

Obsah

| | |
|--|------|
| O autorovi: | V |
| Předmluva | VII |
| Seznam použitých zkratk | XIII |
| KAPITOLA I. Reklama | 1 |
| KAPITOLA II. Srovnávací reklama a její formy | 3 |
| 1. Dělení dle vztahu ke konkurenčním výrobkům a výrobcům..... | 4 |
| 1.1 Kritizující srovnávací reklama..... | 4 |
| 1.2 Opěrná srovnávací reklama..... | 6 |
| 1.3 Smíšené formy..... | 6 |
| 2. Dělení dle předmětu srovnání..... | 7 |
| 2.1 Zboží a služby..... | 7 |
| 2.2 Obchodní a osobní vlastnosti a charakteristiky soutěžitelů..... | 10 |
| 2.3 Image..... | 10 |
| 3. Dělení dle intenzity srovnání..... | 11 |
| 3.1 Přímá srovnání..... | 11 |
| 3.2 Nepřímá srovnání..... | 12 |
| 3.3 Všeobecná (paušální) srovnání..... | 13 |
| 4. Dělení dle účinku srovnání..... | 15 |
| 4.1 Reklamy se srovnáním..... | 16 |
| 4.2 Reklamy bez faktického srovnání..... | 16 |
| KAPITOLA III. Výhody a nevýhody srovnávací reklamy | 18 |
| 1. Výhody srovnávací reklamy..... | 18 |
| 2. Nevýhody srovnávací reklamy..... | 19 |
| KAPITOLA IV. Geneze právní úpravy srovnávací reklamy a postoj právních řádů ke srovnávací reklamě | 22 |
| 1. Od první republiky do přijetí obchodního zákoníku..... | 22 |
| 2. Právní úprava v obchodním zákoníku před harmonizační novelou..... | 23 |
| 3. Postoj právních řádů ke srovnávací reklamě..... | 24 |
| 3.1 Liberální postoj..... | 25 |
| 3.2 Negativní postoj..... | 25 |
| 3.3 Rezervovaný postoj..... | 26 |

| | |
|--|----|
| 4. Evropská harmonizace | 26 |
| 5. Právní úprava v obchodním zákoníku po harmonizační novele | 29 |

KAPITOLA V. Úvod k soudobé právní úpravě srovnávací reklamy

| | |
|--|----|
| 1. Plná harmonizace | 30 |
| 2. Srovnávací reklama a generální klauzule nekalé soutěže..... | 31 |

KAPITOLA VI. Co je to srovnávací reklama?

| | |
|--|----|
| 1. Srovnávací reklama bez faktického srovnání | 33 |
| 1.1 Vymezení problému | 33 |
| 1.2 Pohled české doktríny | 35 |
| 1.3 Pohled judikatury Soudního dvora EU | 36 |
| 1.4 Mnoho důvodů, proč doslovný výklad neobstojí..... | 39 |
| 1.5 Výklad v soudní praxi | 42 |
| 2. Identifikace jiného soutěžitele | 43 |
| 2.1 Rozsudek ESD C-381/05, <i>De Landtsheer Emmanuel</i> | 43 |
| 2.2 Přímé označení..... | 45 |
| 2.3 Nepřímé označení..... | 46 |
| 3. Krátké shrnutí | 50 |

KAPITOLA VII. Podmínky přípustnosti srovnávací reklamy

| | |
|---|----|
| 1. Obecně k podmínkám přípustnosti | 52 |
| 1.1 Pokud jde o srovnání | 53 |
| 1.2 Česká právní úprava..... | 53 |
| 1.3 Plná harmonizace | 54 |
| 2. Zákaz klamání | 56 |
| 2.1 Plná harmonizace | 56 |
| 2.2 Model průměrného spotřebitele..... | 57 |
| 2.3 <i>Pokud jde o srovnání – pokračování</i> | 57 |
| 2.4 Jak oklamat spotřebitele | 58 |
| 2.5 Informační povinnost | 60 |
| 2.6 „ <i>Srovnání cen balíkové přepravy</i> “..... | 60 |
| 2.7 „ <i>Nejlepší nárůst</i> “..... | 62 |
| 2.8 Ochranná známka ve srovnávací reklamě | 62 |
| 2.9 Srovnání pomocí spotřebních košů..... | 62 |
| 2.10 „ <i>Vysokorychlostní internet</i> “ | 64 |
| 2.11 Srovnávání cen elektřiny..... | 65 |
| 2.12 Srovnávání telefonních tarifů | 67 |
| 2.13 Shrnutí | 69 |
| 3. Požadavek srovnatelnosti srovnávaných produktů | 70 |
| 3.1 Pouze zboží a služby..... | 71 |
| 3.2 Stejným potřebám nebo pro stejný účel | 72 |
| 3.3 Shrnutí | 75 |

| | | |
|-----|--|-----|
| 4. | Požadavek objektivního srovnání relevantních vlastností | 75 |
| 4.1 | Vlastnost zboží nebo služeb | 76 |
| 4.2 | Cenové srovnání | 79 |
| 4.3 | Objektivita srovnání | 79 |
| 4.4 | Základní, důležité, ověřitelné a charakteristické vlastnosti | 81 |
| 4.5 | Shrnutí | 88 |
| 5. | Zákaz zlehčování | 89 |
| 5.1 | K zvolenému termínu „zlehčovat“ | 89 |
| 5.2 | Zlehčování pouze nepravdivými údaji? | 90 |
| 5.3 | „Srovnejte“ | 93 |
| 5.4 | Užití cizí ochranné známky ve srovnávací reklamě | 93 |
| 5.5 | „Doba kamenná je pryč!“ | 94 |
| 5.6 | Srovnání negativních vlastností | 95 |
| 5.7 | Ironie a humor | 96 |
| 5.8 | Další otázky | 99 |
| 5.9 | Shrnutí | 100 |
| 6. | Ochrana zboží s označením původu | 101 |
| 6.1 | Jen zboží? | 101 |
| 6.2 | Označení původu | 102 |
| 6.3 | „Cui Bono?“ | 103 |
| 6.4 | Rozsudek ESD C-381/05, <i>De Landtsheer Emmanuel</i> – pokračování | 104 |
| 6.5 | Shrnutí a pár poznámek | 105 |
| 7. | Zákaz protiprávního těžení z cizí pověsti | 106 |
| 7.1 | (Dobrá) pověst | 106 |
| 7.2 | Neoprávněné těžení z pověsti | 107 |
| 7.3 | Opěrná srovnávací reklama | 109 |
| 7.4 | Rozsudek ESD C-487/07, <i>L'Oréal a další</i> | 110 |
| 7.5 | Další příklady | 113 |
| 7.6 | Shrnutí | 114 |
| 8. | Zákaz napodobování | 115 |
| 8.1 | Ochranná známka | 116 |
| 8.2 | K výkladu dalších pojmů | 117 |
| 8.3 | Rozsudek ESD C-487/07, <i>L'Oréal a další</i> – pokračování | 118 |
| 8.4 | Stálo to za to? | 119 |
| 8.5 | Pár poznámek na závěr a krátké shrnutí | 121 |
| 9. | Zákaz vyvolání nebezpečí záměny | 121 |
| 9.1 | „Vyvolání záměny“ v „vyvolání nebezpečí záměny“ | 122 |
| 9.2 | Předmět záměny | 123 |
| 10. | Zvláštní nabídky ve srovnávací reklamě | 123 |
| | Závěr | 125 |
| | Seznam použitých pramenů a literatury | 127 |
| | Věcný rejstřík | 131 |