyloučilo možnost internetového prodeje. SDEU se tak následně zabýval posouzením, zda takto formovaný zákaz internetového prodeje bude spadat pod zákaz ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU.

Společnost Pierre Fabre se zabývá výrobou kosmetických přípravků. Spolu s distributory se dohodla na prodeji těchto výrobků pouze v prostorech hmotného charakteru a za přítomnosti farmaceutického pracovníka, což jsou pochopitelně podmínky, které internetový prodejce nebude mít nikdy možnost naplnit.⁶⁶

Společnost Pierre Fabre se hájila tvrzením, že ačkoli její výrobky nespádají mezi léčivé přípravky, jsou jim svou povahou velmi blízké a jako takové by k nim mělo být přístupováno stejně, neboť často vyžadují lékařský předpis pro jejich vydání. Tato argumentace však před soutěžním orgánem neobstála a dané společnosti tak nebyla přiznána žádná výjimka, která by ospravedlnila její chování, vzhledem k tomu, že uvedené jednání bylo posouzeno jako tvrdé omezení. Právě to, zda uvedené jednání skutečně představovalo tvrdé omezení, bylo předmětem předběžné otázky, kterou společnost Pierre Fabre předložila SDEU.⁶⁷

K posouzení této otázky existuje zajímavé stanovisko, dle něž pro to, aby zákaz internetového prodeje, na který je třeba hledět jako na možné omezení aktivního i pasivního prodeje, mohl být ospravedlněn, je nutný legitimní cíl, jako je například ochrana veřejného zdraví. Tímto však rozhodně není zachování image daného výrobku.⁶⁸ Ve stejném duchu byla ostatně zodpovězena tato předběžná otázka, tedy že pokud zákaz prodeje přes internet nebude sledovat legitimní cíl, bude se jednat o zakázanou dohodu.⁶⁹

SDEU se zde k problematice on-line distribuce vyjádřil v tom smyslu, že využití internetu jako způsobu prodeje zboží se považuje přinejmenším za omezení pasivního prodeje,

⁶⁵ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 13. října 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l'Autorité de la concurrence a Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi*, C – 439/09 (v el. sb. rozh.).

⁶⁶ Tamtéž, body 9 a násl.

⁶⁷ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 13. října 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l'Autorité de la concurrence a Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi*, C – 439/09 (v el. sb. rozh.), body 24 a násl.

⁶⁸ Stanovisko generálního advokáta Jána Mazáka ze dne 3. března 2011 k věci C – 439/09, odst. 35.

⁶⁹ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 13. října 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l'Autorité de la concurrence a Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi*, C – 439/09 (v el. sb. rozh.), bod 60.

který jako takový musí být umožněn všem kupujícím. Taková klauzule, která by zakazovala prodej zboží přes internet, je proto nepřipustná.⁷⁰ Tuto klauzuli bychom posoudili jako tvrdé omezení, tedy hospodářskou soutěž omezující, a proto zakázanou. Jak tedy vyplývá z výše uvedených informací, dohody, které by tímto způsobem zakazovaly vstup na trh určitému internetovému prodejci, jsou závažným porušením pravidel hospodářské soutěže.

K tomu dále SDEU uvedl, že cíl spočívající v zachování prestižní image není a nemůže být legitimním cílem pro omezování soutěže a na takovou smluvní klauzuli se tedy skutečně vztahuje čl. 101 odst. 1 SFEU.⁷¹ Ochrana image výrobku proto není důvodem pro celkový zákaz internetového prodeje, přičemž takový zákaz je nutno vyložit jako omezení hospodářské soutěže, a to na základě účelu.⁷²

Ze strany SDEU zde rovněž dochází k vymezení samotného postavení internetového prodeje, kdy dle něj: „*Internet totiž není podle názoru uvedeného úřadu místem uvádění na trh, nýbrž alternativním způsobem prodeje, který vedle přímého prodeje v obchodě či zásilkového prodeje využívají distributoři sítě disponující fyzicky existujícími prodejními místy.*“⁷³

Zde by se hodilo připomenout, že judikatura SDEU již dříve uznala, že existují legitimní požadavky pro specializovanou obchodní síť, pokud se jedná o vysoce kvalitní a technicky náročné výrobky. Tímto odkazuje na systém selektivní distribuce, kde platí, že pokud tento systém vede ke zlepšení hospodářské soutěže, představuje takový prvek hospodářské soutěže, který je v souladu s čl. 101 odst. 1 SFEU, jak bylo uvedeno například v rozhodnutí ve věci AEG.⁷⁴

SDEU pak dále pokládá za nepochybné, že další prodejci jsou v rámci selektivní distribuční sítě této společnosti vybíráni na základě objektivních kritérií kvalitativní povahy, které jsou pro všechny další potenciální prodejce stanoveny jednotně. Vždy se však musí ověřit, zda omezení hospodářské soutěže sleduje přiměřeným způsobem její legitimní cíle, jak je tomu třeba.⁷⁵

⁷⁰ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 13. října 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l'Autorité de la concurrence a Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi*, C – 439/09 (v el. sb. rozh.), bod 54.

⁷¹ Tamtéž, bod 46.

⁷² Tamtéž, bod 47.

⁷³ Tamtéž, bod 21.

⁷⁴ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 25. října 1983, *Allgemeine Elekicitats-Gesellschaft AEG-Telefunken AG v Commission of the European communities*, C – 107/82 (v el. sb. rozh.), bod 33.

⁷⁵ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 13. října 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l'Autorité de la concurrence a Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi*, C – 439/09 (v el. sb. rozh.), bod 43.

Pokud bychom tento případ chtěli shrnout, z uvedeného rozhodnutí vyplývá, že společnost Pierre Fabre měla skutečně povinnost zajistit rovnost podmínek v distribuční síti obchodů i internetových prodejen, které jsou alternativní formou prodeje. Tento případ dále stanovil určitý odrazový můstek pro internetový prodej, kdy pro jeho úplné zakázání musí skutečně existovat objektivní důvod, jinak se bude jednat o narušení soutěžního prostředí. V neposlední řadě zde SDEU uznal také možnost legitimního požadavku na specializovanou obchodní síť, vymezil postavení internetu na trhu a určil, že absolutní zákaz prodeje na internetu představuje aktivní i pasivní omezení prodeje.

3.1.2 Rozhodnutí SDEU ve věci Coty Germany

Dalším významným rozhodnutím SDEU pro on-line distribuční dohody, které navazuje na rozsudek ve věci Pierre Fabre, je rozhodnutí SDEU ve věci Coty Germany GmbH, dále jen „Coty“.⁷⁶ Společnost Coty prodává v Německu luxusní kosmetické výrobky, a to opět skrz systém selektivní distribuce. Proti ní v této záležitosti vystupuje společnost Parfümerie Akzente GmbH, dále jen „Parfümerie“, která distribuuje výrobky společnosti Coty, jakožto její schválený distributor, a to jak v kamenných obchodech, tak na internetu. Na internetu probíhá prodej přes jejich vlastní internetový obchod a přes platformu Amazon. Svůj selektivní systém společnost Coty odůvodňuje tím, že jej vyžaduje povaha její značky, neboť potřebuje ochránit luxusní image. Co se tak týče internetového prodeje, společnost Parfümerie má oprávnění výrobky prodávat pouze skrz internetovou výkladní skříň daného distributora.⁷⁷

Z důvodu ochrany image značky musí být kamenné provozovny, kde má schválený distributor v plánu zboží prodávat, schváleny. Musí tedy splňovat požadavky na prostředí, vybavení a zařízení. Co se pak týče internetového prodeje, ve smlouvě o selektivní distribuci mají společnosti stanoveno následující: „*Schovatel není oprávněn používat jiný název nebo využívat třetího podniku, který nebyl schválen.*“⁷⁸ Avšak vzhledem k tomu, že společnost Parfümerie začala tyto výrobky distribuovat prostřednictvím platformy Amazon, tedy platformy, která v rámci jejich dohody povolena nebyla, rozhodla se společnost Coty podat žalobu.

Situace se pochopitelně změnila po roce 2010, kdy vešlo v platnost Nařízení č. 330/2010. Coty pozměnila smlouvy uzavřené v rámci systému selektivní distribuce i ustanovení týkající se internetového prodeje na: „*Schovatel je oprávněn nabízet a prodávat*

⁷⁶ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 6. prosince 2017, *Coty Germany GmbH v. Parfümerie Akzente GmbH*, C – 230/16 (v el. sb. rozh.).

⁷⁷ Tamtéž, body 8 – 10.

⁷⁸ Tamtéž, body 11, 14.

výrobky na internetu, avšak může tak činit pouze pod podmínkou, že internetový prodej probíhá prostřednictvím ‚elektronické výkladní skříně‘ schválené prodejny a že je zajištěna ochrana luxusní povahy výrobků.⁷⁹ Kromě toho se výslovně zakazuje používání jiného obchodního označení, jakož i zapojení třetích podniků, které neschválila společnost Coty. Společnost Parfumerie se změnami smlouvy nesouhlasila a dále nabízela výrobky i na platformě Amazon. Coty se proto následně domáhala žalobou u vnitrostátního soudu, aby bylo Parfumerii zakázáno distribuovat výrobky její značky přes platformu Amazon. Tato žaloba byla zamítnuta, neboť soud shledal rozpor s čl. 101 odst. 1 SFEU, kdy takovou dohodu posoudil za dohodu zakázanou.⁸⁰

Vnitrostátní soud pak dále uvedl, že cíl spočívající v ochraně prestižní image značky, podobně jako tomu bylo v případě rozhodnutí ve věci Pierre Fabre, nemůže odůvodnit zavedení takového systému selektivní distribuce, který omezuje hospodářskou soutěž. Toto ustanovení označil za tvrdé omezení, podobně jako ve věci Pierre Fabre. Kromě toho uvedl, že ustanovení nespĺňuje podmínky pro blokovou výjimku, neboť nemá účinky podporující hospodářskou soutěž, které by vyvažovaly nevýhody pro hospodářskou soutěž plynoucí z omezení způsobu uvádění výrobků na trh.⁸¹

SDEU byly následně předloženy dvě předběžné otázky. Zda se na systémy selektivní distribuce vztahuje článek 101 odst. 1 SFEU a zda omezení internetového prodeje z hlediska nařízení č. 330/2010 představuje omezení okruhu zákazníků a omezení pasivního prodeje.⁸²

SDEU zopakoval, že systém selektivní distribuce pod čl. 101 odst. 1 SFEU obecně nespádá, ovšem jen za předpokladu splnění určitých podmínek – tento systém je nutný za účelem zachování kvality výrobků, prodejci jsou vybíráni dle objektivních kritérií kvalitativní povahy a tato kritéria nejsou diskriminační. Navíc musí být tato kritéria nezbytná k dosažení účelu. V takovém případě mohou být specifické nároky společnosti, která nabízí luxusní výrobky, ospravedlnitelné.⁸³

Následně SDEU dodal, že už pouhé narušení dojmu luxusu může ovlivnit kvalitu výrobků v očích spotřebitelů, neboť se tak odlišují od ostatních podobných výrobků. Ze samotného rozhodnutí vyplývá, že není možné vycházet z rozsudku Pierre Fabre, byť je podobné problematiky, protože v něm dané ujednání zcela vylučovalo internetový prodej

⁷⁹ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 6. prosince 2017, *Coty Germany GmbH v. Parfumerie Akzente GmbH*, C-230/16 (v el. sb. rozh.), body 15 – 17.

⁸⁰ Tamtéž.

⁸¹ Tamtéž, bod 17.

⁸² Tamtéž, bod 20.

⁸³ Tamtéž, bod 36.

(podmíněnou přítomností farmaceuta), a proto se nejednalo o zachování kvality značky. Nelze z toho však dovozovat, že by na systémy selektivní distribuce, které chtějí zachovat luxusní image, měl dopadat čl. 101 odst. 1 SFEU.⁸⁴

SDEU v rozsudku uvádí, že v tomto případě byly splněny podmínky pro systém selektivní distribuce, tedy že systém byl nutný za účelem zachování kvality výrobků, uplatnila se objektivní kritéria kvalitativní povahy, která nebyla diskriminační a byla nezbytná k dosažení účelu. Na předběžné otázky odpovídá tak, že sporné ujednání neomezuje okruh zákazníků, ani pasivní prodej, neboť daná skupina zákazníků není vymezitelná. SDEU tak dává za pravdu společnosti Coty, když říká, že ujednání nespadá pod rozsah čl. 101 odst. 1 SFEU, neboť se zde neomezuje veškerý internetový prodej, ale pouze jedna možnost internetového prodeje, a to platforma třetí strany, v tomto případě Amazon.⁸⁵

Pokud bych tak měla shrnout vztah mezi těmito dvěma případy, vidíme, že ačkoliv se dva soutěžní subjekty dopouštějí v zásadě podobného jednání, není to totéž a dopad takového jednání na soutěž může být zcela jiný. Z rozsudku ve věci Pierre Fabre je zřejmé, že ustanovení takové podmínky, která by měla internetové prostředí vyloučit z distribuce zcela, je přirozeně podstatně hůře obhajitelné než vyloučení jen určitého úseku internetového prostředí. Takové vyloučení tak nemusí být nutně vždy protisoutěžním jednáním, pokud se bude zakládat na objektivních kritériích a nebude určitou stranu bezdůvodně diskriminovat. Ne každé omezení internetového prodeje proto převáží nad zájmem ochrany image výrobků v rámci systému selektivní distribuce.

⁸⁴ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 6. prosince 2017, *Coty Germany GmbH v. Parfümerie Akzente GmbH*, C-230/16 (v el. sb. rozh.), body 35, 52.

⁸⁵ Tamtéž, rozsudek.

4. Problémy vyskytující se specificky v on-line distribuci

Možnost přechodu distribučních dohod do on-line prostředí s sebou přineslo spoustu výhod, a to z toho důvodu, že způsob nákupu a prodeje v této oblasti je jednodušší, rychlejší a v mnohém tak efektivnější. Jak už to ale bývá, každé takové zjednodušení určité cesty má svou daň a v případě on-line distribuce tomu není jinak. V této kapitole bych tak chtěla vymezit, jaké problémy mohou v oblasti on-line distribuce vznikat a jak se projevují.

Za první problém on-line distribuce, který je současně i její výhodou, bych označila rychlost a jednoduchost, s jakou se informace v tomto prostředí mohou šířit. Jakékoliv jednání určitého subjektu je v podstatě ihned dostupné celému trhu, není zde téměř žádná prodleva, která by umožňovala zakročít. Tento trh je také daleko dostupnější, připojit se může každý, a to z pohodlí svého domova. Právě ona jednoduchost tohoto prostředí může být nebezpečná, neboť si uživatelé kolikrát ani nemusí uvědomovat závažnost dané situace. Co by se při klasické distribuci zdálo minimálně podivné, nad tím se zde nikdo ani nepozastaví, neboť vše se odehrává uživatelsky tak trochu mimo realitu.

S tím souvisí další problém této oblasti, a to snadnější možnost zneužití citlivých údajů. V off-line prostředí si člověk dává daleko větší pozor na své osobní údaje, s kým je sdílí a co všechno sdílí. V prostoru on-line distribuce je vše jinak, k udělení souhlasu stačí zaškrtnutí políčka, což se pochopitelně nejeví jako nebezpečná věc. Podobný jev můžeme pozorovat například v rozhodnutí ve věci Amazon, kde můžeme sledovat možné zneužívání takto obdržených informací k vlastnímu obchodnímu prospěchu, kdy ačkoli si to uživatelé nemusí vůbec uvědomovat, společnost Amazon je jejich konkurentem na trhu a takto obdržené informace pak může využívat ke svému prospěchu.⁸⁶

Za další problém, který je specifický pro tuto oblast, bych označila její dosah. Prostředí on-line distribuce je schopno oslovit daleko větší počet zákazníků, a proto také případné narušení pravidel hospodářské soutěže bude mít podstatně škodlivější následky, jak ostatně můžeme pozorovat v dále uvedených rozhodnutích. Tento fakt navíc umocňuje to, že internetové prostředí je prostředím podstatně více anonymním, než prostředí klasické distribuce a často tak může být problém zjistit, od koho vlastně zákazník daný výrobek kupoval a na jaký subjekt se tedy obrátit.

