



ČESKÁ REPUBLIKA
ROZSUDEK
JMÉNEM REPUBLIKY

Krajský soud v Plzni rozhodl v senátě složeném z předsedy JUDr. Petra Kuchynky a soudců JUDr. Ondřeje Szalonnáse a Mgr. Jaroslava Škopka ve věci

žalobkyně: **HMK V AG**, identifikační číslo CHE-357.873.257, se sídlem Leubernstrasse 6, CH-8280 Kreuzlingen, Švýcarská konfederace, zastoupena: Mgr. Denisou Valentovovou, advokátkou se sídlem Duškova 164/45, 150 00 Praha 5,

proti
žalované: **Česká obchodní inspekce**, se sídlem Štěpánská 567/15, 120 00 Praha,

v řízení o žalobě proti rozhodnutí žalované ze dne 17. 2. 2020, č. j. ČOI 23596/20/O100/Ber/Št,

takto:

- I. Žaloba se zamítá.
- II. Žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení.

Odůvodnění:

Vymezení věci

1. Žalobkyně se domáhala zrušení rozhodnutí žalované ze dne 17. 2. 2020, č. j. ČOI 23596/20/O100/Ber/Št (dále též „napadené rozhodnutí“), kterým bylo dle § 90 odst. 1 písm. c) zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, k odvolání žalobkyně částečně změněno rozhodnutí Inspektorátu České obchodní inspekce Plzeňského a Karlovarského kraje ze

Shodu s prvopisem potvrzuje H. K.

dne 27. 9. 2019, č. j. ČOI 123625/19/2200 (dále též „rozhodnutí správního orgánu I. stupně“), a to tak, že původně uložená pokuta ve výši 100 000 Kč byla snížena na 80 000 Kč. Ve zbytku žalovaná rozhodnutí správního orgánu I. stupně potvrdila. Správní orgán I. stupně uznal žalobkyni vinnou ze spáchání přestupku dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“) spočívajícího v porušení právní povinnosti, jehož se žalobkyně dopustila tím, že porušila zákaz užívání nekalé resp. agresivní obchodní praxe dle § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5b odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele, když předem vyplněným souhlasem s objednávkou ražby a režimem tzv. sběratelského servisu uvedeným v dokumentech zasílaných spotřebitelem prodávajícímu bylo spotřebiteli vnucováno zakoupení výrobků v rámci sběratelského režimu, čímž docházelo k omezení svobodné vůle spotřebitele, což mohlo výrazně zhoršit svobodu volby spotřebitele nepatřičným ovlivňováním a mohlo způsobit, že spotřebitel učinil rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil (dále též „*přestupek*“), jak bylo zjištěno šetřením podnětu č. j. 67580/19 (nabídkový leták „Toto je Váš výherní kupon – č. rezervace X ze dne 7. 4. 2019“ – ražba „Svatováclavská koruna“ – zákaznické číslo X

2. Za spáchaný přestupek byla žalobkyni v souladu s § 95 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále též: „*přestupkový zákon*“), ve spojení s § 79 odst. 5 správního řádu a s § 6 vyhlášky č. 520/2005 Sb., o rozsahu hotových výdajů a ušlého výdělku, které správní orgán hradí jiným osobám, a o výši paušální částky nákladů řízení v platném znění, uložena povinnost uhradit náklady řízení ve výši 1 000 Kč.

