

## **Abstrakt**

### **Nedovolená srovnávací reklama**

Diplomová práce na téma nedovolená srovnávací reklama podrobně pojednává o úpravě srovnávací reklamy zejména v českém právním řádu, ale také v právu Evropské Unie. Cílem práce je především důkladně rozebrat jednotlivé podmínky přípustnosti, které rozhodují o tom, zda je konkrétní reklama nedovolenou srovnávací reklamou a nekalosoutěžní praktikou, a seznámit čtenáře s prostředky právní ochrany proti nedovolené srovnávací reklamě. Dále práce vysvětluje základní pojmy vztahující se k tématu a zachycuje historický vývoj právní úpravy srovnávací reklamy.

Nedovolená srovnávací reklama je jedna z devíti vyjmenovaných skutkových podstat nekalé soutěže, které se při hospodářské soutěži nejčastěji vyskytují. Právo nekalé soutěže a právo proti omezování hospodářské soutěže jsou dvě základní větve práva hospodářské soutěže, jehož hlavním účelem je postihnout jednání, která obecně směřují proti soutěži. Úprava srovnávací reklamy je v současné době obsažena v ustanovení § 50a obchodního zákoníku. S účinností nového občanského zákoníku od 1.1.2014 bude úprava v částečně pozměněném znění přenesena do ustanovení § 2980 tohoto kodexu.

Česká právní úprava nekalé soutěže je velmi ovlivněna zákonem proti nekalé soutěži z roku 1927, jehož obecná generální klauzule umožňovala postih subjektů jednajících v rozporu s pravidly poctivého obchodního styku. Srovnávací reklama v tomto zákoně upravena nebyla, ačkoliv byla považována v rámci soutěže za nežádoucí praktiku. K jejímu zakotvení došlo až v souvislosti s harmonizací českého práva s právem evropským a povinnou úplnou implementací směrnice o klamavé a srovnávací reklamě.

Reklama je považována za srovnávací, jestliže přímo či nepřímo identifikuje jiného soutěžitele. Srovnávací reklama je, co se srovnání týče, považována za nedovolenou, jestliže kumulativně nesplní osm taxativně vypočtených podmínek, jejichž úkolem je vyvážení různých zájmů a které je nezbytné posuzovat jako celek.

Právní řád poskytuje celou řadu prostředků ochrany proti nedovolené srovnávací reklamě. Jedná se o prostředky práva občanského, prostředky upravené obchodním zákoníkem nebo veřejnoprávními předpisy, včetně trestního zákoníku. Svou roli v ochraně před nedovolenou srovnávací reklamou hraje také samoregulace reklamy zajišťovaná Radou pro reklamu a základními etickými pravidly v Kodexu reklamy, která se zavázaly dobrovolně dodržovat hlavní subjekty působící v reklamě.