Stále větší oblíbenost internetového obchodování má za následek větší cenovou transparentnost, neboť ceny daných prodejců jsou běžně dostupné on-line a zákazník si tak

⁸⁶ Evropská Komise. *Komise zasilá prohlášení o námitkách společnosti Amazon za použití neveřejných údajů nezávislých prodejců a zahajuje druhé vyšetřování v oblasti e-commerce* [online]. Tiskové oddělení Evropské Komise, 10. listopadu 2020. Dostupné z: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2077.

může lehce vybrat nejvýhodnější nabídku, ať již s pomocí srovnávače cen či bez něj.⁸⁷ S tím však souvisí hned další problém této oblasti, kterým je ovlivňování takového výběru.

V klasické distribuci je pro zákazníka primární kvalita výrobku oproti jeho ceně. V případě on-line distribuce však na tomto místě dochází k dalším potížím. Ačkoli pro zákazníka by samozřejmě bylo nejvýhodnější nalezení toho nejkvalitnějšího produktu za tu nejnižší cenu, nemusí to být vždy možné, respektive podmínky mohou být ztížené. Oproti klasické distribuci zde totiž vystupuje specifický prvek, který je schopen rozhodit zákazníkovo racionální uvažování a tím je vizuální zobrazení vyhledávaných produktů na internetové stránce. Ačkoli to je něco, co by z hlediska výhodnosti pro zákazníka nemělo mít žádný vliv, realita je jiná. Způsob, jakým je produkt zaznačen na vyhledávací stránce, tedy na kterém místě se nachází, na které stránce je umístěn či zda je případně nějak zvýrazněn oproti ostatním produktům, mohou být rozhodující prvky, které mají přímý dopad na zákazníkovo rozhodování.

Distribuční dohody přirozeně přináší do oblasti distribuce výhody i nevýhody. Mezi negativní dopady, které se zde mohou vyskytnout vlivem vertikálních omezení, řadíme také nátlak na distribuování konkrétní značky, který může vést k omezení soutěže mezi těmito značkami. Dále se může jednat o omezování distribuce, a to z důvodu uzavírání doložek o výhradní distribuci, které zapříčiňují uzavírání trhu. Kromě těchto mohou mít negativní dopady také praktiky týkající se stanovování cen a další omezování kupujících.⁸⁸ Na druhou stranu se zde vyskytuje řada výhod, které tato omezení přináší, jmenovitě je to odstranění problému takzvaného parazitování, kdy distributoři mohou využívat předprodejních služeb jiných distributorů, kdy si zákazník, který využil služby jiného distributora, nakonec koupí produkt u distributora jiného, který mu tyto služby nenabídl. Tato omezení rovněž usilují o ochranu know-how, stejně tak jako o zpřístupňování nových trhů.⁸⁹

Další problém, který vyvstává v oblasti on-line distribuce, vychází z již zmiňované selektivní distribuce. Zde se výjimečně nebudeme zabývat ohrožením spotřebitelů, nýbrž o ohrožení samotných soutěžitelů na trhu. Vzhledem k tomu, že prostředí on-line distribuce je svou povahou opravdu specifickým prostředím, je jasné, že nebude nikdy moct úplně nahradit klasické prodejní prostředí. Problematickým může být například fakt, že zde chybí kvalifikovaný prodejní personál, který se sice prodejci pokoušejí nahradit různými formami chat poradců, nicméně si asi dokážeme představit, že se v očích zákazníků nemusí jednat o

⁸⁷ PETR, Michal. Cenové algoritmy a odpovědnost za porušení soutěžního práva. *Právní rozhledy*, 2020, č. 3, s. 83.

⁸⁸ BEJČEK, Josef. Praktické problémy distribučních dohod. *Právní rozhledy*, 2011, č. 18, s. 643.

⁸⁹ Tamtéž.

plnohodnotnou náhradu. Dalším problematickým bodem může být i poškozování charakteru daného zboží skrz on-line prodej, pokud hovoříme například o luxusních výrobcích, čímž se zabývá například již zmiňované rozhodnutí ve věci Coty Germany.

Problematický může být i tzv. předprodejní servis, neboť může docházet k jeho zneužívání, což se často týká produktů, které jsou technicky náročnější. Tyto služby totiž produktu zvyšují cenu, a tak v případě, kdy zákazník využije těchto služeb v kamenné prodejně, ale produkt si následně zakoupí u internetového prodejce, který tyto služby přirozeně nenabízí a z toho důvodu může nabídnout nižší cenu, dochází k parazitování na něčem, co vlastně poskytl jiný soutěžitel.⁹⁰

Další častou problematickou praktikou v této oblasti je tzv. geo-blocking, jehož prostřednictvím on-line prodejci omezují přeshraniční prodej dle státní příslušnosti či bydliště svých zákazníků. V rámci této praktiky mohou internetoví prodejci například blokovat zákazníkům přístup ke stránkám jiných prodejců. Omezování se však může dít i formou přeměrovávání na jiné stránky či nepřijímání určitých platebních metod dle místa bydliště zákazníka. Tímto jednáním pak dochází k diskriminaci takových spotřebitelů, a to z hlediska jejich bydliště či jiných údajů.⁹¹

S praktikou geo-blockingu souvisí další, podobná praktika, a to sice tzv. geo-filtering. Zde jde o to, že on-line prodejci umožňují zakoupit své produkty a služby rovněž zákazníkům z jiných zemí, ovšem podmínky pro takové zákazníky nejsou zdaleka stanoveny stejně. Toto se bude týkat primárně cen, které za tyto produkty zákazníci zaplatí. Vzhledem k tomu, že se v obou případech jedná o jednostranné jednání, tedy nedochází k uzavírání žádné dohody, která by mohla být považována za zakázanou, je velmi obtížné tyto praktiky řešit.⁹²

Jak tedy můžeme vidět, prostředí on-line distribuce je prostředí velmi specifické, které s sebou přináší spoustu výhod i nevýhod, a to jak pro spotřebitele, tak pro soutěžitele. Z tohoto prostředí pramení problémy a možnými způsoby jejich řešení se zabývají soutěžní orgány v rámci své rozhodovací praxe.

⁹⁰ ZELGER, Bernadette. Restrictions of online sales and vertical agreements: Bundeskartellamt vs. Commission? Why Coty and Asics are compatible. *European Competition Journal*, 2018, č. 14, s. 445 – 461.

⁹¹ MAVROGHENIS, Stephen, PRODROMOU, Zena. *European Union: Restrictions of Online Sales* [online]. globalcompetitionreview.com, 7. prosince 2021 [cit. 10. března 2022]. Dostupné z: <https://globalcompetitionreview.com/guide/digital-markets-guide/first-edition/article/european-union-restrictions-of-online-sales>.

⁹² JUNG, Nelson. *European Union – Restrictions of Online Sales, including Geo-blocking and Geo-filtering* [online]. globalcompetitionreview.com, 7. prosince 2018 [cit. 15. března 2022]. Dostupné z: <https://globalcompetitionreview.com/guide/e-commerce-competition-enforcement-guide/e-commerce-competition-enforcement-guide/article/european-union-restrictions-of-online-sales-including-geo-blocking-and-geo-filtering>.

4.1 Zakázaná a povolená ujednání v oblasti on-line distribuce

V rámci této kapitoly bych ráda shrnula, jaká ujednání mezi soutěžiteli jsou vlastně ta zakázaná v rámci systému on-line distribuce a která tak naplňují podstatu zakázaných dohod ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU a §3 odst. 1 ZOHS.

Stagnace poptávky a nadměrné zásoby, ať už vyvolané náhlými změnami anebo dlouhodobými nepříznivými podmínkami, jsou faktory, které určitě poskytují dobrý základ pro zakázané dohody. Je také daleko větší pravděpodobnost jejich vytvoření v rámci koncentrovaného trhu, kde působí jen pár soutěžitelů a společně tak drží velký podíl na daném trhu. Oproti tomu vysoká poptávka po zboží a snadný vstup na trh pro všechny jsou faktory, které snižují riziko vzniku zakázaných dohod.⁹³ Dalo by se tedy říct, že podstatně nižší riziko vzniku zakázaných dohod hrozí v případě, kdy se subjekty pohybují na trhu „zdravém“, vyrovnaném a širokém.

Z podstaty čl. 101 SFEU odst. 1 plyne, že za zakázané budou považovány takové dohody, které budou obsahovat ujednání týkající se přímého či nepřímého určení kupní/prodejní ceny, případně jiné obchodní podmínky. Toto ustanovení směřuje k dohodám o určování cen pro další prodej, které jsou považovány za tvrdé omezení vertikálních dohod a jako představují nejnebezpečnější typ ujednání pro tuto oblast.⁹⁴ O těchto bude samostatně pojednáno v další kapitole.

Dále budou zakázány takové dohody, které budou omezovat či kontrolovat výrobu, technický rozvoj, případně investice, rozdělovat trh, uplatňovat vůči obchodním partnerům nerovné podmínky při plnění shodné povahy a v neposlední řadě budou uzavření takové dohody podmiňovat přijetím jiného, nesouvisejícího plnění.⁹⁵ Rovněž tyto dohody jsou považovány za tvrdé omezení.

Dohody, které budou obsahovat takováto ujednání, tak budou představovat zakázané dohody rovněž pro oblast on-line distribuce, to však pouze za předpokladu, že se na ně nebude vztahovat bloková výjimka garantovaná Nařízením č. 330/2010, tedy že budou obsahovat tzv. tvrdé omezení ve smyslu čl. 4 Nařízení či jinak porušovat pravidla pro udělení této výjimky, která by se jinak na dohody distribuční, jakožto dohody spadající pod dohody vertikální, vztahovala.

⁹³ BAILEY, David, ROSE, Vivien. *European Union Law of Competition*. 7th ed., Oxford: Oxford University Press, 2013, s. 282 – 283.

⁹⁴ KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody. Teorie a praxe*. Praha: C.H. Beck, 2009, s. 152 – 153.

⁹⁵ Smlouva o fungování Evropské unie ze dne 26. října 2012. Úř. věst. C 326, s. 47 – 390, čl. 101, odst. 1.

Zde by se hodilo podotknout, že legální výjimka z tohoto zákazu zakotvená v čl. 101 odst. 3 je směrodatná rovněž pro oblast distribučních dohod, kde je stanoveno, že dohoda může být vyjmuta z tohoto zákazu za předpokladu, že prospívá procesu zlepšení výroby či distribuce a je přínosem pro spotřebitele. To za podmínky, že se nejedná o omezení, které by nebylo nezbytné pro dosažení daného cíle, k tomu však dále.⁹⁶

Nyní již k ujednáním, která představují specifický zákaz pro oblast on-line distribuce. Jako první bych zmínila omezení, kdy distributor má zabránit zákazníkům z jiného distribučního území ve vstupování na jeho internetové stránky, případně aby distributor na těchto stránkách zavedl systém automatického přesměrovávání potenciálních zákazníků na stránky jiných distributorů. Zakázaným omezením není uvedení odkazu na takovéto stránky na stránkách jiného distributora.⁹⁷

Úplný zákaz internetového prodeje tak představuje omezení ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU a jako takové je zakázáno. Pro soutěžní orgány proto on-line platformy představují významnou oblast v rámci vymáhání soutěžního práva. Co se však týče prodeje na internetových bazarech, tzv. marketplace, zákaz prodeje na těchto platformách tvrdé omezení soutěže nepředstavuje. Tyto praktiky totiž nezamezují celkovému prodeji zboží na internetu, ani nevylučují internet obecně jakožto prodejní kanál.⁹⁸

Tvrdým omezením naopak bude ujednání, aby distributor nepokračoval v transakcích přes internet s takovými zákazníky, u nichž z platebních údajů zjistí, že se nachází na jiném než distributorem vymezeném území.⁹⁹

Toto se rovněž bude týkat ujednání, v jehož rámci má distributor nějakým způsobem omezit veškeré prodeje prostřednictvím internetu. Na druhou stranu povoleným ujednáním je takové, kdy dodavatel po distributorovi pouze požaduje, aby nějakým způsobem udržoval i způsobilost chodu jeho kamenných prodejen, tj. aby určité množství výrobků bylo prodáváno off-line formou, za předpokladu, že takové množství bude sjednáno pro všechny distributory stejně či rozdílně, ale pouze s tím, že takové rozdílné ustanovení bude odůvodnitelné například velikostí dané prodejny. Stejně tak povolená budou ujednání obsahující možnost dodavatele zjišťovat, zda distributor vykonává své povinnosti v souladu s domluvenými pravidly.¹⁰⁰

⁹⁶ Smlouva o fungování Evropské unie ze dne 26. října 2012. Úř. věst. C 326, s. 47 – 390., čl. 101 odst. 3.

⁹⁷ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 52, písm. a).

⁹⁸ MAVROGHENIS, Stephen, PRODROMOU, Zena. *European Union: Restrictions of Online Sales* [online]. globalcompetitionreview.com, 7. prosince 2021 [cit. 10. března 2022]. Dostupné z: <https://globalcompetitionreview.com/guide/digital-markets-guide/first-edition/article/european-union-restrictions-of-online-sales>.

⁹⁹ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 52, písm. b).

¹⁰⁰ Tamtéž, bod 52, písm. c).

Zakázaná pak bude také dohoda stanovující požadavek, aby distributor platil vyšší cenu za výrobky, které má v úmyslu prodávat on-line formou.¹⁰¹ V takovém případě totiž hovoříme o stanovování dvojích cen, tedy tvrdém omezení. Tvrdým omezením však nebude ujednání, aby distributor, který má v úmyslu prodávat dále výrobky pouze on-line formou, platil jinou cenu než ten, který bude prodávat tyto výrobky v rámci off-line trhu. Zde totiž hovoříme o různých typech distributorů. Tvrdým omezením také nebude ujednání, aby distributor neprodával výrobky prostřednictvím on-line fóra, a to za účelem zachování luxusní image daného výrobku.¹⁰²

Co se týče dohod stanovujících dvojí ceny, je možné, aby tyto naplnily podmínky legální výjimky ve smyslu čl. 101 odst. 3 SFEU, to však pouze za předpokladu, že výrobce s distributorem se na takovém dvojitě cenění domluví, neboť lze předpokládat, že provoz on-line distribuce bude finančně náročnější.¹⁰³ To se může dít například z důvodu zvýšené pravděpodobnosti využití reklamačního servisu, neboť přeci jen u on-line prodeje absentuje osobní prvek, díky kterému by se zákazník mohl vyvarovat jistých chyb.

Zde bych ještě dodala, že dle Pokynů jsou omezení stanovená v rámci on-line distribuce omezeními povolenými blokovou výjimkou, tj. Nařízením, a proto nebudou zakázaná jen za předpokladu, že internetová platforma se užívá za účelem aktivní distribuce na území jiných distributorů.¹⁰⁴

Dalším problematickým nástrojem této oblasti jsou tzv. srovnávače cen. Spotřebitelé s jejich pomocí mohou snadně porovnávat ceny jednotlivých produktů, distributoři zase mohou jednoduše informovat spotřebitele o svých nabídkách. Spousta výrobců se však snaží těmto nástrojům vyhnout, neboť takové srovnávání může představovat nevýhodu pro produkty, které se snaží cílit na dobré jméno své značky, protože při srovnávání je primárním výstupem cena. Rovněž nemohou kontrolovat prezentaci svých produktů, což pro ně může být zásadní. Z tohoto důvodu tak často dochází k úplnému zákazu takového prodeje, případně k povolení pouze na základě daných kritérií.¹⁰⁵

S tím souvisejícím povoleným ujednáním v případě on-line distribuce bude ujednání, kdy výrobce je oprávněn od distributora požadovat zachování určité míry kvality při prodeji

¹⁰¹ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 52, písm. d).

¹⁰² Authority for Consumers and Markets. *Guidelines Arrangements between suppliers and buyers* [online]. Haag: Authority for Consumers and Markets, 2019. Dostupné z: <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/2019-07/guidelines-regarding-arrangements-between-suppliers-and-buyers.pdf>.

¹⁰³ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 64.

¹⁰⁴ Tamtéž, bod 53.

