

# Obsah

O autorovi:.....	V
Předmluva.....	VII
Seznam použitých zkratk.....	XIII
<b>KAPITOLA I. Reklama.....</b>	<b>1</b>
<b>KAPITOLA II. Srovnávací reklama a její formy.....</b>	<b>3</b>
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
<b>KAPITOLA III. Výhody a nevýhody srovnávací reklamy.....</b>	<b>18</b>
1. Výhody srovnávací reklamy.....	18
2. Nevýhody srovnávací reklamy.....	19
<b>KAPITOLA IV. Geneze právní úpravy srovnávací reklamy     a postoj právních řádů ke srovnávací reklamě.....</b>	<b>22</b>
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
<b>KAPITOLA V. Úvod k soudobé právní úpravě srovnávací reklamy .....</b>	<b>30</b>
1. Plná harmonizace .....	30
2. Srovnávací reklama a generální klauzule nekalé soutěže .....	31
<b>KAPITOLA VI. Co je to srovnávací reklama? .....</b>	<b>33</b>
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
<b>KAPITOLA VII. Podmínky přípustnosti srovnávací reklamy .....</b>	<b>52</b>
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 „Srovnání cen balíkové přepravy“ .....	60
2.7 „Nejlepší nárůst“ .....	62
2.8 Ochranná známka ve srovnávací reklamě .....	62
2.9 Srovnání pomocí spotřebních košů .....	62
2.10 „Vysokorychlostní internet“ .....	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
<b>Závěr</b> .....	125
<b>Seznam použitých pramenů a literatury</b> .....	127
<b>Věcný rejstřík</b> .....	131