

# 5 Nekalé obchodní praktiky. Samoregulace reklamy

## A. Obsah semináře

Nekalé obchodní praktiky – demonstrace právní úpravy na příkladech, vysvětlení základních pojmů (prodejce, klamavé a agresivní obchodní praktiky, černá listina), podstata samoregulačních mechanismů v reklamě, postavení Rady pro reklamu, veřejnoprávní regulace reklamy

## B. Klíčová slova

Nekalé obchodní praktiky, agresivní obchodní praktiky, klamavé obchodní praktiky, prodávající, samoregulace reklamy, Rada pro reklamu, vábivá reklama, product placement, copy advice, influencer marketing, guerilla marketing, reklama na alkohol, reklama na pohřební služby

## C. Čítanka

- Podcast J. Kotaska: [Samoregulace reklamy v ČR](#)
- J. Kotásek. [Řekni mámě... reklama zaměřená na děti v právní úpravě nekalých obchodních praktik](#)
- J. Kotásek. [Freude, Freude...](#)

## D. Zadání na seminář

1. Spotřebitel, kterého štvě zjevně klamavá reklama na billboardu šířeném v centru města, se rozhodl s tím „něco udělat“. Nechce jít soudní cestou a zvažuje, zda by vůči reklamě nemohl zakročit „nějaký státní orgán“. Jaký postup mu doporučíte?
2. Pohřební služba uveřejňuje svou reklamu na billboardu za kolejištěm metra, se sloganem „Přistupte přeci blíž“. Posuďte přípustnost této reklamy z pohledu práva i samoregulačních nástrojů:



3. Nožířství Josef Tupý uveřejnilo před lety níže uvedenou reklamu (jde o reálný případ):



(dostupné zde <http://www.canik.cz/tagy/fidorka/>)

Pan Tupý se brání následujícími argumenty:

- a. Reklamu vymyslela reklamní agentura, on sám je citlivý muž, který by na něco takového nepřišel;
  - b. Reklama je navíc zjevnou humornou nadsázkou, kterou běžný spotřebitel pochopí a žalobce je pouze obětí importované hysterie ze zahraničí (MeToo, SJW);
  - c. Po publikaci reklamy získala reklama v roce 2017 anticenu „Sexistické prasátečko“, což vedlo k tomu, že mu začaly chodit výhrušné e-maily od feministek, takže potrestán je na roky života dopředu;
  - d. Tržby spadly kvůli renomé „prasáka“ na polovinu a k žádnému obohacení tedy v souvislosti s reklamou nedošlo, naopak na tom Josef Tupý tratil;
  - e. Reklama byla šířena v roce 2017, takže žaloba podaná v roce 2019 je už „mimo mísu“, billboardy už jsou dávno pryč, zbyla jen vzpomínka...
  - f. Judikatura českých soudů k tzv. sexistické reklamě je velkorysá a je třeba mít smysl pro humor a nadsázku.
4. V Olomouci na Horním náměstí byla v roce 2013 umístěna vitrína, ve které byla ve spodní části vyvěšena oznámení o úmrtí (parte) a v horní části byly vyvěšeny informační materiály označené jako pohřební služba VIA ULTIMA obsahující sdělení o všech službách, které poskytuje, včetně kontaktních údajů. Za tuto reklamu byla společnosti uložena pokuta ve výši 8 tis. Kč. Který orgán rozhoduje o udělení pokuty u tohoto typu reklamy? Bylo jeho rozhodnutí v souladu s hmotným právem (veřejnoprávní regulací reklamy)? Jde podle vašeho názoru současně o nekalou soutěž?
5. Zvažte přípustnost následujících postupů či reklamy:
- a. Výrobce počáteční výživy pro kojence rozdává vzorky zdarma.
  - b. Výrobce počáteční výživy pro kojence inzeruje svůj výrobek se sloganem „jako od maminky“.
  - c. Reklama na počáteční kojeneckou výživu s obrázkem rozesmátého kojence v náručí matky.