¹⁰⁵ European Commission. *Expert report on the review of the Vertical Block Exemption Regulation*. [online]. Publications Office of the European Union, 2021. Dostupné z: https://ec.europa.eu/competition-policy/system/files/2021-06/kd0921156enn_VBER_online_sales.pdf.

jeho výrobků, což bývá častým případem právě u selektivní distribuce¹⁰⁶, jak je možno pozorovat například v rozhodnutí SDEU ve věci Pierre Fabre či Coty, kde je viditelný rozdíl mezi tím, co takový výrobce od distributora požadovat může a co už je za hranou legitimního cíle takového omezení.

Povoleným ujednáním, které vyplývá z blokované výjimky pro vertikální dohody v případě internetového prodeje v systému selektivní distribuce tak bude například stanovení minimálního počtu kamenných obchodů, kdy tento počet strany mohou i měnit, pokud cílem takové změny nebude přímé či nepřímé omezení on-line formy distribuce.¹⁰⁷

Dovolené také bude ujednání mezi výrobcem a distributorem, na jehož základě výrobce zboží může požadovat, aby distributor využíval k prodeji zboží jen sjednané platformy třetích stran, jak ostatně vyplývá i z rozhodnutí ve věci Coty, kde výrobce rovněž zamezil užívání jedné konkrétní platformy, v daném případě Amazon a porušení pravidel soutěže tak nebylo shledáno.

Ve vztahu k regulaci těchto ujednání je významnou novinkou zákon o digitálních trzích, tzv. Digital Markets Act, na kterém se dohodly členské státy a který by měl významným způsobem ovlivnit chování internetových gigantů na trhu, stejně jako fungování internetových platforem.¹⁰⁸

Obecně pak zakázaným ujednáním v rámci on-line distribuce bude jakékoliv ujednání, které bude mít za cíl odradit distributory od využívání internetu jakožto prodejního kanálu, a to tím, že stanoví rozdílná kritéria pro on-line a off-line distribuci, respektive tato kritéria nemusí být shodná, nicméně musí sledovat shodný, legitimní cíl a případné rozdíly mezi těmito musí být odůvodnitelné právě rozdílnou povahou těchto typů distribuce. Příkladem takového ujednání může být to, že výrobce stanoví pro off-line distribuci podmínku, aby zboží bylo doručeno okamžitě, což pochopitelně nebude možné u on-line distribuce, a proto výrobce zboží bude moci maximálně stanovit určité lhůty, do kdy má být zboží doručeno a bude to naprosto legitimní. Povoleným ujednáním pro on-line distribuci bude rovněž požadavek zajistit asistenční servis po prodeji daného zboží, aby se předešlo zbytečným platebním výlohám.¹⁰⁹

Rovněž doložky nejvyšších výhod, tzv. Most Favoured Nation Clauses, řadíme k častým ujednáním v distribučních dohodách. Tyto doložky brání dodavateli daného zboží, případně služeb, aby zboží nabízel jiným distributorům či přímo spotřebitelům za nižší cenu,

¹⁰⁶ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 54.

¹⁰⁷ Tamtéž.

¹⁰⁸ Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady 2020/0374 ze dne 15. prosince 2020, o spravedlivých trzích otevřených hospodářské soutěži v digitálním odvětví.

¹⁰⁹ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 56.

než která byla nabídnuta straně, se kterou je dohoda uzavřena. Tyto doložky jsou podrobeny čím dál větší kontrole v oblasti internetového prodeje, neboť se stávají stále častějšími. Vzbuzují totiž obavu, že by mohly upozadit výhody on-line prodeje.¹¹⁰ Právě tato platforma si totiž klade za cíl, aby spotřebitelům pomohla získat co nejuvhodnější cenu.

Dohody o on-line distribuci se stále potýkají s příliš formalistickým zacházením v porovnání s jejich povahou. Tyto dohody tak mají za úkol podporovat internetový prodej, což bývá posuzováno spíše jako regulace činnosti soutěžitelů než omezování soutěže.¹¹¹

Pokud bychom si chtěli povahu takových ujednání určitým způsobem shrnout, již v rozsudku *Pierre Fabre*¹¹² bylo dovozeno, že zákaz internetového prodeje, který nebude obsahovat legitimní cíl takového zákazu, bude skutečně splňovat předpoklady zakázané dohody ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU.

4.2 Postavení e-shopů a nově stanovené povinnosti pro tuto oblast

E-shopy zaujímají z hlediska soutěžního práva zvláštní postavení, neboť se jedná o platformu, kde si zákazník vybere a zaplatí zboží prostřednictvím on-line služeb, přičemž vzápětí je třeba, aby si takový zákazník zboží převzal v konkrétní výdejně či prostřednictvím poštovního doručovatele. Dochází tedy často v jistém smyslu k propojování on-line a off-line provozoven, aby byl zachován co nejkvalitnější distribuční servis. Nemusí tomu tak být samozřejmě vždy, pro prodej určitých produktů si on-line distribuce vystačí plně sama, příkladem by se dal uvést prodej elektronických jízdenek či lístků na kulturní události.

Právě tato spojitost s kamennými obchody může vyvolávat pochybnosti, do jaké míry stojí e-shopy v prostoru on-line distribuce a do jaké míry zasahují do prostoru off-line distribuce. Touto rozporuplností se zabýval rovněž NSS, když ve svém rozhodnutí¹¹³ stanovil, že na rozdíl od kamenných provozoven se e-shopů zákaz prodej v období státních svátků netýká, ačkoli zboží, které bylo objednáno prostřednictvím on-line sítě, je následně nutné vyzvednout v kamenné provozovně, která však dle názoru NSS v tomto případě slouží pouze jako jakási výdejna zboží, a proto se na ni tento zákaz vztahovat nebude.

¹¹⁰ JUNG, Nelson. *European Union – Restrictions of Online Sales, including Geo-blocking and Geo-filtering* [online]. globalcompetitionreview.com, 7. prosince 2018 [cit. 7. března 2022]. Dostupné z: <https://globalcompetitionreview.com/guide/e-commerce-competition-enforcement-guide/e-commerce-competition-enforcement-guide/article/european-union-restrictions-of-online-sales-including-geo-blocking-and-geo-filtering>.

¹¹¹ AKHTAR, Zia. Anti-Competitive Effects of Vertical Restraints: EU Guidelines and Impact on Online Distribution Networks. *CoRe*, 2018, č. 2, s. 24 – 35.

¹¹² Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 13. října 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l'Autorité de la concurrence a Ministre de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi*, C – 439/09 (v el. sb. rozh.), bod 46.

¹¹³ Nejvyšší správní soud: Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 12. července 2021, sp. zn. 4 As 349/2020 – 63 (č. 4237/2021 Sb. NSS).

Specifická povaha takovéto prodejní platformy tak pochopitelně vyžaduje zvláštní omezení, která se budou vztahovat čistě na tuto oblast a naopak určitá omezení, která musí dodržovat kamenné provozovny, jak předestřel výše uvedený rozsudek, se na ni aplikovat nebudou. Tyto povinnosti mají za cíl eliminovat problémy, které se mohou v rámci on-line distribuce vyskytovat, jak již bylo nastíněno.

Takováto omezení zaštitují směrnice EP a Rady, jmenovitě by to pak byla směrnice o smlouvách poskytujících digitální obsah a digitální služby¹¹⁴ či směrnice o prodeji zboží.¹¹⁵

První omezení, které bude stejně jako mnoho následujících platit již od 28. 5. 2022 by se mělo týkat uživatelských recenzí. Bude na e-shopu samotném, aby prokázal, že daná recenze pochází skutečně od zákazníka a není tak uměle vytvořenou recenzí samotného e-shopu. Ty budou rovněž povinny prokazovat, jakým způsobem uvádí recenze na své internetové stránky, zda se jedná skutečně o spravedlivé rozvržení jak pozitivních, tak negativních recenzí. Důvodem pro zavedení takové povinnosti je ten, že dle šetření Komise má recenzovaný produkt až o 200% větší šanci na jeho možný prodej. Nová povinnost se uplatní rovněž pro internetové srovnávače cen, které budou mít povinnost uvádět, jakým způsobem vybrané nabídky třídí a pokud budou mít určité nabídky zaplacený lepší pořadí, bude povinnost toto uvést.¹¹⁶

Další chystaná povinnost pro e-shopy by měla řešit jeden z problémů, se kterým se oblast on-line distribuce potýká, tedy daleko větší prostor pro zneužití anonymity určitých prodejců, neboť internetové prostředí obecně je prostředí daleko více anonymnější, než prostředí klasické distribuce. Internetoví prodejci by tak museli na svých stránkách uvádět konkrétnější informace, aby zákazníkovi bylo jasné, s kým jedná a na koho se případně může obrátit. Mezi tyto informace mají patřit telefonní kontakt, adresa sídla a e-mail. Národní úprava je v tomto ohledu ještě přísnější a uvádí navíc povinnost zveřejňovat rovněž adresu elektronické schránky.¹¹⁷

Další stanovená povinnost se týká opět typického problému on-line distribuce, který pramení ze samotné jednoduchosti tohoto prodejního systému, kdy k závaznému objednání výrobku je třeba tuto skutečnost uvést ke kroku, v němž zákazník objednává zboží, aby si kupující byl opravdu vědom kroku, ke kterému se chystá.

¹¹⁴ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2019/770 ze dne 20. května 2019, o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb. Úř. věst. L 136, 22. května 2019, s. 1 – 27.

¹¹⁵ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2019/771 ze dne 20. května 2019, o některých aspektech smluv o prodeji zboží. Úř. věst. L 136, 22. května 2019, s. 28.

¹¹⁶ OXYSHOP. *Změny v legislativě: 7 paragrafů v oblasti e-commerce* [online]. oxyshop.cz, 1. června 2021 [cit. 2. března 2022]. Dostupné z: <https://www.oxyshop.cz/blog/zmeny-v-legislativě-7-paragrafu-v-oblasti-e-commerce.html>.

¹¹⁷ Tamtéž.

Nové omezení se uplatní také pro problematiku tzv. klamavých slev, kdy e-shopy budou v případě uváděné slevy nuceny prokázat, že produkt byl skutečně zlevněn a za tímto účelem bude nutné prezentovat i cenu před slevou, konkrétně bude třeba zobrazovat nejnižší částku, za kterou se daný produkt prodával v posledních třiceti dnech.¹¹⁸ Sleva již tedy nebude pouhé slovo, ale bude se jednat o institut skutečně přinášející výhodu zákazníkovi.

Stanovených povinností vycházejících z nových směrnic je daleko více, toto je výčet pouze těch skutečně zásadních pro oblast on-line distribuce, které se přímo týkají samotných e-shopů.

4.3 Dopady protisoutěžního jednání v on-line distribuci na konkrétní subjekty

V této kapitole bych se chtěla zaměřit na konkrétní vyobrazení dopadu problémů, které se mohou vyskytovat specificky v oblasti on-line distribuce. Vybrala jsem si za tímto účelem tři, z mého pohledu pro tuto problematiku velmi zajímavá rozhodnutí, na kterých lze názorně vidět, jak mohou vypadat zakázané distribuční dohody v on-line prostředí a jaké účinky mohou mít na tržní subjekty i na tržní prostředí jako takové.

4.3.1 Rozhodnutí Tribunálu a SDEU ve věci Groupe Canal +

Prvním takovým rozhodnutím je rozhodnutí Tribunálu ve věci Groupe Canal + SA, dále jen „Groupe Canal +“, které se zabývalo problematikou pasivní formy distribuování, konkrétně pasivní formou prodeje v případě výhradní distribuce. V roce 2014 Komise zahájila šetření, které se týkalo možného omezení televizních služeb skrz licenční dohody, které mezi sebou uzavřelo šest hlavních provozovatelů televizního vysílání. Komise zde řešila slučitelnost těchto dohod uzavřených mezi společnostmi Paramount Pictures International Ltd, dále jen „Paramount“ a Sky UK Ltd a Sky plc, dále jen „Sky“ s čl. 101 odst. 1 SFEU, tedy zda v tomto případě byla naplněna podstata zakázané dohody ve smyslu tohoto ustanovení.¹¹⁹

Společnost Paramount uzavřela s některými poskytovateli televizního vysílání v rámci EU, mezi které patří právě společnost Sky a společnost Groupe Canal +, licenční dohodu. V roce 2014 se Komise začala zabývat slučitelností těchto licenčních dohod s čl. 101 SFEU a čl. 53 Dohody o EHP. Následně Komise dospěla k závěru, že některá ujednání uzavřená mezi

¹¹⁸ OXYSHOP. *Změny v legislativě: 7 paragrafů v oblasti e-commerce* [online]. oxyshop.cz, 1. června 2021 [cit. 2. března 2022]. Dostupné z: <https://www.oxyshop.cz/blog/zmeny-v-legislative-7-paragrafu-v-oblasti-e-commerce.html>.

¹¹⁹ Tribunál: Rozsudek ze dne 12. prosince 2018, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, T – 873/16 (v el. sb. rozh.).

společnosti Paramount a Sky jsou protisoutěžního charakteru. Její námitky se týkaly konkrétně dvou ustanovení.¹²⁰

První problematické ustanovení této dohody mělo zakázat společnosti Sky reagovat na nabídky odběru distribučních služeb, tedy v tomto případě televizního vysílání, a to ze strany zákazníků, kteří bydleli v EHP, kromě Spojeného království a Irsku. Druhé problematické ustanovení naopak omezovalo společnost Paramount, a to tak, že byla nucena vložit do dohod, které uzavírala s provozovateli vysílání se sídlem v EHP, kromě Spojeného království a Irsku, stejný zákaz jako v případě prvního problematického ustanovení, tedy zákaz týkající se přijímání nabídek na poskytnutí distribučních služeb pro zákazníky, kteří by bydleli ve Spojeném království či Irsku. Tyto dohody byly následně posouzeny jako případy pasivního prodeje. Společnost Groupe Canal + se tohoto případu účastnila jakožto zúčastněná osoba.¹²¹

V návaznosti na dvě posuzovaná ustanovení Komise dále uvedla, že se v daném případě jedná o dohody o absolutní územní exkluzivitu a že jako taková skutečně mohou představovat zakázané dohody ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU z hlediska jejich účelu, neboť rozdělují trh.

Zajímavé je zde tvrzení společnosti UPC, jakožto vedlejšího účastníka řízení, a to: „Rozlišování mezi „absolutní“ a „relativní“ územní exkluzivitou na jedné straně a „aktivním“ a „pasivním“ prodejem na straně druhé nelze uplatnit v digitálním prostředí, které je prakticky bez hranic.“¹²² S ohledem na možnosti, které v tomto směru poskytuje internetové prostředí, se tak ani dle žalobkyně nemůže jednat o opravdovou exkluzivitu s ohledem na licenční dohodu, kvůli čemuž nemůže narušit soutěžní prostředí. K tomuto tvrzení se Komise vyjádřila nesouhlasně.

Dále se Komise vyjádřila tak, že pokud strany uzavřou dohodu, na základě které dojde k zákazu pasivní distribuce, respektive strana bude nucena takový prodej zakázat svým smluvním partnerům, kteří mají pro danou oblast výhradní licenci, dochází k porušení čl. 101 odst. 1 SFEU, neboť dochází k absolutní územní exkluzivitě.

Komise argumentuje tím, že taková dohoda, která má za cíl oddělení vnitrostátních trhů či ztěžuje propojení těchto trhů, je zakázaná ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU.¹²³ S tvrzením společnosti UPC, že v internetovém prostředí nemůžeme rozlišovat mezi pasivním a aktivním

¹²⁰ Tribunál: Rozsudek ze dne 12. prosince 2018, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, T – 873/16 (v el. sb. rozh.), body 1 – 2.

¹²¹ Tribunál: Rozsudek ze dne 12. prosince 2018, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, T – 873/16 (v el. sb. rozh.), bod 3.

¹²² Tribunál: Rozsudek ze dne 12. prosince 2018, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, T – 873/16 (v el. sb. rozh.), bod 30.