Žaloba

3. Žalobkyně nejprve namítala nezákonnost napadeného rozhodnutí, kterou spatřuje v nesprávném posouzení své obchodní nabídky a následné aplikaci § 4 odst. 4 ve spojení s § 5b zákona o ochraně spotřebitele, na tuto svou nabídku, která vedla správní orgán I. stupně k závěru, že se dopustila přestupku tím, že porušila zákaz používání nekalých obchodních praktik.
4. Žalobkyně zprvu popsala svou obchodní strategii, která spočívá v oslovování potenciálních zákazníků mimo jiné prostřednictvím obchodní nabídky v podobě formulářového letáku obsahujícího kupon na zakoupení sběratelského předmětu za zvýhodněnou cenu s tím, že jeho součástí je i možnost objednat službu tzv. sběratelského servisu. Zařazení do sběratelského servisu pro zákazníka znamená, že bude považován za aktivního sběratele s pravděpodobným zájmem o vybudování sbírky určité tematiky dle prve objednaného sběratelského kusu. Jako takovému mu bude poskytována služba spočívající v pravidelném zasílání dalšího sběratelského zboží určité edice k nahlédnutí tak, aby se mohl rozhodnout, zda si ponechá a zaplatí další kousek, nebo v dané lhůtě zaslaný předmět vrátí s tím, že nechce být dále evidován jako člen sběratelského servisu. Tato služba může být kdykoliv bez udání důvodu zrušena.
5. Dále žalobkyně namítla, že je přesvědčena o tom, že posuzovaná podoba nabídkových kuponů žádným způsobem, i s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem, nemohla výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k nákupu výrobku, a to nepatřičným ovlivňováním a donucováním. Svoboda volby spotřebitele byla dle žalobkyně plně zachována. Bylo jenom na svobodné vůli spotřebitele, zda nabídku v podobě, v jaké je koncipována, tedy se zahrnutým sběratelským servisem, přijme či nepřijme. Navíc, když spotřebitel objednávku učiní, je mu dána možnost od kupní smlouvy odstoupit. O této možnosti je spotřebitel informován na samotném kuponu.

Podrobný popis je pak obsažen ve všeobecných obchodních podmínkách žalobkyně dostupných na jejích internetových stránkách, případně v listinné podobě získatelné na bezplatné infolince. Základní pravidla nabídky a objednávky vyplývají i z obsahu nabídkových kuponů, další informace může spotřebitel získat prostřednictvím zákaznického servisu. Je tedy patrné, že svobodná volba spotřebitele není podobou nabídkového kuponu, tedy ani v něm obsaženým předem zaškrtnutým souhlasem, nijak omezována a ovlivňována. V případě zaslání dalšího zboží k nahlédnutí v rámci spotřebitelského servisu má spotřebitel rovněž možnost svou původní volbu změnit a zboží vrátit v celkové lhůtě 27 dnů, z čehož 6 dnů připadá na zkušební lhůtu koupě na zkoušku a 21 dnů na vrácení věci, a to a s tím, že nadále zůstane členem sběratelského servisu, případně může spotřebitel kdykoli zrušit i samotný sběratelský servis.

