

Reklama mezi paragrafy

Ve společnosti založené na tržní ekonomice, na spotřebě, má velmi silné postavení reklama. Ovlivňuje prodej a zisky, vypovídá o postavení firmy, dotváří její image. S rozvojem reklamy dochází v této specifické „branži“ k nechtěným i záměrným přehmatům, které mohou lehce skončit u soudu.



Neoprávněné použití počítačových programů je častým příkladem porušení autorských práv

Autorskému právu, regulaci reklamy, právu mediálnímu, právu ochrany proti nekalé soutěži, obchodnímu právu závazkovému a zajištění známkoprávní ochrany obchodních společností se věnuje Consulto, kancelář spolupracujících samostatných advokátů se sídlem v Praze. Advokátku **Mgr. Moniku Bucharovou** jsme požádali o odpovědi na následující otázky.

Co je předmětem řešení právních sporů, s nimiž se na vaší advokátní kancelář obrazejí postížené subjekty?

V oblasti reklamy a médií skutečně řešíme širokou škálu problémů. Jedná se o porušování autorského práva (neoprávněné užití autorských děl včetně počítačových programů), šíření nevyžádané reklamy například e-mailem nebo letáky a zákonem zakázané reklamy (klamavá reklama) či reklamy na

určité komodity – například na tabákové výrobky, alkohol, humánní léčivé přípravky, střelné zbraně a podobně. Reklamy tohoto typu lze šířit nebo umístit s určitými omezeními.

V jakých komunikačních kanálech dochází nejčastěji k porušení práv fyzických a právnických osob?

V současné době se jedná, nikoli však výlučně, o internet. Internetové stránky jako celek mohou být za předpokladu splnění pojmových znaků autorského díla chráněny autorským zákonem. Vedle autorsko-právní ochrany internetových stránek jako celku mohou být chráněny i jednotlivé části jejich obsahu, tedy díla na internetových stránkách publikovaná a díla, která internetové stránky utvářejí, především fotografie, texty, hudba. Rovněž internetová doména

– doménové jméno může být chráněno buď jako ochranná známka, nebo jako obchodní jméno. Samotná registrace doménového jména ochranu nezakládá, z tohoto důvodu doporučujeme klientům rovněž zapsat doménové jméno stránek jako ochrannou známku.

Jakou máte zkušenost s reklamními agenturami, respektive s jejich znalostí a dodržováním mediálního práva při tvorbě reklamních prezentací?

Právní vědomí zadavatelů, zpracovatelů a šířitelů reklamy se podle mého názoru rok od roku zlepšuje. O ideálním stavu se ještě rozhodně hovořit nedá. Agentury někdy podceňují složitost této oblasti, využívají „vzorů“ smluv a poté je nesprávně aplikují. Zdůrazňuji, že jakoukoli reklamní prezentaci je nutné předem posoudit, zda uveřejněním nedojde k porušení zákona o regulaci reklamy, práva autorského nebo občanského (ochrany osobnosti). Je důležité, aby agentura jako zpracovatel a klient coby zadavatel reklamy věnovali maximální pozornost specifikaci práv a povinností agentury i zadavatele, a to zejména k užití děl chráněných autorským právem v rámci reklamního sdělení. Spory vzniklé z neurčitosti úpravy ve smlouvě mezi agenturou a klientem bývají totiž velmi časté.

Které formy nekalé soutěže kancelář Consulto nejčastěji řeší?

Vedle již zmíněných sporů k nám přicházejí klienti i s kauzami z oblasti práva soutěžního. K nim patří případy zneužití určitého projektu, tedy myšlenky, nápadu, práce a do realizace nápadu vložené investice, kdy je narušen soutěžitelský náskok, jehož svou pílí i finančními prostředky nabyt jiný. Takové jednání by bylo možné označit za parazitování. Osoby, jejichž práva byla takovou nekalou soutěží porušena nebo ohrožena, mohou u soudu uplatňovat nároky jak majetkové, tak i nemajetkové povahy.

Karel Valík,

Obal centrum, s. r. o., Sezemice, jednatel

1. Jsme v tom všichni stejně, každá změna znamená další zátěž. Žně však budou mít daňové poradci, stát přes finanční úřady, právníci, exekutoři, vymahači pohledávek, neboť řada podnikatelů se ve změnách nestačí orientovat, leccos přehlédne a nechá se nacytat – a své pochybení následně zaplatí. Mohou to být třeba platby pojistného, daní a záloh, které letos mají nový režim, tedy o dva dny dříve než loni. Obecně platí, že změna sazby DPH či dražší pohonné hmoty nás nepálí, protože se jim nevyhne ani

konkurence. Což ovšem vyhovuje zahraniční konkurenci. Všimli jste si, že třeba v Polsku finanční krizi neměli? Pozitivně vnímám zrušení povinnosti vést knihu jízd. Místo toho platí měsíční odpočet 5000 korun na každý služební vůz, maximálně na tři. V praxi to bude vypadat tak, že podnikatel vybere vozy, které na služební cesty moc nejedí, a bude si účtovat uvedený paušální odpočet. Ani to není úplně jednoduché, neboť toto platí jen z hlediska daně z příjmů. Z hlediska DPH je ovšem třeba dál prokazovat souvislost výdajů s podnikáním, tedy tou zrušenou „Knihou jízd“ či „Záznamy

o služebních cestách“, což je v podstatě totéž. Příjemné je i snížení DPP o 1 procento.

2. Spíš jako zajímavost vnímám trestní nepostižitelnost za jízdu bez řidičského oprávnění. Stejně tak zdvojnásobené sazby daně z nemovitosti a staveb. Takže dva sousedé, kteří však mají své nemovitosti na jiných katastrech, pravděpodobně zaplatí každý jinou cenu, neboť obce samy rozhodují o koeficientu navýšení.

Pavel Svoboda, KAREKA, spol. s r. o., Ústí nad Labem, jednatel

1. My, dopravně-spediční společnost, nejvíc