¹²³ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 4. října 2011, *Football Association Premier League Ltd a další v. QC Leisure*, C-403/08 (v el. sb. rozh.), bod 137.

prodejem, neboť toto prostředí nemá hranice, se Komise neztotožňuje. To především s ohledem na fakt, že technologií, kterou strany využívají k šíření děl, lze zjistit jak skutečný, tak potenciální počet osob, které ji využívají.¹²⁴

Jedním ze sporných ustanovení předmětné licenční dohody bylo ustanovení týkající se přenosu přes internet, kdy provozovatelé měli zabránit stahování či sledování mimo území vymezené licenční dohodou. Další sporné ustanovení se týkalo situace, kdy mimo území, které strany vymezily licenční dohodou, dojde ke sledování vysílaného obsahu přes internet. V takovém případě se nejedná o porušení dohody, pokud se společnost bude skutečně snažit zabránit takovému sledování.¹²⁵

Společnosti Groupe Canal + a Paramount tedy uzavřely licenční dohodu, kdy tato dohoda měla působit pro oblast Francie jako dohoda s výlučnými právy. I tyto strany tak uzavřely dohodu se zákazem pasivního prodeje na vymezeném území. Po doručení námitek ze strany Komise ohledně daných ujednání se společnost Paramount rozhodla přijmout jisté závazky, primárně takové, že již nebude cílit na absolutní územní ochranu provozovatelů vysílání, jak měla ujednáno v licenčních dohodách s provozovateli. V návaznosti na to informovala společnost Groupe Canal + o faktu, že za účelem možného porušení čl. 101 odst. 1 SFEU z její strany nabídla Komisi tyto závazky.

Proti tomu se společnost Groupe Canal + bránila tvrzením, že tyto závazky, vytvořené mezi společnostmi Paramount a Komisí, nejsou vůči ní účinné. Společnost Groupe Canal + jakožto žalobce následně žádala, aby Komise zrušila napadené rozhodnutí¹²⁶, kterým prohlásila tyto závazky za závazné rovněž vůči ní, primárně aby zrušila rozhodnutí týkající se francouzského trhu, kde sama působí.¹²⁷

Společnost Groupe Canal +, vzhledem k tomu, že tyto závazky nepokládala za účinné vůči její společnosti, se rozhodla obrátit na Tribunál. Tribunál její záležitost posoudil, nicméně tuto žalobu zamítl a rozhodnutí Komise tak ponechal v platnosti. Společnost Groupe Canal + se proto rozhodla obrátit na SDEU, který se případem rovněž zabýval. Ten se vyjádřil tak, že

¹²⁴ Tribunál: Rozsudek ze dne 12. prosince 2018, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, T – 873/16 (v el. sb. rozh.), body 55 – 58.

¹²⁵ Tamtéž.

¹²⁶ Rozhodnutí Komise ze dne 26. července 2016, *přeshraniční přístup k placenému televiznímu vysílání*, věc AT. 40023.

¹²⁷ Tribunál: Rozsudek ze dne 12. prosince 2018, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, T – 873/16 (v el. sb. rozh.), body 1 – 12.

zde došlo ke špatnému aplikování zásady proporcionality ze strany Tribunálu a jeho rozhodnutí proto zrušil.¹²⁸

SDEU se zde konkrétně vyjádřil tak, že došlo k nesprávnému právnímu posouzení situace, kdy bylo zasaženo do zájmu třetí, zúčastněné osoby, a proto zrušil jak rozhodnutí Komise v této věci, tak rozhodnutí Tribunálu. Ačkoli SDEU neuznal tato rozhodnutí, v otázce rozlišování pasivního prodeje v internetovém prostředí dal za pravdu Komisi.¹²⁹

Ztotožnil se i s některými názory Tribunálu, tedy že posuzovaná ustanovení legitimně vyvolala u Komise pochybnosti z hlediska zásahu do hospodářské soutěže, vzhledem k tomu, že cílem těchto ustanovení bylo rozdělení takového trhu. Co se však týče aplikování zásady proporcionality mezi rozhodnutím Komise a dopadů takového rozhodnutí na práva třetích osob, konkrétně společnosti Groupe Canal +, zde se s Tribunálem neshoduje. Dle něj bylo povinností Komise ověřit závazky, které nabídla společnost Paramount, a to s ohledem na jejich možný zásah do práv společnosti Groupe Canal +, aby tato nebyla zbavena svých práv. Fakt, že Komise prohlásila tyto závazky za závazné rovněž pro společnost Groupe Canal +, jakožto pouze zúčastněnou osobu, představuje zásah do smluvní svobody této osoby, kvůli čemuž SDEU nakonec předmětné rozhodnutí zrušil.¹³⁰

Jako nesprávné označil rovněž rozhodnutí Tribunálu ohledně posouzení sporných ustanovení za platná, respektive nezakázaná ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU, když se vyjádřil tak, že toto posouzení náleží do kompetence vnitrostátních soudů, které mohou jít proti vůli Komise, když ta ve smyslu nařízení č. 1/2003 o provádění pravidel hospodářské soutěže¹³¹ ještě mohla zahájit nové řízení a rozhodnout o porušení čl. 101 odst. 1 SFEU.¹³²

V uvedeném rozsudku tak lze vidět, že ačkoliv je prostor on-line distribuce skutečně prostorem s daleko širšími hranicemi, neznamená to, že by v jeho rámci nepřipadalo v úvahu rozlišování aktivní a pasivní distribuce. Naopak při omezení pasivní distribuce na internetu a vytvoření absolutní územní exkluzivity může dojít k naplnění podstaty zakázané dohody ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU. Nicméně je třeba mít na paměti, že při usměrňování takovéto zakázané dohody by do nabídnutých závazků přijatých pro řešení takového protisoutěžního

¹²⁸ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 9. prosince 2020, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, C-132/19 P (v el. sb. rozh.), rozsudek.

¹²⁹ Tamtéž, bod 33.

¹³⁰ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 9. prosince 2020, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, C-132/19 P (v el. sb. rozh.), body 103 – 106.

¹³¹ Nařízení Rady 2003/1 ze dne 16. prosince 2002, o provádění pravidel hospodářské soutěže stanovených v člancích 81 a 82 Smlouvy. Úř. věst. L 001, 4. ledna 2003, s. 1 a násl., čl. 9 odst. 2.

¹³² Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 9. prosince 2020, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, C-132/19 P (v el. sb. rozh.), bod 91.

jednání nikdy neměly být vtáhnuty proti své vůli jiné subjekty, které v tomto případě vystupovaly jako pouhé zúčastněné osoby.

4.3.2 Rozhodnutí Úřadu ve věci Albatros

Posledním rozhodnutím, které jsem zvolila pro znázornění problematiky porušování soutěžního práva v on-line prostředí, je rozhodnutí Úřadu ve věci Albatros nakladatelství, a.s., z 15. 1. 2009.

V tomto případě se Úřad opět zabýval možností porušení §3 odst. 1 ZOHS, tedy naplnění podstaty zakázané dohody, a to ze strany společnosti Albatros nakladatelství, a.s., právní nástupce, dále jen „Albatros“.

Předmětným jednáním bylo uzavírání distribučních dohod mezi společnostmi Albatros, jakožto držitelem výhradní licence k vydávání této knihy v jazyce českém a distributory. Jak po šetření Úřadu vyšlo najevo, společnost Albatros tímto způsobem uzavírala zakázané distribuční dohody, ve kterých se dopouštěla omezování distributorů, kteří mohli dále prodávat jejich knihy jen určitým subjektům. Taková dohoda nebyla jediná, přičemž nejvýznamnější dopad na trh měla zakázaná dohoda v souvislosti s vydáváním titulu Harry Potter a relikvie smrti, a proto také Úřad započal šetření v této věci. Problémem těchto dohod bylo, že omezovaly prodej této knihy v hypermarketech, ke kterým se tato kniha měla dostat až o měsíc později než k jiným knihkupcům. To mělo za následek negativní ovlivnění cenové soutěže na trhu ve vztahu k dalším knihkupcům, kteří takový prodej přístupný neměli a hypermarketů.¹³³

Jako důvod pro toto své chování společnost Albatros uvedla, že s knihkupci vedou dlouhodobě provázanou spolupráci, na rozdíl od hypermarketů, které nejsou standardními prodejci jejich knih.¹³⁴ V případě uzavírání dohod jen určeným subjektům tak chybělo objektivní odůvodnění takového jednání, žádný skutečně legitimní důvod, který by toto jednání ospravedlnil, nevyšel na povrch.

V rámci šetření se Úřad zabýval také internetovým prodejcem Vltava Stores, a.s., dále jen „Vltava Stores“. Z dohod mezi ní a společnostmi Albatros vyplývalo, že se počítalo s internetovým prodejem jakožto důležitým prodejním kanálem a že žádný jiný internetový prodejce nebude mít knihu k dispozici k dalšímu prodeji. Ostatní internetoví prodejci se tak ocitli ve stejném postavení jako hypermarkety. Tato dohoda však byla porušena, neboť hned při prvním uvedení knihy do prodeje se objevila na internetových stránkách dalších prodejců.

¹³³ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 15. ledna 2009, č.j. S114/2008/KD-466/2009/830, rozhodnutí.

¹³⁴ Tamtéž, bod 1 odůvodnění.

Stejně tak porušila dohodu i společnost Vltava Stores, která se zavázala neprodávat knihy hypermarketům, respektive prodávat knihy jen v rámci maloobchodního prodeje.¹³⁵

Úřad přitom uvádí, že právě velkoobchodní řetězce jsou obecně známé jako nositelé častých slev pro zákazníky, oproti tomu knihkupectví zůstávají spíše u cen doporučených. Z tohoto plyne, že v době, kdy byl o knihu největší zájem, tedy v době jejího vydání v České republice, byli zákazníci omezeni v možnosti, jak knihu nejvýhodněji zakoupit, uvedená dohoda tak měla negativní dopady právě pro ně.¹³⁶

Kromě těchto dohod o určování subjektů, kterým bude možno dále produkt dodávat, uzavírala společnost Albatros rovněž další zakázanou dohodu, a to dohodu o určování cen pro další prodej, přičemž z §3 odst. 1 ZOHS a §3 odst. 2 písm. a)¹³⁷ vyplývá, že takové omezení je výslovně zakázané a daná dohoda pak bude zakázaná ze zákona, neboť cenové dohody jsou pro hospodářskou soutěž obzvlášť nebezpečné a mají již svou povahou negativní dopady na soutěž.¹³⁸

Tyto zakázané dohody o distribuci tak znázorňují, jaké dopady může mít zdánlivě vzdálené protisoutěžní jednání subjektu na samotné zákazníky. Takové jednání pak může být způsobilé narušit jak prostředí klasické distribuce, tak současně prostředí distribuce internetové.

4.3.3 Shrnutí

Na tomto místě bych ráda zdůraznila přínos jednotlivých případů a jejich vzájemné propojení. Oba uvedené případy se zabývaly narušením hospodářské soutěže ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU či §3 odst. 1 ZOHS.

V rozhodnutí ve věci Albatros bylo konstatováno porušení pouze §3 odst. 1 ZOHS, k porušení čl. 101 odst. 1 SFEU nedošlo, a to z následujícího důvodu. Tento článek jsou národní soutěžní orgány povinny aplikovat pouze na takové dohody, které jsou způsobilé ovlivnit obchod mezi členskými státy, ve smyslu nařízení Rady o provádění pravidel hospodářské soutěže.¹³⁹ Dle sdělení Komise¹⁴⁰ by totiž taková dohoda musela mít určitý roční tržní obrát,

¹³⁵ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 15. ledna 2009, č.j. S114/2008/KD-466/2009/830, bod 4.

¹³⁶ Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. *Společnosti Albatros byla za vertikální kartel uložena pokuta 313 tisíc korun* [online]. Tiskové oddělení ÚOHS, 22. ledna 2009. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/tiskove-zpravy/hospodarska-soutez/850-spolecnosti-albatros-byla-za-vertikalni-kartel-ulozena-pokuta-31.html>.

¹³⁷ Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, §3 odst. 1, odst. 2, písm. a).

¹³⁸ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 15. ledna 2009, č.j. S114/2008/KD-466/2009/830, body 105 – 106.

¹³⁹ Nařízení Rady 2003/1 ze dne 16. prosince 2002, o provádění pravidel hospodářské soutěže stanovených v člancích 81 a 82 Smlouvy. Úř. věst. L 001, 4. ledna 2003, s. 1 a násl., čl. 3 odst. 1.

¹⁴⁰ Sdělení Komise 2004/C 101/107 ze dne 27. dubna 2004, pokyny k pojmu ovlivnění obchodu obsažené v člancích 81 a 82 Smlouvy, bod 52.

kteřý společnost Albatros nenaplnila. To umocňuje fakt, že předměty dohody zde byly vydávány pouze v národním jazyce, proto její dohoda nebyla posuzována za natolik ohrožující ve vztahu k obchodu členských států.¹⁴¹

Aby došlo současně k porušení čl. 101 odst. 1 SFEU, daná dohoda by musela být schopná ohrozit obchod mezi členskými státy, aby skutečně znesnadňovala soutěžitelům ostatních členských států dostat se na národní trh a naplňovala daný roční obrat.¹⁴²

Co se týče prostoru on-line distribuce, v rozhodnutí ve věci Groupe Canal + dochází k přiblížení jeho hranic, respektive stanovuje se, že ačkoliv je to prostor s podstatně širšími hranicemi než běžná distribuce, nemůže to mít za následek situaci, kdy bychom nerozlišovali mezi prostorem aktivní a pasivní distribuce, která se samozřejmě projevuje v obou formách i v tomto prostředí.

V rozhodnutí ve věci Albatros pak můžeme vidět, že sektor on-line distribuce je stejně tak zranitelný, jako sektor standardní distribuce, kdy stačí jedna dohoda k tomu, aby byl ohrožen zdravý provoz obou těchto trhů.

Oběma těmito rozhodnutím je pak společné, že jakýkoliv takový zásah do zdravého soutěžního prostředí a narušení konkurence se ve svém důsledku projeví ve vztahu k zákazníkům takového trhu, tedy k subjektům, jež má soutěžní právo za cíl chránit, což tak podtrhává nebezpečnost takovýchto dohod.

4.4 Dohody o určování cen pro další prodej

Při identifikaci problémů, které se často vyskytují v souvislosti s distribučními dohodami, je nutné zmínit dohody o určování cen pro další prodej, které jsou ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU dohodami zakázanými.¹⁴³ Shodně se k těmto dohodám staví ZOHS. Tyto dohody naplňují jak formální, tak materiální stránku zakázaných dohod, kdy již pouhý fakt, že daná dohoda obsahuje takovéto ujednání, dělá takovou dohodu zakázanou a jako taková je schopna ohrozit soutěžní prostředí.¹⁴⁴ Dochází zde tedy k presumování negativního dopadu na soutěž, pokud je řeč o jakékoliv cenové dohodě.¹⁴⁵

¹⁴¹ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 15. ledna 2009, č.j. S114/2008/KD-466/2009/830, body 98 a násl.

¹⁴² Sdělení Komise 2004/C 101/107 ze dne 27. dubna 2004, pokyny k pojmu ovlivnění obchodu obsažené v člancích 81 a 82 Smlouvy, bod 52.

¹⁴³ Smlouva o fungování Evropské unie ze dne 26. října 2012. Úř. věst. C 326, s. 47 – 390., čl. 101 odst. 1, písm. a).

¹⁴⁴ MUNKOVÁ, Jindřiška, KINDL, Jiří. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. Praha: C.H. Beck, 2007, s. 35.

¹⁴⁵ Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. *Dohody o určování cen pro další prodej* [online]. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, květen 2009. Dostupné z: file:///C:/Users/42072/Downloads/infolist_2009_02_RPM.pdf.