6. Dle názoru žalobkyně nebylo ani možné, aby spotřebitel uvedené větě: „*V rámci našeho sběratelského servisu...*” - v nabídkovém kuponu nevěnoval dostatečnou pozornost, neboť z odstavce větu obsahujícího je teprve patrné, který sběratelský předmět si spotřebitel podpisem nabídky vůbec objednává. Bez dostatečně pozorného přečtení tohoto krátkého odstavce by spotřebitel jinak ani nezjistil, co vlastně objednává, a zda bude hradit poštovné a balné.
7. Zaslání nabídkových kuponů či dalších vydání sběratelských předmětů určité edice v rámci sběratelského servisu není dle žalobkyně ani nadměrným obtěžováním či nepatřičným ovlivňováním spotřebitele, které by způsobilo, nebo mohlo způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil. Žalobkyně nemohla předjímat, jakou volbu spotřebitel provede a jejím zájmem bylo, aby byli zákazníci s jejími službami spokojeni a využívali je k budování svých sbírek. Podle žalobkyně tedy došlo k nesprávnému posouzení její obchodní nabídky a v důsledku toho i k nesprávné aplikaci ustanovení zákona o ochraně spotřebitele o agresivní obchodní praktice.
8. Žalobkyně rovněž vyjádřila své přesvědčení, že postup žalované a správního orgánu I. stupně ve správním řízení a aplikace předmětných ustanovení zákona o ochraně spotřebitele na nabídkový kupon je způsoben nepochopením principu sběratelského servisu a předpokladem, že se jedná o podvodnou podnikatelskou praktiku. Proto žalobkyně považovala za vhodné blíže vysvětlit princip sběratelského servisu. Zdůraznila při tom, že ze zásady nedodává žádné neobjednané zboží. Sběratelské předměty jsou vždy zákazníkům odeslány dle objednávky nebo právě v rámci sběratelského servisu. Sběratelský servis je zpravidla objednáván spolu s jednotlivým zbožím na základě nabídkového kuponu s vyjádřením výslovného souhlasu se zařazením do sběratelského servisu, který musí být stvrzen podpisem zákazníka. Žalobkyně provozuje služby především pro sběratele a vychází tedy z toho, že zákazníkovi rovnou nabídne za výhodnou cenu i další zboží. V samotných nabídkových kuponech je na sběratelský servis výslovně odkazováno tak, že je jasné zákazníkovi vysvětleno, že v rámci sběratelského servisu obdrží k nahlédnutí další zboží dané série, a že sběratelský servis může kdykoliv bez udání důvodu ukončit. Právní rámec sběratelského servisu vychází z koupě na zkoušku ve smyslu § 2150 a následujících zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „*občanský zákoník*“). Zákazníkům je poskytnuta zkušební lhůta 6 dnů od obdržení zboží ke schválení či odmítnutí uzavření kupní smlouvy. Žalobkyně tak prodloužila tuto lhůtu nad rámec zákona. Po uplynutí šestidenní zkušební lhůty může zákazník stále zboží vrátit ve lhůtě 21 dní od uplynutí této zkušební lhůty. Sběratelský servis je zákazníkům vysvětlen v článku 3 všeobecných obchodních podmínek.

