

Nedovoljeno primerjalno oglaševanje

Zakon o varstvu potrošnikov (ZVPot-1) - 39. člen (primerjalno oglaševanje)

(1) Primerjalno oglaševanje po tem zakonu pomeni vsako oglaševanje, ki na kakršen koli način, izrecno ali z nakazovanjem, določa identiteto konkurenta oziroma blaga, storitve ali digitalne vsebine, ki jo ponuja konkurent.

(2) Primerjalno oglaševanje je dovoljeno, če:

1. ni zavajajoče;
2. primerja resnične podatke glede blaga, storitve ali digitalne vsebine, ki zadovoljujejo iste potrebe ali imajo enak pomen;
3. objektivno primerja eno ali več objektivnih, namenskih ali predstavitvenih lastnosti glede takega blaga, storitve ali digitalne vsebine, tudi cene;
4. ne ustvarja zmede na trgu med oglaševalcem in konkurentom ali med blagovnimi oziroma storitvenimi znamkami, trgovskimi imeni, drugimi znaki razlikovanja, blagom, storitvijo ali digitalno vsebino oglaševalca in konkurentov;
5. ne diskreditira ali očrni blagovnih oziroma storitvenih znamk, trgovskih imen, drugih znakov razlikovanja, storitev, dejavnosti ali razmer konkurenta;
6. pri blagu z označbo porekla blaga v vsakem primeru obravnava blago z enakim poreklom;
7. se nelojalno ne okorišča z ugledom blagovne oziroma storitvene znamke, trgovskega imena ali drugimi znaki razlikovanja konkurenta ali s poreklom konkurenčnega blaga;
8. ne predstavlja blaga, storitve ali digitalne vsebine kot ponaredke ali kopije blaga, storitve ali digitalne vsebine, ki ima zavarovano blagovno oziroma storitveno znamko ali trgovsko ime.

(3) Vsaka primerjava, ki se nanaša na posebno ponudbo, jasno in nedvoumno navaja datum prenehanja ponudbe. Če ponudba še ni pričela veljati, navaja tudi datum začetka obdobja, v katerem se uporablja posebna cena ali drugi pogoji. Primerjava navaja, da posebna ponudba velja le za omejene količine blaga, storitve ali digitalne vsebine.