Vertikální cenové dohody jsou příznačné tím, že obsahují závazek kupujícího týkající se budoucí ceny, za kterou může jemu prodanou věc dále uvádět na trh. Zákonný zákaz se tedy v tomto případě nevztahuje na čistě cenové dohody, kterými rozumíme určení doporučené či maximální ceny. Vždy se však může jednat pouze o doporučení, navržená cena nesmí být cenou pevnou.¹⁴⁶

Taková cenová ujednání pak představují tvrdé omezení vertikálních dohod a obecně je tak považujeme za nejnebezpečnější ujednání v této oblasti. Tyto dohody se vyskytují v situacích, kdy odběrateli zboží je stanoveno omezení týkající se ceny pro další prodej, a to za účelem udržení této ceny. Cílem této dohody je donutit tohoto odběratele, aby v případě dalšího prodeje zboží docházelo k jeho prodeji za cenu, kterou si stanovil výrobce.¹⁴⁷

Nejnebezpečnější z těchto typů dohod jsou dohody o fixaci konkrétní ceny a o minimální prodejní ceně. Těmito totiž přímo dochází k narušení konkurence, s čímž se pojí poškozování spotřebitelů, neboť soutěžitelé jsou omezeni v možnosti získávání jejich přízně snižováním cen.¹⁴⁸

Vzhledem ke své nebezpečnosti jsou tyto dohody vyjmuty z výhod blokové výjimky mající původ v Nařízení, neboť ve smyslu čl. 4 písm. a) spadají pod tvrdá omezení.¹⁴⁹ Stanovováním cen pro další prodej tedy dochází ke stanovení fixní minimální ceny, případně fixní cenové hladiny, kterou je daný odběratel zavázán dodržovat. Situace však není tak jednoduchá, neboť ke stanovování této fixní ceny nedochází pouze přímo, výslovně, ale i jinými způsoby, tedy nepřímou. Tímto způsobem může být jednání výrobce, který se na určení ceny zaměří z druhého konce, a tak svému odběrateli stanoví povinnou maximální výši možné slevy, kterou bude moci poskytnout při dalším prodeji z předepsané ceny. Dalšími způsoby pro dosažení tohoto cíle může být však také zastrasování či sankcionování, případně jednání pod hrozbou zrušení smlouvy, pokud subjekt nevyhoví takto stanoveným cenám.¹⁵⁰

Tyto typy přímého i nepřímého určování cen jsou často kombinovány s jiným způsobem omezení, které má odběrateli zamezit, aby tuto cenu snižoval, kdy výrobce může například umístit svou doporučenou cenu na samotný produkt.¹⁵¹

¹⁴⁶ BEJČEK, Josef a kol. *Competition Law in the Czech Republic*. Netherlands: Kluwer Law International, 2015, s. 127.

¹⁴⁷ MUNKOVÁ, Jindřiška, KINDL, Jiří. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání. Praha: C.H. Beck, 2009, s. 152 – 153.

¹⁴⁸ Tamtéž, s. 153.

¹⁴⁹ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7.

¹⁵⁰ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 48.

¹⁵¹ Tamtéž.

Když se podíváme na druhou stranu cenové škály, tedy na maximální prodejní ceny, zjistíme, že ty takto nebezpečné nejsou, neboť situace, kdy se bude nějaký subjekt na trhu snažit o zabránění zvyšování cen, bude vždy příznivá pro spotřebitele, a tedy soutěži vyhovující.¹⁵² Rovněž dohoda, která bude stanovovat pouze ujednání týkající se doporučené ceny, nebude protisoutěžního charakteru, ovšem jen za předpokladu, že nedodržení této doporučené ceny nebude žádným způsobem sankcionováno, neboť v takovém případě bychom se ocitli opět v případě nepřímého určování prodejní ceny.¹⁵³ Možné riziko vyplývající z těchto cen by však mohlo být dodavatelovo postavení na trhu. V případě, že dodavatel bude na trhu zaujímat významné postavení, může docházet k tomu, že tyto ceny povedou k vytvoření cenové hladiny i pro ostatní prodejce. Distancovat se od takto stanovené ceny by tak mohlo být pro menší soutěžitele náročné.¹⁵⁴

Doporučené či maximální ceny můžou těžit z výhod blokové výjimky stanovené v Nařízení. To však za předpokladu, že tržní podíl stran není vyšší než 30%.¹⁵⁵

Způsobů, jakými může tato praktika ohrožovat hospodářskou soutěž, je několik. Docházet může například k nechuti dodavatele, aby snižoval cenu svým distributorům, neboť takto určené ceny zamezují jeho prospěchu z dalšího prodeje. Dalším rizikem je možnost častějšího výskytu nekalých praktik mezi kupujícími, neboť dochází k odstranění cenové soutěže. Distributoři, kteří budou na trhu zaujímat významnější postavení, budou schopni přesvědčit dodavatele, aby určili ceny pro další prodej nad úroveň konkurence, aby tak mohli dosáhnout zamýšleného postavení. Dalším nepříznivým efektem je, že spousta distributorů nebude moct snižovat prodejní cenu a dojde tak ke zvýšení cen. Ceny mohou být navíc stanoveny tak, že úplně zamezí vstupu na trh menším soutěžitelům, dojde k zabránění inovacím na trhu, jeho zpomalení a zamezení vstupu distributorům, kteří by se chtěli soustředit na nižší cenu.¹⁵⁶ Ne zřídka dochází ke snaze obejít tento zákaz jednostranným stanovením podmínek, které má distributor přijmout, v nichž rovnou souhlasí s případnou sankcí, tedy s ukončením takové dohody.¹⁵⁷

Ačkoliv to tak nemusí na první pohled vypadat, dohody o určování cen mohou mít i světlou stránku. Výhody, které by z nich mohly plynout, pak mohou dokonce odůvodnit

¹⁵² MUNKOVÁ, Jindřiška, KINDL, Jiří. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání. Praha: C.H. Beck, 2009, s. 153.

¹⁵³ MUNKOVÁ, Jindřiška, KINDL, Jiří. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání. Praha: C.H. Beck, 2009, s. 154.

¹⁵⁴ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 228.

¹⁵⁵ Tamtéž, bod 226.

¹⁵⁶ Tamtéž, bod 224.

¹⁵⁷ BEJČEK, Josef. Praktické problémy distribučních dohod. *Právní rozhledy*, 2011, č. 18, s. 643.

vyjmutí ze zákazu na základě legální výjimky stanovené v čl. 101 odst. 3 SFEU. Užitečnost stanovování cen pro další prodej se může promítnout v procesu zavádění nového výrobku na trh, neboť během tohoto období je zvýšená poptávka po takovém zboží. Tyto ceny pak mohou motivovat distributora, aby více zohlednil zájem výrobce na propagaci výrobku. Distributor díky nim může mít dostatečné finance ke zvyšování prodeje, rozšiřování výrobků a celkově tedy lepšího uvedení výrobku na trh, což samozřejmě přináší výhodu pro zákazníky.¹⁵⁸

Určování cen pro další prodej může být rovněž důležité pro vytvoření krátkodobých kampaní s nízkými cenami, z čehož by opět těžili zákazníci. Tento institut může rovněž zabránit zneužívání distribuce, neboť bude docházet k situacím, kdy maloobchodníci budou moct s ohledem na vyšší výdělky zapříčiněné určenými cenami nabízet zákazníkům lepší předprodejní servis. Pokud těchto služeb využije značné množství zákazníků, kteří ale nakonec výrobek zakoupí u osoby, která takový servis neposkytovala a tyto náklady tak nemusela hradit, může dojít k odrazení těchto maloobchodníků, kteří tyto služby určitým způsobem omezí či je dokonce přestanou poskytovat. Tomuto jevu může zabránit právě určení prodejních cen, bude však třeba prokázat, že skutečně dojde ke zvýhodnění zákazníků.¹⁵⁹

Co se týče on-line prodeje, algoritmy a jiné technologie praktiku určování cen pro další prodej jen usnadňují a zapříčiňují ještě horší dopad takového jednání na soutěž. Děje se tak z toho důvodu, že tyto technologie usnadňují sledování cen a udělování sankcí. Proto se dohody o určování cen pro další prodej v on-line prostoru dostávají stále častěji do hledáčku soutěžních orgánů.¹⁶⁰

V praxi by pak taková dohoda mohla vypadat tak, že se internetový prodejce zaváže prodávat dodavatelovy produkty za konkrétní částku. Pokud tuto dohodu poruší, tedy bude tyto produkty prodávat za nižší cenu, dodavatel mu přestane dodávat zboží. Z toho důvodu internetový prodejce udržuje tyto ceny a sám tak přispívá ke znevýhodňování spotřebitelů.¹⁶¹

4.4.1 Rozhodnutí Úřadu ve věci BABY DIREKT s.r.o.

Za účelem představení praktických stránek určování cen pro další prodej jsem si vybrala nedávný případ, kterým se zabýval Úřad. Jedná se o jeho rozhodnutí z 30. 10. 2019, kde Úřad mimo jiné řešil možné porušení §3 odst. 1 ZOHS a čl. 101 odst. 1 SFEU, tedy podstaty

¹⁵⁸ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 225.

¹⁵⁹ Tamtéž, bod 225.

¹⁶⁰ MAVROGHENIS, Stephen, PRODROMOU, Zena. *European Union: Restrictions of Online Sales* [online]. globalcompetitionreview.com, 7. prosince 2021 [cit. 10. března 2022]. Dostupné z: <https://globalcompetitionreview.com/guide/digital-markets-guide/first-edition/article/european-union-restrictions-of-online-sales>.

¹⁶¹ Authority for Consumers and Markets. *Guidelines Arrangements between suppliers and buyers* [online]. Haag: Authority for Consumers and Markets, 2019. Dostupné z: <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/2019-07/guidelines-regarding-arrangements-between-suppliers-and-buyers.pdf>.

zakázaných dohod. Účastníkem řízení v tomto případě byla společnost BABY DIREKT s.r.o., dále jen „BABY DIREKT“.¹⁶²

Společnost BABY DIREKT uzavírala po dobu sedmi let dohody o navyšování cen se svými odběrateli, a to na úroveň minimálních cen, které tato společnost stanovila. Tímto jednáním docházelo k uzavírání dohod o přímém určení cen pro další prodej a naplnění podstaty zakázaných dohod jak ve smyslu národní úpravy, tak té unijní, neboť dle Úřadu bylo prokázáno, že tyto dohody měly rovněž vliv na obchod mezi členskými státy EU. Tohoto jednání se společnost BABY DIREKT dopouštěla v rámci relevantního trhu dětského zboží.¹⁶³

Společnost BABY DIREKT vystupovala jako distributor dětského zboží, které prodávala k dalšímu prodeji svým odběratelům, zároveň však zboží prodává přímo zákazníkům prostřednictvím svého internetového a kamenného obchodu.¹⁶⁴ Odběratelům jejího zboží pak hrozila sankcemi v případě, kdy nebudou dodržovat stanovené ceny a tyto rovněž přímo sankcionovala v případech, kdy její zboží prodávali za nižší než určenou cenu. Takovou sankcí pak bylo odstavení dodávek zboží. Odběratelé jejího zboží za účelem vyhnutí se sankcích na tyto dohody přistupovali.¹⁶⁵

Co se týče zmiňovaného zásahu do obchodu mezi členskými státy EU, byl v tomto případě naplněn zákaz stanovený v čl. 101 odst. 1 SFEU, neboť společnost BABY DIREKT uzavírala dohody o určování cen jak na území České republiky, tak na území Slovenské republiky, čímž došlo k zásahu do území dvou členských států a byla tak naplněna podstata unijního prvku.¹⁶⁶ Úřad zde uznal za naplněné jak formální, tak materiální znaky zakázaných dohod, respektive tvrdé omezení soutěže, které tato dohoda obsahuje, je bráno jako omezení, které podstatným způsobem hospodářskou soutěž narušuje a tyto dohody pak samy o sobě mají negativní dopad na soutěžní prostředí.¹⁶⁷

Situaci kolem stanovených cen Úřad zhodnotil tak, že ze strany společnosti BABY DIREKT zde docházelo k omezování odběratelů zboží takovými cenami, kdy tyto ceny se negativně promítly ve výsledném prodeji zákazníkům. Tito odběratelé neměli možnost takto stanovené ceny snížit ve prospěch zákazníků a tím pádem se ucházet o větší podíl na trhu mezi

¹⁶² Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 30. října 2019, č.j. S0385/2018/KD-29711/2019/820/Lpě.

¹⁶³ Tamtéž, rozhodnutí.

¹⁶⁴ Tamtéž, bod 8 odůvodnění.

¹⁶⁵ Tamtéž, bod 58 odůvodnění a násl.

¹⁶⁶ Tamtéž, bod 61 odůvodnění.

¹⁶⁷ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 30. října 2019, č.j. S0385/2018/KD-29711/2019/820/Lpě., bod 69 odůvodnění.

ostatními soutěžiteli. Dohoda mezi společnostmi BABY DIREKT a odběrateli tak měla za následek umělé udržování vysokých cen.¹⁶⁸

Úřad se dále zabýval možností vynětí dané dohody ze zakázaných dohod na základě jedné z povolených výjimek. Jako první vyloučil možnost aplikace legální výjimky ve smyslu §3 odst. 4 ZOHS¹⁶⁹ a čl. 101 odst. 3 SFEU¹⁷⁰. Nebylo však prokázáno, že by společnost BABY DIREKT zlepšovala výrobu či distribuci zboží a nenaplnila ani žádnou jinou z předvídaných možností.¹⁷¹

Hned ve svém dalším bodě Úřad vyloučil rovněž použití blokové výjimky mající svůj původ v Nařízení. Dle něj je totiž dohoda o určování cen pro další prodej z výhod této blokové výjimky vyjmuta.¹⁷² S ohledem na to, že tyto dohody měly za cíl narušení hospodářské soutěže, nelze uvažovat ani o výjimce de minimis.¹⁷³

V tomto řízení Úřad také ukládal opatření k nápravě, kdy společnosti BABY DIREKT uložil povinnost informovat své odběratele o výsledku soudního řízení, tedy že jí uzavírané dohody byly posouzeny za zakázané, a to ve lhůtě třiceti dnů.¹⁷⁴

Proti tomuto rozhodnutí společnost BABY DIREKT podala v zákonné patnáctidenní lhůtě rozklad. O tomto předseda Úřadu rozhodl dne 29. 12. 2020, a to tak, že rozhodnutí zčásti potvrdil, zčásti změnil.¹⁷⁵ V rozporu s prvostupňovým rozhodnutím zde došlo k posouzení, že uvedené jednání naplnilo podstatu zakázané dohody pouze ve smyslu §3 odst. 1 ZOHS, nikoliv ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU, tedy že unijní přesah zakázaných dohod dán nebyl. Společnost BABY DIREKT v rozkladu přitom odkazovala primárně na nesprávnou aplikaci čl. 101 SFEU a na nesprávné aplikování legální výjimky ze zakázaných dohod, kdy dle ní byla splněna podmínka legitimního cíle jejího jednání, neboť zajišťovala předprodejní servis pro exkluzivní značky, u kterých je to třeba, což mělo přinést výhodu i pro zákazníky.¹⁷⁶

¹⁶⁸ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 30. října 2019, č.j. S0385/2018/KD-29711/2019/820/Lpě., bod 72 odůvodnění.

¹⁶⁹ Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, §3 odst. 4.

¹⁷⁰ Smlouva o fungování Evropské unie ze dne 26. října 2012. Úř. věst. C 326, s. 47 – 390, čl. 101 odst. 3.

¹⁷¹ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 30. října 2019, č.j. S0385/2018/KD-29711/2019/820/Lpě., bod 77 odůvodnění.

¹⁷² Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, článek 4, písm. a).

¹⁷³ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 30. října 2019, č.j. S0385/2018/KD-29711/2019/820/Lpě., bod 90 odůvodnění.

¹⁷⁴ Tamtéž, bod 153 odůvodnění.

¹⁷⁵ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 29. prosince 2020, sp. zn. R0206/2019/HS, č.j. 40442/2020/310/BMA.

¹⁷⁶ Tamtéž, body 11 – 12 odůvodnění.

Aplikace unijních předpisů tedy nebyla na místě, neboť v daném případě nedošlo k porušení čl. 101 odst. 1 SFEU, a to z důvodu, že nedošlo k dostatečnému omezení obchodu mezi členskými státy. Při posuzování legální výjimky však bylo dáno za pravdu Úřadu, neboť pro uplatnění takové výjimky nebyly navrženy dostatečné důkazy, pouze účelová tvrzení.¹⁷⁷ Stejně tak nemohly být naplněny podmínky výjimky de minimis, ani výjimky blokové, neboť z těchto jsou takové dohody vyjmuty.

Pokud bych tedy měla tento případ určitým způsobem shrnout, v daném rozhodnutí se společnost BABY DIREKT dlouhodobě dopouštěla uzavírání zakázaných vertikálních dohod o přímém určování cen k dalšímu prodeji. Její chování nejen že zamezilo cenové konkurenci mezi odběrateli tohoto zboží a tím poškodilo trh, ale také způsobilo vyšší ceny dětského zboží a přímo tak poškodilo rodiny s dětmi.¹⁷⁸ Udržování těchto cen přitom společnost vynucovala sankcemi pro odběratele, kteří se takovému chování nepodrobili. Úřad proto svým rozhodnutím tyto dohody zakázal a spolu s uloženou pokutou také nařídil společnosti BABY DIREKT, aby o této situaci informovala své odběratele.