9. Žalobkyně rovněž namítla, že v žádném z posuzovaných spotřebitelských podnětů se nesnažila spotřebitele přimět k uzavření smlouvy o koupi výrobku systémem sběratelského servisu. Svobodná volba spotřebitele k objednání pouze individuálního sběratelského předmětu bez zařazení do služeb sběratelského servisu, nebo k neučinění objednávky zůstala v případě všech stěžovatelů nedotčena. Žalobkyni není jasné, jakým postupem měla překročit při přesvědčování spotřebitelů ke koupi svého zboží limity dané zákonem o ochraně spotřebitele. Žalobkyně vycházela z toho, že všichni, kdo mají zájem o její služby, si pozorně přečtou nabídku, se kterou souhlasí, a není-li jim něco jasné, kontaktují ji přímo, nebo nahlédnou na její webové stránky. Pokud si nejsou čímkoliv jisti a nabídka se jim z jakéhokoliv důvodu nelíbí, objednávku neučiní a nevyplní tak v nabídkovém kuponu své osobní údaje a vlastnoručně jej nepodepíší. Pokud průměrný spotřebitel věděl o dozorové pravomoci České obchodní inspekce (dále jen „ČOI“), což vyplývá z podaných podnětů, není možné, aby si dostatečně nebyl vědom svých práv, že může smlouvu neuzavřít, či změnit rozhodnutí a od smlouvy odstoupit nebo že má v případě nejasností možnost se obrátit na zákaznickou linku. Všechny možnosti volby spotřebitele zůstaly zachovány a žalobkyně je plně respektuje. K tomu žalobkyně dodala, že celý uvedený systém, jenž je v ČR považován za agresivní obchodní praktiku, v jiných státech, včetně států EU, funguje bez problémů a bez výtek dozorujících správních orgánů příslušných států. Po celém světě má žalobkyně více než 10 milionů spokojených zákazníků, z toho přes 30 tisíc jich využívá její služby v ČR. Spokojených zákazníků je tedy většina, těch nespokojených, kteří se obrací na ČOI, je zlomek a nereprezentují standardní průběh vztahu žalobkyně s jejími zákazníky, a dle jejího mínění ani průměrného spotřebitele.
10. Právě na existenci **modelu tzv. průměrného spotřebitele žalobkyně poukázala v další části své žaloby**. Spotřebitelé v rámci tržních mechanismů obecně představují tzv. slabší subjekty a jako takovým je jim třeba poskytovat zvýšenou ochranu. Ochrana spotřebitele jako slabšího subjektu závazkových vztahů představuje významnou prioritu, je ale třeba se vyvarovat možného zneužití této ochrany. Poté žalobkyně podala výklad pojmu průměrný spotřebitel, který je definován velice vágně. Je jím spotřebitel, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, a to s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory. Hodnocení vychází z vlastností průměrného spotřebitele. Spotřebitel může být pojímán jako osoba nepříliš pozorná, která může být snadno oklamána. Avšak i Soudní dvůr EU se např. v rozsudku C-210/96 ze dne 16. 7. 1998 kloní k závěru, že průměrného spotřebitele je třeba vidět jako osobu přiměřeně dobře informovanou, opatrnou a obezřetnou. Žalobkyně je názoru, že takto pojímaný průměrný spotřebitel, který má k dispozici veškeré potřebné informace pro rozhodování, nemůže být způsobem nabídky žalobkyně nijak oklamán. Dobrovolně vstupuje tedy i do systému sběratelského servisu.
11. Závěrem žalobkyně zopakovala, že možnost volby zákazníka, zda služeb sběratelského servisu využije, není předem zatrženým souhlasem a textem či podobou nabídkového kuponu dotčena, ani výrazně zhoršena. Zákazník je v příslušném odstavci nabídky jasně informován o základních principech sběratelského servisu včetně poučení, že sběratelský servis je možné kdykoliv ukončit. Poučení je předepsáno písmem standardní velikosti, ne nápadně menším, než je použito ve zbytku nabídkového kuponu. Souhlas byl v nabídce patřičně zvýrazněn a zákazník si jej při vyplňování osobních údajů do objednávky všimne a lehce pročte.
12. Na základě výše uvedené argumentace žalobkyně navrhla, aby soud napadené rozhodnutí

včetně předcházejícího rozhodnutí správního orgánu I. stupně zrušil a věc vrátil žalované k dalšímu řízení.

