

NEKALÁ SOUTĚŽ V REKLAMĚ

Bc. Martina Bradáčová

Generální klauzule

- „Nekalou soutěží je jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům.
- *Nekalá soutěž se zakazuje.*

Právní úprava v EU

- EU – směrnice 84/450/EHS o klamavé reklamě, směrnice 2005/29/ES o nekalých praktikách, směrnice 97/55/ES o srovnávací reklamě, ...
- ČR – Obchodní z. § 44 – 55, Trestní zákon č. 140/1961 Sb., Pařížská úmluva
- Německo - Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb – Zákon proti nekalé soutěži (dUWG)
- Rakousko - Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb – Zákon proti nekalé soutěži (öUWG)

Klamavá reklama

- Klamavá reklama vyvolává ve spotřebiteli mylnou představu o nějaké skutečnosti, která zvýhodní některého ze soutěžitelů (výrobců, dodavatelů,...).

- Případ:

- Velká Británie – L'Oréal – reklama na řasenku s Penelope Cruz



<http://www.youtube.com/watch?v=wk3vlyiYYhs&feature=related>



- jogurty **Activia** (USA) - blahodárné účinky na trávení

Klamavá reklama

- **Skrytá reklama** - obsažena v článkách, rozhovorech, které zdánlivě nemají s inzercí nic společného, ale slouží k reklamě
 - Případ: TV Markíza – Apple iPhone 3G
TV Nova – Ordinace v růžové zahradě
<http://www.stream.cz/uservideo/537160-skryta-reklama-v-ordinaci-v-ruzove-zahrade>
- **Opěrná reklama** – využití pozice již zavedeného soutěžitele a díky reklamě chce následovat vyšlapanou cestu směrem vzhůru
 - „sana, vlastní sestra másla“, „panenka ... je sestrou panenky Barbie“, „Perrier – šampaňské mezi minerálkami“

Klamavé označení zboží a služeb

- každé označení (nejen na výrobku, ale i na letáčích, na billboardech, v katalogích apod.), které vyvolává představu o zvláštních vlastnostech výrobku:
 - o zemi původu
 - o oblasti
 - o výrobci
 - o zvláštní jakosti



Klamavé označení zboží a služeb

- Případ:

- ČR – Danone – jogurty **BIO**

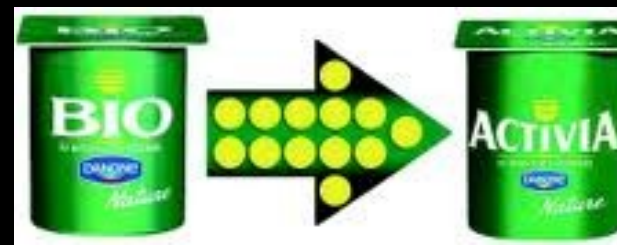


- mateřská společnost – ochranná známka „BIO AU BIFIDUS AKTIF“ (život díky bifidus aktif)

- vliv na ostatní výrobce Olma, Yoplait



- Výsledek: přejmenování a omluva (2006)



Vyvolání nebezpečné záměny

- Záměna na základě:

- užití obchodní firmy, názvu nebo jména a zvláštního označení výrobku
- užití zvláštních označení podniku nebo zvláštních označení či úpravy výrobků, výkonů anebo obchodních materiálů podniku
- jednání způsobilá vyvolat dojem zaměnitelnosti výrobků s cílem poškodit druhého (napodobení výrobků, obalů a výkonů)



Vyvolání nebezpečné záměny

- Případ:



- ČR – **Apetitto** (Bel sýry Česko) vs **Apetito** (TPK)

- Lacrum → závody Želetava (1973) a Hodonín (1974)



SMETANITO - to pravé jméno pro APETITTO plně smetany.

Složení: odstředěné mléko, sýry, máslo, tavicí soli: E 452, E 331, E 450, jedlá sůl, regulátor kyselosti: E 330. 31% sušiny, 28% tuku v sušině.

3 ks Zdravý životní styl a vyvo

Parazitování na pověsti

- Parazitováním je využívání pověsti podniku, výrobků nebo služeb jiného soutěžitele s cílem získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, jehož by soutěžitel jinak nedosáhl.

- Případy:

- reklamní kampaň na tyčinky Twix pomocí sloganu "Prostě lepší pauza" (Kit Kat - "Dej si pauzu, dej si Kit Kat")

- label CE – čínský export vs. splnění normy EU



Zlehčování

- **Publikace nepravdivých ale i pravdivých údajů nebo stanovisek, které mohou jiného soutěžitele poškodit.**
- **Nekalou soutěží však není, byl-li soutěžitel k takovému jednání okolnostmi donucen (oprávněná obrana) nebo odborná kritika.**
- **srovnávací reklama**

Srovnávací reklama

- Jakákoliv reklama, která výslovně nebo i nepřímo identifikuje jiného soutěžitele anebo zboží nebo služby nabízené jiným soutěžitelem.
- Podmínky povolení srovnávací reklamy:
 - není klamavá
 - je objektivní
 - srovnává srovnatelné
 - nezlehčuje nepravdivými údaji
 - a další

NEJSM **e oni.**
ČEZ JE LEVNĚJŠÍ!



Srovnávací reklama



- Případ:

- ČR – TV Nova - „Jsme česká televize. Ne Česká televize.“
- **Pepsi vs. Coca-Cola**

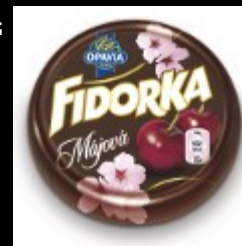
<http://www.youtube.com/watch?v=wAP2yVsgl6c>



- **Povolena:** Dánsko, Irsko, Španělsko, Velká Británie, Rakousko, Finsko, Švédsko, Švýcarsko a Kypr.
- **Omezena:** Francie, Holandsko, Portugalsko, Norsko a Turecko.
- **Zakázána:** Belgie, Německo, Řecko, Itálie a Lucembursko.

Nepojmenované nekalosoutěžní delikty v reklamě

- Jednání, které zákon výslovně nevypočítává, ale jsou postižitelná na základě generální klauzule.
- **Agresivní reklama** – Istivá, obracející se na děti, překračující meze slušnosti, nadměru obtěžujících, podprahových, obsahuje motiv strachu, rasové či náboženské prvky, násilí, nesprávné údaje při výprodejích.
 - Případ:
 - ČR - **Fidorka** – „Když musíš, tak musíš!“



DĚKUJI ZA POZORNOST! 😊