4.4.2 Srovnání s rozhodnutím Úřadu ve věci Albatros

Zajímavé je srovnání problematiky dohod o určování cen pro další prodej oproti výše uvedenému rozhodnutí ve věci Albatros.¹⁷⁹ Kromě v příslušné kapitole popsaného jednání, kdy společnost Albatros uzavírala zakázané dohody o určování subjektů, kterým bude možno dále zboží prodávat, uzavírala totiž také dohody, které jsou předmětem této kapitoly, tedy dohody o určování cen pro další prodej.¹⁸⁰

V tomto rozhodnutí odběratelé produktů od společnosti Albatros uváděli, že k dodržování stanovených cen nebyli nijak nuceni a takové dodržování ani nebylo ze strany společnosti Albatros kontrolováno. Oproti tomu z kupní smlouvy, která byla uzavřena mezi společnostmi Albatros a Vltava Stores vyplývá, že společností Albatros jí byla určena maximální možná sleva z doporučené ceny, což představuje nepřímé určení ceny pro další prodej a v podstatě tak dochází k určení minimální prodejní ceny pro zákazníky. Pokud by dodavatel toto ujednání porušil, je povinen uhradit sankci v hodnotě kupní ceny zvýšené o 20%.¹⁸¹ Těžko

¹⁷⁷ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 29. prosince 2020, sp. zn. R0206/2019/HS, č.j. 40442/2020/310/BMA, body 121 – 122 odůvodnění.

¹⁷⁸ Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. Předseda ÚOHS potvrdil pokutu za vertikální dohody pro společnost BABY DIREKT [online]. Tiskové oddělení ÚOHS, 5. ledna 2021. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/tiskove-zpravy/hospodarska-soutez/2925-predseda-uohs-potvrdil-pokutu-za-vertikalni-dohody-pro-spolecnost-baby-direkt.html>.

¹⁷⁹ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 15. ledna 2009, č.j. S114/2008/KD-466/2009/830.

¹⁸⁰ Tamtéž, výrok I. rozhodnutí.

¹⁸¹ Tamtéž, bod 102 odůvodnění.

tak lze hovořit o tom, že by ze strany společnosti Albatros nedocházelo k vymáhání těchto závazků.

Toto ujednání však Úřad charakterizoval jakožto přímé určení ceny, respektive v souhrnu s dalšími dohodami o ní hovoří jako o jedné z dohod obsahující toto přímé určení ceny pro další prodej.¹⁸² Dle mého názoru však takový výklad není v souladu s Pokyny, které ve svém 48. bodě konstatují, že stanovení maximální výše slevy se považuje za nepřímé určení takové ceny.¹⁸³

Společnost Albatros dále uzavřela také dohody o přímém určení cen s jinými odběrateli. K těmto se Úřad vymezuje souhrnně tak, že takové dohody představují dohody s tvrdým jádrem a jsou tak závažným typem zakázaných dohod. Úřad má rovněž za prokázané, že tato ujednání nebyla pouhým nezávazným doporučením, neboť docházelo k sankcionování některých odběratelů v případě, kdy závazek nesplňovali.¹⁸⁴

V tomto rozhodnutí tak můžeme pozorovat, že dohody o určování cen nemusí být vždy nápadným stanovením minimální prodejní ceny, ale mohou spočívat i v jiných zakázaných ujednáních, jako jsou například v tomto rozhodnutí uvedené maximální možné slevy z doporučené ceny.

¹⁸² Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 15. ledna 2009, č.j. S114/2008/KD-466/2009/830, bod 102 odůvodnění.

¹⁸³ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 48.

¹⁸⁴ Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 15. ledna 2009, č.j. S114/2008/KD-466/2009/830, bod 103 a násl. odůvodnění.

5. Výjimky z distribučních dohod

Tuto poslední kapitolu bych ráda věnovala samotným výjimkám z distribučních dohod, a to konkrétně z hlediska podmínek pro jejich použití, neboť jsou institutem, se kterým se při své rozhodovací praxi vypořádává každý soutěžní orgán, který je povinen posoudit, zda daná zakázaná dohoda nenaplnila podmínky některé ze zákonem předvídaných výjimek. Vzhledem k tomu, že distribuční dohody řadíme mezi dohody vertikální, budou nás přirozeně zajímat výjimky z vertikálních dohod. Tyto výjimky mohou být různého typu, konkrétně se může jednat o legální výjimky, blokové výjimky či výjimku de minimis. Co se týče postupu při posuzování uplatněných výjimek, nejprve zvažujeme, zda je možné uplatnit pravidlo de minimis, následně zjišťujeme, zda existuje nařízení, které by zavádělo blokovou výjimku, a pokud taková není, zjišťujeme, zda neexistuje výjimka ex lege.¹⁸⁵

5.1 Výjimka ex lege

Ačkoliv by určitá dohoda naplnila podstatu zakázané dohody ve smyslu §3 odst. 1 ZOHS a čl. 101 odst. 1 SFEU, lze jak v případě národní, tak unijní úpravy uvažovat o jejím vyjmutí z takového zákazu. První typ výjimek, tedy legální výjimka, je upravena v §3 odst. 4 ZOHS a čl. 101 odst. 3 SFEU.

Oproti dřívější úpravě již nedochází k udělování tzv. individuálních výjimek, ale dochází k jejich udělení přímo ze zákona za předpokladu splnění zákonem stanovených podmínek. Tyto podmínky, které stanoví zmiňované ustanovení ZOHS a SFEU, je třeba splnit kumulativně. Taková dohoda pak bude ze zákazu vyjmuta od chvíle, kdy bude uzavřena.¹⁸⁶ Při posuzování, zda byly splněny tyto podmínky, můžeme podpůrně vycházet z Oznámení Komise.¹⁸⁷

Významným faktorem pro tyto výjimky je, že jimi stanovené podmínky nepostačuje splnit při uzavření takové dohody, ale musí být splněny po celou dobu jejího působení. Pokud dohoda tyto podmínky přestane splňovat, může být i později prohlášena za zakázanou.¹⁸⁸

Nyní ke zmiňovaným podmínkám. Z obou úprav vycházejí čtyři podmínky, a to:

1. Podmínka racionalizačního efektu

¹⁸⁵ MUNKOVÁ, Jindřiška, KINDL, Jiří. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání. Praha: C.H. Beck, 2009, s. 72.

¹⁸⁶ RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání, Praha: Wolters Kluwer, 2019, s. 136.

¹⁸⁷ Sdělení Komise 2004/C 101/107 ze dne 27. dubna 2004, pokyny k pojmu ovlivnění obchodu obsažené v člancích 81 a 82 Smlouvy.

¹⁸⁸ RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání, Praha: Wolters Kluwer, 2019, s. 136.

Tato podmínka bude považována za splněnou, pokud daná dohoda bude skutečně přinášet určitou výhodu, ať už to bude zlepšení výroby či distribuce (například na selektivní či výhradní dohody by se zákaz vztahovat mohl, je tedy na místě prokázat, čím přispívají), nebo zlepšení ekonomického či technického rozvoje. Pro posouzení této podmínky je tak nutné posoudit, jaká byla situace na trhu před a po uzavření takové dohody. Zároveň je nutné doložit, že tato racionalizace se jeví jako jistá, ne pouze možná. Nejčastěji se pak projevuje v rámci doložených úspor, u kvality produktu, příznivějším dopadem na životní prostředí, nebo ve výhodách, které přináší pro spotřebitele.¹⁸⁹

2. Podmínka přiměřeného podílu spotřebitele

Z této podmínky vyplývá, že dohoda musí být výhodná především pro spotřebitele, respektive nesmí je poškozovat a výhoda plynoucí z první podmínky musí přinášet prospěch také jim. Této podmínce se věnoval například Tribunál v rozhodnutí ve věci Vichy¹⁹⁰, kde v prvostupňovém rozhodnutí Komise neuznala za dostatečnou výhodu pro spotřebitele to, že daná kosmetika bude prodávána jen v lékárnách. Dopad této podmínky je pak takový, že čím více dohoda znemožňuje hospodářskou soutěž, o to více musí být prospěšná spotřebiteli.¹⁹¹

3. Podmínka nezbytnosti

Podmínku nezbytnosti posuzujeme ze dvou hledisek. V rámci prvního posuzujeme, zda je dohoda jako celek opravdu nezbytná pro dosažení zamýšleného výsledku, v rámci druhého pak to, zda jsou nezbytná i jednotlivá omezení, které dohoda stanovuje. Zkoumáme také, zda není k dispozici jiná možnost, která by soutěž nemusela omezit.¹⁹²

4. Podmínka efektivní soutěže

V poslední podmínce, ze které vychází příslušná ustanovení, řešíme, jak se dohodou změnila hospodářská soutěž, přičemž platí, že dohoda nesmí vyloučit soutěž na podstatné části trhu. Toto vyloučení pak posuzujeme v rámci trhu relevantního.¹⁹³ Hodnotíme především jakým způsobem fungovala soutěž před uzavřením dohody a jakým způsobem se tato situace změnila, přičemž v úvahu je nutno brát jak kvalitativní, tak kvantitativní podmínky.¹⁹⁴

¹⁸⁹ RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání, Praha: Wolters Kluwer, 2019, s. 139.

¹⁹⁰ Tribunál: Rozsudek ze dne 27. února 1992, Société d'hygiène dermatologique de Vichy v. Komise Evropských společenství, T – 19/91 (v el. sb. rozh.).

¹⁹¹ RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání, Praha: Wolters Kluwer, 2019, s. 140.

¹⁹² Tamtéž, s. 141.

¹⁹³ Tamtéž, s. 142.

¹⁹⁴ RAUS, David. Zákaz dohod narušujících hospodářskou soutěž a výjimky z tohoto zákazu po poslední novele zákona o ochraně hospodářské soutěže. *Právní rozhledy*, 2009, č. 16, s. 563.

5.2 Výjimka de minimis

Druhým typem možných výjimek z distribučních dohod je výjimka de minimis. Dohody, které její předpoklady naplní, považujeme za bagatelní. Tato výjimka je pak zakotvena v §3 odst. 1 ZOHS, ačkoli v minulosti byla obsažena v rámci samostatného ustanovení, a to dnes již zrušeného, §6 ZOHS. Podpůrně je stanovena i v Oznámení Úřadu.¹⁹⁵ Co se unijní úpravy týče, v SFEU bychom ji hledali marně. Neznamena to však, že by ji evropské soudnictví nevyužívalo. Jak již bylo zmíněno, například v rozhodnutí ve věci Völk¹⁹⁶ je stanoveno, že SDEU z ní rovněž vychází a při posuzování zakázaných dohod ji aplikuje. Podpůrně ji pak zakotvuje ve sdělení Komise¹⁹⁷, tedy pouze v rámci soft law.

ZOHS ji určuje takto: „*Dohody, jejichž dopad na hospodářskou soutěž je zanedbatelný, nejsou považovány za zakázané.*“¹⁹⁸ Ze zmiňovaného Oznámení Úřadu pak vyplývá, že ten má za dohody se zanedbatelným dopadem ve smyslu §3 odst. 1 ZOHS ty, u nichž v případě vertikálních dohod podíl ani jednoho ze soutěžitelů nesmí přesahovat 15% na relevantním trhu. Tato hranice je určena rozdílně pro horizontální a vertikální dohody, pro nás je však podstatná tato patnáctiprocentní hranice.¹⁹⁹ Shodnou hranici uvádí i Komise ve svém Sdělení, konkrétně v bodu 8. V bodu 9. pak uvádí, že v případě pochybností, o jaký typ dohody se jedná, užijeme 10% hranici.²⁰⁰

Pokud tedy účastník nenabude podílu, který by přesahoval uvedenou hranici, nebude se ani v tomto případě jednat o dohodu zakázanou. Toto pravidlo však není možné uplatnit v případě tzv. tvrdého omezení (viz níže). Pokud tedy vyjde najevo, že dohoda tvrdé omezení skutečně obsahuje, není možné vycházet z této výjimky.²⁰¹

V souladu s bodem 10. Sdělení de minimis, lze distribuční dohody, respektive hranice podílů, které jsou stále v normě, snížit na 5%, pokud dochází ke kumulativnímu uzavření trhu. Tímto rozumíme situaci, kdy by dohoda sice sama o sobě zakázaná nebyla, nicméně na trhu se vyskytuje větší počet takových dohod a jsou tak způsobilé ohrozit soutěžní prostředí.²⁰² Pokud

¹⁹⁵ Oznámení Úřadu o dohodách, jejichž dopad na hospodářskou soutěž je zanedbatelný.

¹⁹⁶ Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 9. července 1969, *Franz Völk v. S.P.R.L. Ets J. Vervaecke*, C – 5/69 (v el. sb. rozh.).

¹⁹⁷ Sdělení Komise 2014/C 291/01 ze dne 30. srpna 2014, o dohodách menšího významu, které výrazně neomezují hospodářskou soutěž podle čl. 101 odst. 1 Smlouvy o fungování Evropské unie (sdělení de minimis).

¹⁹⁸ Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, §3 odst. 1.

¹⁹⁹ Oznámení Úřadu o dohodách, jejichž dopad na hospodářskou soutěž je zanedbatelný.

²⁰⁰ Sdělení Komise 2014/C 291/01 ze dne 30. srpna 2014, o dohodách menšího významu, které výrazně neomezují hospodářskou soutěž podle čl. 101 odst. 1 Smlouvy o fungování Evropské unie (sdělení de minimis), bod 8 – 9.

²⁰¹ Tamtéž, bod 13.

²⁰² Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 12. prosince 1967, *SA Brasserie de Haecht v. Consorts Wilkin-Janssen*, C – 23/67 (v el. sb. rozh.).

pak takové dohody pokrývají méně než 30% trhu, nedojde k jeho kumulativnímu uzavření. V bodě 15. je pak změkčovací ustanovení, které nám říká, že zakázané nebudou ani takové dohody, které uvedené hodnoty překročí během dvou navazujících let maximálně o dvě procenta.²⁰³

Výjimka de minimis se tak uplatí pouze u dohod, které splní podmínku hranice tržního podílu, nebude se jednat o dohody, které by obsahovaly tvrdé omezení a zároveň nedojde ke kumulativnímu uzavření trhu.

5.3 Blokové výjimky

Posledním možným typem výjimky, která se může uplatnit v rámci on-line distribuce, je výjimka bloková, která slouží jako doplnění výjimky legální. Co se národní úpravy týče, upravuje ji §4 ZOHS, kde se stanovuje, že zákaz uvedený v §3 ZOHS se neuplatní na dohody, které nemají vliv na obchod v EU dle čl. 101 SFEU, ale splňují kritéria dalších podmínek pro blokové výjimky dle čl. 103 odst. 1 SFEU k provedení čl. 101 odst. 3 SFEU pomocí nařízení Komise či Rady, případně výjimkou pro zemědělství. V odstavci druhém se pak stanoví, že blokové výjimky mohou být rozšířeny o další, takové, které přinesou převážnou výhodu, a to primárně pro spotřebitele. V odstavci třetím je pak zakotvena možnost odejmutí této výjimky v případech, kdy dohoda přestane splňovat kritéria dle §3 odst. 4 ZOHS²⁰⁴ a čl. 101 odst. 3 SFEU²⁰⁵, tedy kritéria legálních výjimek.

Z národní i unijní úpravy tedy vyplývá, že blokové výjimky provádí nařízení, která budou přijata na základě výše uvedených ustanovení. Jednou z nejznámějších blokových výjimek je Nařízení Komise č. 330/2010.²⁰⁶ Tyto obecné výjimky pak použijeme pro případy zakázaných dohod dle čl. 101 odst. 1 SFEU i §3 odst. 1 ZOHS, tedy ačkoli se jedná o výjimky sloužící k provedení čl. 101 odst. 3 SFEU a v případě národní úpravy chybí existence unijního prvku, blokové výjimky využijeme i zde. Tyto pak ZOHS označuje za „unijní blokové výjimky.“ V případě, kdy by byla bloková výjimka vydána až po účinnosti SFEU, byla by taková přijata na základě čl. 103 odst. 1 k provedení čl. 101 odst. 3 SFEU.²⁰⁷

²⁰³ Sdělení Komise 2014/C 291/01 ze dne 30. srpna 2014, o dohodách menšího významu, které výrazně neomezují hospodářskou soutěž podle čl. 101 odst. 1 Smlouvy o fungování Evropské unie (sdělení de minimis), body 10 – 11.