Vyjádření žalované k žalobě

13. Ve svém vyjádření k žalobě žalovaná nejdříve poukázala na skutečnost, že námitky uplatněné v žalobě jsou do značné míry totožné s těmi obsaženými v odvolání. Z tohoto důvodu odkázala v podrobnostech na napadené rozhodnutí.
14. K námitce nesprávného posouzení obchodní nabídky žalobkyně uvedla žalovaná, že žalobkyni nebylo vytýkáno, jaký druh zákazníků zamýšlela oslovit, ani princip fungování služby sběratelského servisu. Žalobkyni je vytýkán způsob, jakým se snažila spotřebitele přimět, aby si tuto službu objednali. Skutečností, že spotřebitel může sběratelský servis ukončit, že se může seznámit s všeobecnými obchodními podmínkami a vyžádat si je, přispívají nanejvýš ke zmírnění následků protiprávního jednání žalobkyně, ovšem nebrání jeho vzniku.
15. Pokud chtěla žalobkyně oslovit sběratele mající zájem o pravidelné dodávky sběratelských předmětů, nic jí nebránilo v tomto duchu vytvořit transparentní nabídku, v níž by byl princip sběratelského servisu přehledně objasněn. Místo toho žalobkyně zaslala spotřebiteli nabídku, která se ho zjevně snažila primárně ohromit nabídkou sběratelské mince za zvýhodněnou cenu odvíjející se od jeho úspěchu při setření stíracího pole. V posuzovaném případě sleva činila téměř 87 % deklarované původní ceny výrobku, přičemž se zároveň spotřebitelovo rozhodování snažila usměrňovat tím, že při rychlé reakci do 10 dnů obdrží ještě další výrobek (hodinky) zdarma. Zmínky o zařazení do sběratelského servisu byly pouze okrajové, jakoby mimochodem, přičemž byl presumován spotřebitelův souhlas. Pokud spotřebitel nechtěl být zařazen do sběratelského servisu, musel příslušný, snadno přehledný, text aktivně vyškrtnout, zatímco pokud nabídkový kupon pouze vyplnil a podepsal, byl do sběratelského servisu automaticky zařazen, aniž by o to aktivně jakkoliv projevil zájem.
16. *Drtivou většinu prostoru nabídkových a soutěžních letáků pak zabíraly různé slogany, prezentace nabízeného výrobku, „soutěž“ se stíracím polem apod.; zmínky o sběratelském servisu byly zakomponovány do snadno přehledného textu psaného drobnějším písmem, konkrétně na objednávkovém kuponu, který se vyplňoval, uvozeného slovem: „ANO“, který dále pokračoval: „...objednávám exkluzivní mimořádnou ražbu „Svatováclavská koruna“ (výr. č. 917-670-5) za běžnou cenu pouhých 1349 Kč, od které se mi odečítá individuální sleva získaná po setření pečeti - NEPLATÍM POŠTOVNÉ! Po obdržení zásilky mám právo na vrácení zboží do 21 dnů. V rámci našeho sběratelského servisu obdržíte na ukázkou další vydání z této edice za zvýhodněnou cenu (pokud nemáte zájem, prosím přeškrtněte). Tento exkluzivní sběratelský servis můžete bez udání důvodu kdykoliv ukončit.“*
17. Spotřebitel byl zaslepen vidinou získané mimořádně vysoké slevy a dárku zdarma a mohl velice snadno přehlednout, co všechno si kromě výrobku za výhodnou cenu jednoduchým podpisem nabídky a jejím odesláním žalobkyni objednáva. Poté byl překvapen, když mu kromě jím očekávaného výrobku přišly i výrobky jiné, většinou již fakturované za plnou cenu, o kterých se domníval, že si je neobjednal, přičemž než se ve všem zorientoval, mohl snadno promeškat lhůtu pro vrácení výrobků. Ostatně během přibližně jednoho měsíce byly v rámci sběratelského servisu fakturovány výrobky za minimálně 9 314 Kč.
18. Žalovaná trvá na tom, že se žalobkyně vytýkaného protiprávního jednání dopustila, přičemž její závěry neplynou z nepochopení obsahu služby sběratelský servis, nýbrž jsou

činěny na základě celkového hodnocení způsobu, jakým byla tato služba v posuzovaném případě spotřebiteli nabízena, respektive spíše vnucována. Jak ovšem vyplývá z výše uvedeného, jakož i z podkladů shromážděných ve spise, nabídky žalobkyně, pokud jde o objednávku služby sběratelského servisu, nebyly přehledné, naopak je z nich jasně patrná snaha sofistikovaně skrýt i pouze kusé zmínky o sběratelském servisu, aby spotřebitel svou pozornost zaměřil na vidinu výhodné koupě jednoho sběratelského předmětu a nevšiml si, že akceptací nabídky si objednáva rovněž sběratelský servis.