- d. Reklama na tabákové výrobky (umístěná ve výkladu trafiky), která neobsahuje sdělení o zdravotních rizicích kouření.
  - e. Bezplatná distribuce vzorků cigaret široké veřejnosti.
  - f. Reklama na sázkovou hru, ve které figurují maturanti (reklama vtipným způsobem odkazuje analogií na „loterii“ s taháním otázek u maturitní zkoušky).
  - g. Reklama na pohřební služby na nástěnce v nemocnici či v domově důchodců.
  - h. Reklama na nealkoholické víno se sloganem „Pij a řid“.
6. V seriálu jedné komerční televize (jde o otřesný „český sitcom“ nevalné úrovně) se objeví scénka, která je několikaminutovou odou na konkrétní alkoholický nápoj. Herci vedou podivný rozhovor, kde bájí o kvalitě nápoje, po celou dobu je zabírána láhev s etiketou otočenou k divákovi a rozhovor působí velmi křečovitě – jako dlouhá reklama na daný nápoj. Na konci herci navíc uvedou, že nápoj byl v akci u konkrétního supermarketu. Posuďte přípustnost takové scény a jeho dovolenost z pohledu práva (zákon o rozhlasovém a televizním vysílání). Změní se váš náhled, pokud třeba konkrétní výrobce dodal vybavení (kulisy jsou do výrobce nábytku, nikde není zmíněna značka) nebo výrobce oděvů zdarma „oblekl“ příslušné herce (opět bez toho, že by vůbec někde byla zmíněna značka)? Změní se nějak váš náhled, pokud reklama byla vysílána po 22.00? Změní se nějak váš náhled, pokud by opěvován nebyl alkoholický nápoj, nýbrž prostředek proti erektilní disfunkci? Změní se nějak váš náhled, pokud nepůjde o český sitcom, ale televize bude vysílat jeden z posledních dílů J. Bonda, ve kterém se objeví obvyklé produkty (Aston Martin, Heineken, Omega...)?
7. Zvažte následující postupy či reklamu z pohledu právní úpravy nekalé soutěže a NOP:
- a. Na e-shopu se objevila výhodná nabídka, která ale „trvá pouze 4 hodiny“
  - b. Při prohlížení nabídky ubytování se objevuje informace „tento produkt si právě prohlíží x lidí“
  - c. Údaje „člen advokátní komory“ na vizitkách a venkovním označení advokáta
  - d. Výrobce ve své reklamě nepravdivě uvádí, že se dobrovolně zavázal k dodržování „Etického kodexu výrobců oblečení z kožešin“.
  - e. Reklama na panenku Petra se sloganem „Petra je nejlepší kamarádka Barbie“
  - f. Oznámení „výhry“, která však následně vyžaduje zakoupení zboží určitého rozsahu.
  - g. Reklama v dětském pořadu se sloganem „Tvoje oblíbená kniha je nyní na DVD – řekni mamince, ať ti ho koupí.“
  - h. Publikace „spotřebitelských recenzí“ na e-shopu, aniž by podnikatel zajišťoval pravost recenzí.
8. Posuďte (zejména podle zákona o regulaci reklamy a zákona o ochraně spotřebitele) jednání A. Verešové popsané zde: [https://www.expres.cz/celebrity/andrea-veresova-tequila-reklama-instagram.A190722\\_115729\\_dx-celebrity\\_ren](https://www.expres.cz/celebrity/andrea-veresova-tequila-reklama-instagram.A190722_115729_dx-celebrity_ren)
9. Vinař z obce Starý Poddvorov označuje svá vína jako „mešní“. V reklamě na tato vína současně uvádí, že vína mají „zázračný účinek na zdraví“. Posuďte uvedené reklamní sdělení a doporučte vinařovi vhodný postup.

10. Paní Miluše přijela z dovolené a chce zvěčnit fotografie ve fotoknize. Stáhne si tedy program poskytovatele fotoknih, tam nasází fotografie a zobrazí jí to cenu 2.100 Kč. Ačkoliv je to drahá vzpomínka, rozhodne se i za těchto podmínek fotoknihu udělat – upraví tedy fotky, přeskupí, nahraje do systému (celé jí to zabere asi 2 hodiny) a vloží do košíku. Tam se jí však náhle objeví cena 3.000 Kč. Za tohoto stavu by ale paní Miluše fotoknihu neděla, nicméně již s tím strávila dost času a nechce se jí to dělat znovu. Jak byste jednání podnikatele kvalifikovali a co byste paní Miluši doporučili?