²⁰⁴ Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů, §3 odst. 4.

²⁰⁵ Smlouva o fungování Evropské unie ze dne 26. října 2012. Úř. věst. C 326, s. 47 – 390, čl. 101 odst. 3 SFEU.

²⁰⁶ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7.

²⁰⁷ RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání, Praha: Wolters Kluwer, 2019, s. 146.

Ačkoli pro distribuční dohody má největší význam nařízení č. 330/2010, není jedinou blokovou výjimkou. Příkladem dalších může být nařízení Komise č. 1218/2010 pro dohody o specializaci, nařízení Komise č. 1217/2010 pro dohody o výzkumu, nařízení Komise č. 267/2010 pro dohody v oblasti pojišťovnictví či nařízení Komise č. 461/2010 pro oblast motorových vozidel.

Když se podíváme blíže do on-line sektoru, zde může dodavatel, který prodává své výrobky on-line formou, vyžadovat jistý standard kvality při obchodování v tomto prostředí, a to právě na základě blokové výjimky. Nejčastěji se tento jev projevuje v systému selektivní distribuce. Na základě takové blokové výjimky pak může dodavatel stanovit podmínku, že distributoři musí mít k dispozici alespoň jeden kamenný obchod, aby tak udržel provoz a zajistil kvalitní poskytování svých služeb. Taková výjimka však nesmí nikdy přímo či nepřímo omezovat on-line prodej.²⁰⁸

5.3.1 Podmínky Nařízení Komise č. 330/2010

Jak jsem zmiňovala, nejvýznamnější výjimkou pro on-line distribuci a distribuční dohody obecně je bezesporu toto Nařízení. Z toho důvodu bych se k němu ráda vrátila a tuto práci uzavřela nikoli jen z pohledu revidovaného Nařízení a změn s ním spojených, ale také z hlediska použitelnosti Nařízení jakožto významného typu blokové výjimky. To pak ve svých článcích stanovuje podmínky pro užití takovéto blokové výjimky.

Toto Nařízení obsahuje tři významné prvky pro oblast vertikálních dohod. Za prvé, vytváří bezpečný přístav pro tyto dohody, tzv. safe harbour pro vertikální omezení nedosahující 30% hranice tržního podílu. Za druhé, ve svém čl. 4 uvádí seznam tvrdých omezení, což je patrně i částí nejdůležitější. Za třetí, ve svém čl. 5 vytváří seznam vyloučených omezení, přičemž však platí, že pokud určitá dohoda bude takové omezení obsahovat, nebrání to použití této blokové výjimky na zbytek takové dohody.²⁰⁹

Čl. 2 tohoto Nařízení pak uvádí, na které dohody konkrétně se bude tato blokovaná výjimka vztahovat, respektive na které vertikální dohody nebude zákaz stanovený v čl. 101 odst. 1 SFEU použitelný. Výjimka se dle něj bude vztahovat na vertikální dohody, které byly uzavřeny mezi sdružením podniků či sdružením a dodavateli, za předpokladu, že se bude jednat o maloobchodníky a nikdo z členů sdružení nebude mít roční obrat přes 50 milionů eur. Dále se výjimka bude vztahovat na vertikální dohody týkající se práv duševního vlastnictví, přesněji dispozice s jejich předmětem, pokud ustanovení, které se jich týká, nebude hlavním předmětem

²⁰⁸ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 54.

²⁰⁹ FAULL, Jonathan, NIKPAY, Ali. *The EU Law of Competition*. 3rd ed., Oxford: Oxford University Press, 2014, s. 1373.

dohody a nebude obsahovat takové jiné omezení soutěže, které by nebylo předmětem tohoto Nařízení.²¹⁰

V dalším bodě pak Nařízení určuje, na které vertikální dohody se výjimka nevztahuje, tedy takové, které byly uzavřeny mezi soutěžícími podniky. Použita však má být v případě, kdy mezi sebou takové podniky uzavřou smlouvu nerekiproční, kde dodavatel bude výrobcem i distributorem a kupující rovněž distributorem, který nebude soutěžícím podnikem, nebo v případě, kdy dodavatel bude poskytovat služby na několika úrovních, zatímco kupující je bude poskytovat pouze na úrovni maloobchodní a na této nebude soutěžícím podnikem.²¹¹

Nařízení tak poskytuje výjimku pro vertikální dohody, které mohou přispět například pomocí výrobcí, který se snaží vstoupit na nový trh, nebo umožnit dodavatelům snížit cenu investic u některých zákazníků.²¹²

Aby se však pro konkrétní dohodu výjimka skutečně uplatnila, musí splnit jisté požadavky. Tyto bych zde ráda rozebrala. Jsou jimi:

1. Absence tvrdých omezení

Tvrdá omezení upravuje čl. 4 předmětného Nařízení. Stanovuje konkrétně pět omezení, která vedou k tomu, že se výjimka nevztáhne na vertikální dohodu, která takové omezení bude obsahovat, a to ani v případě, kdy tržní podíly dodavatele a kupujícího nepřesáhnou 30 %. Tato omezení jsou považována za závažná, neboť je zde vysoké riziko poškození spotřebitelů a tyto dohody tak s největší pravděpodobností nenaplní kritéria pro udělení výjimky.²¹³ Mezi tato omezení patří:

- a) Zákaz stanovení pevné nebo minimální ceny ze strany dodavatele, za kterou distributoři mohou výrobky dále prodávat. Je však povoleno cenu doporučit.
- b) Zákaz rozdělování trhu podle území nebo zákazníků, distributor se má svobodně rozhodnout, jak bude nakládat se svými výrobky. Z tohoto omezení však existují výjimky, a to například k využívání systému selektivní distribuce či výhradní distribuce. U výhradní distribuce se pak jedná o omezení aktivního prodeje na výhradním území či pro výhradní skupinu zákazníků.

²¹⁰ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, čl. 2 body 1 – 3.

²¹¹ Tamtéž, čl. 2 bod 4.

²¹² EUR-Lex. *Výjimka pro vertikální dohody o dodávkách a distribuci* [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?qid=1587206197278&uri=LEGISSUM:cc0006>.

²¹³ Tamtéž.

- c) Zákaz omezování distributorů, jež jsou členy selektivní distribuce v rozhodnutí, kterým uživatelům mohou výrobky prodávat, ve smyslu omezení aktivního či pasivního prodeje těmto uživatelům.
- d) Zákaz takového omezení členů selektivní distribuce, kdy by neměli v rámci distribuční sítě umožněno prodávat či nakupovat zboží od jiných členů selektivní distribuce.
- e) Zákaz týkající se náhradních dílů, kdy dohoda mezi výrobcem dílů a osobou, která díly používá ve svých výrobcích, nesmí bránit jejich prodeji uživatelům a jiným osobám.²¹⁴

Případem takového tvrdého omezení v rámci on-line distribuce může být například situace, kdy distributor, který výrobky plánuje uvádět na trh skrz on-line distribuci, bude za tyto výrobky platit vyšší cenu než za tytéž výrobky, pokud by je plánoval distribuovat off-line a taková dohoda by byla považována za zakázanou.

Teoreticky však i zde může dojít k udělení výjimky ve smyslu čl. 101 odst. 3 SFEU, a to v případě, kdy se distributor a výrobce dohodnou na takovýchto dvojích cenách, neboť on-line prodej by znamenal vyšší náklady než prodej obyčejný. Taková odůvodněná potřeba vyšších nákladů může pramenit z faktu, že při klasickém prodeji má distributor lepší kontrolu nad výrobkem. Ví totiž jak výrobek uvést do provozu, jak ho u zákazníka zprovoznit tak, aby fungoval v tom nejlepším pořádku. Tuto možnost on-line distributor nemá. Špatné uvedení do provozu se pak může zobrazit ve vyšším počtu reklamací a následném úpadku zisku.²¹⁵

Dalšími případy tvrdého omezení pasivního prodeje bude situace, kdy strany uzavřou takovou dohodu, aby distributor omezil počet produktů, které bude prodávat on-line cestou. Tvrdým omezením však nebude, když výrobce bude požadovat, aby distributor prodával alespoň část produktů klasickou formou, aby tím zajistil provoz své kamenné provozovny.²¹⁶

2. Prahová hodnota tržního podílu nepřesahující hranici 30%

Aby se toto Nařízení mohlo uplatnit na konkrétní distribuční dohodu, dodavatel ani odběratel dále nesmí mít takový tržní podíl, který by přesáhl hranici 30%. Tato hodnota nás však zajímá pouze v případě, kdy dohoda neobsahuje jedno z tvrdých omezení a zároveň dotčené ustanovení nebude spadat do kategorie vyloučených omezení. U dodavatele je rozhodující jeho podíl na trhu, na kterém on sám prodává zboží. U odběratele je pak rozhodující jeho tržní podíl na trhu, na kterém zboží nakupuje.²¹⁷

²¹⁴ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, čl. 4.

²¹⁵ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 64.

²¹⁶ Tamtéž, bod 52.

²¹⁷ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, čl. 3.

Z Pokynů k vertikálním omezením však můžeme dovodit, že i když tržní podíl bude přesahovat tuto hodnotu, neznamená to automaticky, že by se vytvořila domněnka nezákonnosti. Uvedená hodnota je zde z toho důvodu, aby bylo možné odlišit dohody, které budou moci využít domněnky zákonnosti a těch, ke kterým bude třeba přistupovat a posuzovat je individuálně. Tomu, jak bude prahová hodnota vypočítána, se věnují opět zmíněné Pokyny v bodu 87 a násl.²¹⁸

3. Zvláštní podmínky vyloučených omezení

Vyloučená omezení nalezneme v čl. 5 Nařízení. Pro ně jsou stanoveny zvláštní podmínky, které pokud nejsou splněny, vedou k nemožnosti použití výjimky. Mezi tyto podmínky patří zákaz soutěžit během doby trvání dohody, pokud je takový zákaz dán neomezeně, nebo na dobu delší než 5 let. Dále pak zákaz soutěžit po vypršení dohody a zákaz vyloučení určitých značek ze systému selektivní distribuce.²¹⁹

Pokud tyto podmínky nebudou splněny, nelze využít výhod blokové výjimky pro danou dohodu ani v případě, že hodnota tržního podílu nebyla překročena. Vyloučena však nebude celá dohoda, ale pouze dané ustanovení, pokud je lze od sebe oddělit.²²⁰

Vyloučená omezení jsou dále podrobněji popsána v Pokynech, kdy omezení v bodě 1. se týká zakazu soutěžit, pokud takový zákaz trvá neomezeně či déle než pět let. Omezení v bodě 2. se dle nich využívá zpravidla v situacích, kdy je nutné k ochraně know-how, které získal kupující a týká se prodeje v místě, které kupující využíval. Takový zákaz pak nemá trvat déle než jeden rok. Konečně omezení v bodě 3. se týká selektivní distribuce, konkrétně prodeje konkurenčního zboží, kdy se má zamezit tomu, aby dodavatelé znemožňovali konkurenčnímu podniku fungování na trhu.²²¹

Pokud distribuční dohoda, která by byla považována za zakázanou, nenaplní podmínky stanovené v čl. 101 odst. 3 SFEU, je na místě řízení o odejmutí blokové výjimky. Během řízení musí Komise prokázat, že dohoda je skutečně zakázaná ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU a že nespĺňuje minimálně jednu podmínku stanovenou v odst. 3. Případné rozhodnutí o odnětí této výjimky má účinky ex nunc, výjimka by tak byla v platnosti až do doby, než bude platné rozhodnutí o jejím odnětí.

²¹⁸ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 23, 87.

²¹⁹ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, čl. 5.

²²⁰ RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání, Praha: Wolters Kluwer, 2019, s. 148.

²²¹ Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 65 a násl.

K porušení podmínek vyplývajících z čl. 101 odst. 3 SFEU bude zpravidla docházet při omezení přístupu na trh podstatným způsobem, nebo v případě, kdy je podstatně omezena soutěž na tomto trhu z důvodu kumulativního účinku podobných dohod. Tyto jsou podobné, pokud obsahují takové opatření, které má podobné účinky na trh. Příkladem tohoto jevu může být selektivní distribuce, kdy někteří distributoři využívají systém čistě kvalitativní, jiní zase kvantitativní.²²²

Z čl. 6 Nařízení vychází i jiná možnost nepoužití blokové výjimky. Na jeho základě může Komise rozhodnout o nepoužití Nařízení pro paralelní sítě podobných dohod, a to za předpokladu, že by pokrývaly více než 50% relevantního trhu.²²³

²²² Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením, bod 74 a násl.

²²³ Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7, čl. 6.

Závěr

Ve své diplomové práci jsem se zabývala vymezením zakázaných dohod v oblasti on-line distribuce. V souladu s kladenými otázkami jsem chtěla vymežit specifika on-line prostoru, jakožto distribučního kanálu, poukázat na jeho odchylky od běžné distribuce, a naopak zmínit i body, ve kterých se shodují. Dále jsem se snažila objasnit, jakým způsobem se promítá on-line distribuce do systému selektivní distribuce, kdy bude možné z důvodu uplatňování selektivních kritérií internetový prodejní kanál vyloučit a kdy takové vyloučení naopak bude představovat zakázanou dohodu ve smyslu čl. 101 odst. 1 SFEU a §3 odst. 1 ZOHS.

Na tyto otázky nám dává odpověď primárně judikatura soutěžních orgánů a unijní právní předpisy. Významnou oporou této práce je proto revidované znění nařízení Komise č. 330/2010 o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, které má vstoupit v platnost 1. 6. 2022.²²⁴ Toto nařízení totiž nepochybně přináší spoustu významných změn pro tuto oblast.

Selektivní distribuce v on-line prostředí si stále ještě hledá své místo, neboť již ze své povahy on-line prostor nemůže být schopen naplnit všechna kritéria, která mohou být vyžadovaná pro distribuci daného zboží. Podstatné však je, aby nedocházelo k bezdůvodnému vylučování internetového distribučního kanálu, respektive aby každé omezení, které bude z důvodu selektivních kritérií nutné, představovalo objektivně odůvodnitelný a legitimní požadavek pro takové omezení a aby takto aplikovaná kritéria nebyla diskriminační.

Mezi dominantní specifika on-line prostoru se řadí rychlost šíření informací v takovémto prostředí a s tím spojená snazší dostupnost tohoto trhu. V souladu s kapitolou čtvrtou, ve které se tímto vymezením zabývám, se zde dále řadí také větší riziko zneužití citlivých informací či daleko širší dosah, přesněji řečeno schopnost oslovit větší počet zákazníků.

Mojí poslední výzkumnou otázkou bylo, jaké možné výjimky se mohou uplatňovat při on-line distribuci zboží. Na tuto otázku odpovídá pátá kapitola této práce, která stanovuje, že na oblast on-line distribuce zboží se vztahuje výjimka legální, výjimka de minimis a v neposlední řadě blokové výjimky. Právě blokové výjimky představují v souvislosti s nařízením Komise č. 330/2010, respektive s jeho revidovaným zněním, nejvýznamnější typ výjimek pro tuto oblast, kdy toto znění má aktualizovat tuto blokovou výjimku s ohledem na on-line dohody. Aby se však bloková výjimka na dohodu mohla uplatnit, nesmí docházet

²²⁴ Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě.

k zamezování užívání internetu jakožto distribučního kanálu, stejně tak jako nesmí docházet k jakémukoliv znevýhodňování zákazníků, pokud se rozhodnou pro tento typ distribuce.²²⁵

Prvním cílem této diplomové práce bylo určit, jaké výhody a nevýhody přináší on-line distribuce v porovnání s distribucí klasickou. Na toto jsem se snažila poukázat při vymezení specifík on-line distribuce a stanovování, která tato specifika můžeme pokládat za výhody a která mohou trhu naopak škodit. Dalším cílem této diplomové práce bylo zjistit, jakou úlohu v této oblasti sehrává selektivní distribuce a jakým způsobem by v internetovém prostředí mohla fungovat. Toto jsem usuzovala primárně z judikatury, která je na toto téma poměrně rozsáhlá a lze tak vidět, že on-line distribuce zde skutečně má své místo. Mým posledním cílem bylo zaměřit se na oblast výjimek ze zakázaných dohod v této oblasti a určit, které výjimky pro tuto oblast budou relevantní a zda existuje nějaká konkrétní úprava, která by se zabývala čistě touto oblastí. Tohoto jsem se snažila dosáhnout skrze rozbor jednotlivých typů výjimek a řešerší aktualit s nimi spojených.

Na úplný závěr bych již jen zmínila, že oblast on-line distribuce se jistě v budoucnosti dočká dalších zajímavých rozhodnutí, díky kterým se bude moct dále rozvíjet a postavení internetových soutěžitelů tak bude čím dál jasnější, neboť v této oblasti se nachází stále velké množství otazníků.

²²⁵ Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, body 13 – 14.

Seznam použitých zdrojů

Monografie

1. FAULL, Jonathan, NIKPAY, Ali. *The EU Law of Competition*. 3rd ed., Oxford: Oxford University Press, 2014, 2368 s.
2. BAILEY, David, ROSE, Vivien. *European Union Law of Competition*. 7th ed., Oxford: Oxford University Press, 2013, 1431 s.
3. WHISH, Richard. *Competition law*. 5th ed., United Kingdom: LexisNexis, 2003, 1097 s.
4. BEJČEK, Josef a kol. *Competition Law in the Czech Republic*. Netherlands: Kluwer Law International, 2015, 230 s.
5. PETR, Michal a kol. *Zakázané dohody a zneužívání dominantního postavení v ČR*. Praha: C.H. Beck, 2010, 608 s.
6. KINDL, Jiří. *Kartelové a distribuční dohody. Teorie a praxe*. Praha: C.H. Beck, 2009, 323 s.

Internetové zdroje

1. MAVROGHENIS, Stephen, PRODRMOU, Zena. *European Union: Restrictions of Online Sales* [online]. globalcompetitionreview.com, 7. prosince 2021 [cit. 10. března 2022]. Dostupné z: <https://globalcompetitionreview.com/guide/digital-markets-guide/first-edition/article/european-union-restrictions-of-online-sales>.
2. TRICKER, Mark, TOWN, Amanda. *Can brand owners control internet sales and remain compliant with competition law?* [online]. nortonrosefulbright.com, červenec 2017 [cit. 15. března 2022]. Dostupné z: <https://www.nortonrosefulbright.com/en-ug/knowledge/publications/f960ee98/can-brand-owners-control-internet-sales-and-remain-compliant-with-competition-law>.
3. HARNESS, Jill. *What Is a Distribution Agreement?* [online]. bizfluent.com, 31. října 2019 [cit. 1. března 2022]. Dostupné z: <https://bizfluent.com/about-6642322-distribution-agreement-definition.html>.
4. JUNG, Nelson. *European Union – Restrictions of Online Sales, including Geo-blocking and Geo-filtering* [online]. globalcompetitionreview.com, 7. prosince 2018 [cit. 15. března 2022]. Dostupné z: <https://globalcompetitionreview.com/guide/e-commerce-competition-enforcement-guide/e-commerce-competition-enforcement-guide/article/european-union-restrictions-of-online-sales-including-geo-blocking-and-geo-filtering>.

5. KUIPERS, Pauline a kol. *The EU Commission publishes its draft VBER – A new blueprint for distribution in the EU* [online]. twobirds.com, 17. srpna 2021 [cit. 24. února 2022]. Dostupné z: <https://www.twobirds.com/en/insights/2021/global/the-eu-commission-publishes-its-draft-vber>.
6. Distribution Law Center. *Distribution Law Center Countdown XII - Active sales restrictions (Exclusivity condition)* [online]. distributionlawcenter.com, 8. března 2022 [cit. 25. března 2022]. Dostupné z: <https://distributionlawcenter.com/news-analysis/distribution-law-center-countdown-xii-active-sales-restrictions-exclusivity-condition>.
7. LÍNEK, David. *Nová pravidla blokových výjimek pro vertikální dohody* [online]. pravniciradce.ekonom.cz, 9. listopadu 2021 [cit. 8. ledna 2022]. Dostupné z: <https://pravniciradce.ekonom.cz/c1-66995140-nova-pravidla-blokovych-vyjimek-pro-vertikalni-dohody>.
8. DONATHOVÁ, Barbora. *Soutěžně-právní aspekty selektivní distribuce v módním průmyslu* [online]. pravni prostor.cz, 6. listopadu 2017 [cit. 24. dubna 2021]. Dostupné z: <https://www.pравниprostor.cz/clanky/obchodni-pravo/soutezne-pravni-aspekty-selektivni-distribuce-v-modnim-prumyslu>.
9. OXYSHOP. *Změny v legislativě: 7 paragrafů v oblasti e-commerce* [online]. oxyshop.cz, 1. června 2021 [cit. 2. března 2022]. Dostupné z: <https://www.oxyshop.cz/blog/zmeny-v-legislative-7-paragrafu-v-oblasti-e-commerce.html>.

Odborné časopisy

1. ZELGER, Bernadette. Restrictions of online sales and vertical agreements: Bundeskartellamt vs. Commission? Why Coty and Asics are compatible. *European Competition Journal*, 2018, č. 14, s. 445 – 461.
2. AKHTAR, Zia. Anti-Competitive Effects of Vertical Restraints: EU Guidelines and Impact on Online Distribution Networks. *CoRe*, 2018, č. 2, s. 24 – 35.
3. PETR, Michal. Cenové algoritmy a odpovědnost za porušení soutěžního práva. *Právní rozhledy*, 2020, č. 3, s. 83.
4. RAUS, David. Zákaz dohod narušujících hospodářskou soutěž a výjimky z tohoto zákazu po poslední novele zákona o ochraně hospodářské soutěže. *Právní rozhledy*, 2009, č. 16, s. 563.
5. BEJČEK, Josef. Praktické problémy distribučních dohod. *Právní rozhledy*, 2011, č. 18, s. 643.

6. FIALA, Tomáš. Selektivní distribuční systém a soutěžní právo Evropské unie. *Časopis pro právní vědu a praxi*, 1997, č. 2, s. 246 – 249.

Judikatura

1. Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 18. listopadu 2021, *SIA „Visma Enterprise” v. Konkurences padome*, C – 306/20 (v el. sb. rozh.).
2. Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 13. října 2011, *Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l’Autorité de la concurrence a Ministre de l’Économie, de l’Industrie et de l’Emploi*, C – 439/09 (v el. sb. rozh.).
3. Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 25. října 1983, *Allgemeine Elekicitats – Gesellschaft AEG-Telefunken AG v Commission of the European communities*, C – 107/82 (v el. sb. rozh.).
4. Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 6. prosince 2017, *Coty Germany GmbH v. Parfümerie Akzente GmbH*, C – 230/16 (v el. sb. rozh.).
5. Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 9. prosince 2020, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, C-132/19 P (v el. sb. rozh.).
6. Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 4. října 2011, *Football Association Premier League Ltd a další v. QC Leisure*, C-403/08 (v el. sb. rozh.).
7. Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 9. července 1969, *Franz Völk v. S.P.R.L. Ets J. Vervaecke*, C – 5/69 (v el. sb. rozh.).
8. Soudní dvůr EU: Rozsudek ze dne 12. prosince 1967, *SA Brasserie de Haecht v. Consorts Wilkin – Janssen*, C – 23/67 (v el. sb. rozh.).
9. Tribunál: Rozsudek ze dne 12. prosince 2018, *Groupe Canal + v. Evropská komise*, T – 873/16 (v el. sb. rozh.).
10. Tribunál: Rozsudek ze dne 27. února 1992, *Société d’hygiène dermatologique de Vichy v. Komise Evropských společenství*, T – 19/91 (v el. sb. rozh.).
11. Nejvyšší správní soud: Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 12. července 2021, sp. zn. 4 As 349/2020 – 63 (č. 4237/2021 Sb. NSS).
12. Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 15. ledna 2009, č.j. S114/2008/KD – 466/2009/830.
13. Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 30. října 2019, č.j. S0385/2018/KD – 29711/2019/820/Lpě.
14. Rozhodnutí Úřadu pro ochranu hospodářské soutěže ze dne 29. prosince 2020, sp. zn. R0206/2019/HS, č.j. 40442/2020/310/BMA.

15. Rozhodnutí Komise ze dne 26. července 2016, přeshraniční přístup k placenému televiznímu vysílání, věc AT. 40023.

16. Stanovisko generálního advokáta Jána Mazáka ze dne 3. března 2011 k věci C – 439/09.

Právní předpisy

1. Zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže a o změně některých zákonů (o ochraně hospodářské soutěže), ve znění pozdějších předpisů.
2. Smlouva o fungování Evropské unie ze dne 26. října 2012. Úř. věst. C 326, s. 47 – 390.
3. Nařízení Komise 2010/330 ze dne 20. dubna 2010, o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě. Úř. věst. L 102, 23. dubna 2010, s. 1 – 7.
4. Nařízení Evropského parlamentu a Rady 2019/1150 ze dne 20. června 2019, o podpoře spravedlnosti a transparentnosti pro podnikatelské uživatele online zprostředkovatelských služeb. Úř. věst. L 186, 11. července 2019, s. 57 – 69.
5. Nařízení Rady 2003/1 ze dne 16. prosince 2002, o provádění pravidel hospodářské soutěže stanovených v člancích 81 a 82 Smlouvy. Úř. věst. L 001, 4. ledna 2003, s. 1 a násl.
6. Návrh revidovaného znění nařízení Komise 2010/330 ze dne 9. července 2021, o použití SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě.
7. Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady 2020/0374 ze dne 15. prosince 2020, o spravedlivých trzích otevřených hospodářské soutěži v digitálním odvětví.
8. Sdělení Komise 2010/C 130/01 ze dne 19. května 2010, pokyny k vertikálním omezením.
9. Sdělení Komise 2014/C 291/01 ze dne 30. srpna 2014, o dohodách menšího významu, které výrazně neomezují hospodářskou soutěž podle čl. 101 odst. 1 Smlouvy o fungování Evropské unie (sdělení de minimis).
10. Sdělení Komise 2004/C 101/107 ze dne 27. dubna 2004, pokyny k pojmu ovlivnění obchodu obsažené v člancích 81 a 82 Smlouvy.
11. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2019/770 ze dne 20. května 2019, o některých aspektech smluv o poskytování digitálního obsahu a digitálních služeb. Úř. věst. L 136, 22. května 2019, s. 1 – 27.
12. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2019/771 ze dne 20. května 2019, o některých aspektech smluv o prodeji zboží. Úř. věst. L 136, 22. května 2019, s. 28.
13. Oznámení Úřadu o dohodách, jejichž dopad na hospodářskou soutěž je zanedbatelný.

Komentáře

1. RAUS, David, ORŠULOVÁ, Andrea. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání, Praha: Wolters Kluwer, 2019, 680 s.
2. MUNKOVÁ, Jindřiška, KINDL, Jiří. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 3. vydání. Praha: C.H. Beck, 2016, 864 s.
3. MUNKOVÁ, Jindřiška, KINDL, Jiří. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. 2. vydání. Praha: C.H. Beck, 2009, 470 s.
4. MUNKOVÁ, Jindřiška, KINDL, Jiří. *Zákon o ochraně hospodářské soutěže. Komentář*. Praha: C.H. Beck, 2007, 428 s.

Ostatní

1. Authority for Consumers and Markets. *Guidelines Arrangements between suppliers and buyers* [online]. Haag: Authority for Consumers and Markets, 2019. Dostupné z: <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/2019-07/guidelines-regarding-arrangements-between-suppliers-and-buyers.pdf>.
2. European Commission. *Expert report on the review of the Vertical Block Exemption Regulation*. [online]. Publications Office of the European Union, 2021. Dostupné z: https://ec.europa.eu/competition-policy/system/files/2021-06/kd0921156enn_VBER_online_sales.pdf.
3. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. *Společnosti Albatros byla za vertikální kartel uložena pokuta 313 tisíc korun* [online]. Tiskové oddělení ÚOHS, 22. ledna 2009. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/tiskove-zpravy/hospodarska-soutez/850-spolecnosti-albatros-byla-za-vertikalni-kartel-ulozena-pokuta-31.html>.
4. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. *Předseda ÚOHS potvrdil pokutu za vertikální dohody pro společnost BABY DIREKT* [online]. Tiskové oddělení ÚOHS, 5. ledna 2021. Dostupné z: <https://www.uohs.cz/cs/informacni-centrum/tiskove-zpravy/hospodarska-soutez/2925-predseda-uohs-potvrdil-pokutu-za-vertikalni-dohody-pro-spolecnost-baby-direkt.html>.
5. Evropská Komise. *Komise zasílá prohlášení o námitkách společnosti Amazon za použití neveřejných údajů nezávislých prodejců a zahajuje druhé vyšetřování v oblasti e-commerce* [online]. Tiskové oddělení Evropské Komise, 10. listopadu 2020. Dostupné z: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2077.
6. Evropská Komise. *Pravidla hospodářské soutěže pro dodavatelské a distribuční dohody* [online]. Lucembursko: Úřad pro publikace Evropské unie, 2012. Dostupné z:

http://publications.europa.eu/resource/ellar/c06dce20-7a0f-4611-b767-db9a5aa77f2c.0014.02/DOC_1.

7. Is.muni.cz. *Distribuce* [online]. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/econ/jaro2006/PHMARI/um/Distribuce_K12.pdf.
8. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže. *Dohody o určování cen pro další prodej* [online]. Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, květen 2009. Dostupné z: file:///C:/Users/42072/Downloads/infolist_2009_02_RPM.pdf.
9. EUR-Lex. *Výjimka pro vertikální dohody o dodávkách a distribuci* [online]. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?qid=1587206197278&uri=LEGISSUM:cc0006>.

Abstrakt

Tématem této diplomové práce jsou zakázané distribuční dohody uzavírané v on-line prostoru. Ve své první kapitole se práce zabývá vymezením distribučních dohod obecně. Následující kapitola je věnována revidovanému nařízení č. 330/2010 o použití čl. 101 odst. 3 SFEU na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě, které je jedním z nejdůležitějších bodů této práce. V této kapitole je rovněž vymezena aktivní a pasivní forma distribuce, a to i s ohledem na změny, které v těchto institutech vyvolává revidované nařízení. Další, třetí kapitola, se zabývá selektivní distribucí a jejími projevy v oblasti on-line distribuce. Čtvrtá kapitola se zaměřuje na specifické problémy, které vyvstávají v oblasti on-line distribuce a demonstruje jejich dopady na soutěžní trh na konkrétních rozhodnutích. Dále jsou zde řešeny povolené a zakázané typy ujednání v systému on-line distribuce a v neposlední řadě postavení e-shopů v rámci soutěžního prostředí. Pátá a poslední kapitola se zabývá samotnými výjimkami z distribučních dohod, které jsou zde vymezeny a současně jsou zde upraveny podmínky pro jejich uplatnění.

Klíčová slova

Distribuční dohoda, on-line distribuce, zakázaná dohoda, vertikální dohoda, aktivní distribuce, pasivní distribuce, soutěžní právo, selektivní distribuce

Abstract

The topic of this diploma thesis is cartel distribution agreements concluded in the on-line area. In its first chapter the thesis deals with defining the distribution agreements in general. Next chapter is devoted to the revised regulation No 330/2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices, which is one of the most important points of this work. In this chapter is also defined the active and passive form of distribution, with regards to the changes that revised regulation evokes in these institutes. The next, third chapter, deals with selective distribution and its manifestations in the area of on-line distribution. The fourth chapter focuses on the specific problems that arise in the area of on-line distribution and demonstrates their impact on the competitive market in concrete decisions. This thesis then deals with permitted and prohibited types of arrangements in the on-line distribution system and last but not least it deals with the position of e-shops within the competitive area. The fifth and last chapter deals with the exceptions from the distribution agreements, which are also defined here and at the same time conditions for their application are regulated here.

Key words

Distribution agreement, on-line distribution, cartel agreement, vertical agreement, active distribution, passive distribution, competition law, selective distribution