19. S ohledem na výše uvedené žalovaná navrhl, aby soud žalobu **zamítl**.

Replika žalobkyně a duplika žalované

20. V replice ze dne 3. 6. 2020 žalobkyně vyjádřila svůj nesouhlas s tím, že se dopouští jednání, které je jí správními orgány opakovaně kladeno za vinu. Cílem žalobkyně není oklamat spotřebitele, aby si koupil zboží, o které nemá zájem, ale zaujmout co nejvíce potenciálních zákazníků, což se nejlépe učiní pomocí graficky atraktivní nabídky. Je zcela obvyklé, že se prodejce snaží prezentovat svůj výrobek co nejlépe. I přes rozsáhlou prezentaci výrobku jsou vždy na každém letáku uvedeny informace o sběratelském servisu tak, aby se spotřebitel mohl svobodně rozhodnout, zda si daný výrobek zakoupí či ne. Žalobkyně uvedla, že obdobné graficky atraktivní nabídky poskytují taktéž někteří konkurenční prodejci.
21. Žalobkyně je toho názoru, že řada nejasností a výtek, které jsou spojeny s její nabídkou, by mohla být odstraněna v rámci ústního jednání. Ze strany žalované ale není o tuto cestu řešení zájem. S ohledem na to má žalobkyně za to, že přístup žalované vůči ní není nestranný.
22. Za účelem poskytování co nejlepších služeb přepracovala žalobkyně znění své nabídky, v němž reflektovala dříve vyjádřené názory žalované, a tento návrh zaslala žalované k posouzení. Navrhovaný text nabídky byl opět vyhodnocen ze strany správního orgánu I. stupně jako rozporný s § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5b zákona o ochraně spotřebitele, přestože se shodoval s doporučením správních orgánů na jeho znění. Žalobkyně s ohledem na uvedené nemůže než mít za to, že žalovaná při posuzování jejích nabídek nepostupuje tak, jak by měla.
23. V duplice ze dne 3. 7. 2020 žalovaná reagovala na tvrzení žalobkyně, že svou nabídku upravila tak, aby reagovala na výtky správních orgánů. Žalobkyně sice u návrhu nabídky použila text velmi podobný tomu, který žalovaná zmiňovala v některých svých rozhodnutích, avšak zakomponovala ho celý psaný drobným písmem k dolnímu okraji nabídky, která obsahovala rovněž složenku, jejímž zaplacením si spotřebitel objedná výrobek včetně sběratelského servisu. Jinak se na nabídce oproti předchozím nabídkám nic nezměnilo. Pro spotřebitele je stále velmi obtížné zaregistrovat a uvědomit si, že si prostou akceptací nabídky neobjednává jen minci za zvýhodněnou cenu, nýbrž i službu sběratelský servis. Návrh nabídky nelze dle žalované považovat za zdařilý pokus o nápravu. Spolu s duplikou zaslala žalovaná korespondenci mezi žalovanou a žalobkyní ohledně návrhu nabídky. Závěrem navrhl, aby soud žalobu zamítl.

Jednání před krajským soudem

24. Dne 31. 8. 2020 proběhlo před zdejší soudem jednání ve věci samé, jehož se zúčastnila

zástupkyně žalobkyně a zástupce žalované. Zástupkyně žalobkyně setrvala na námitkách uvedených v žalobě, odkázala na ně a navrhla zrušit rozhodnutí žalované včetně jemu předcházejícího rozhodnutí správního orgánu I. stupně. Zástupce žalované odkázal na písemné vyhotovení vyjádření k žalobě, dupliku a obsah napadených rozhodnutí. Závěrem navrhl, aby byla žaloba zamítnuta. Při jednání nebyly navrženy žádné důkazy.

Posouzení věci krajským soudem

25. Řízení ve správním soudnictví je upraveno zákonem č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „soudní řád správní“ nebo „s. ř. s.“).
26. V souladu s § 75 odst. 1 a 2 s. ř. s. vycházel soud při přezkoumání napadeného rozhodnutí ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době rozhodování správního orgánu, a napadené rozhodnutí přezkoumal v mezích žalobních bodů uplatněných v žalobě.
27. Žaloba není důvodná.
28. Při rozhodování věci vycházel soud ze správního spisu, z něž vyplývá, že správní orgán I. stupně provedl na základě podnětu spotřebitele u žalobkyně kontrolu zaměřenou na dodržování právních povinností vyplývajících ze zákona o ochraně spotřebitele. Kontrolou bylo zjištěno, že spotřebitel v projednávané věci objednal na základě nabídkového letáku „Váš výherní kupon, resp. Toto je Váš výherní kupon - č. rezervace X vyplněný spotřebitelem dne 7. 4. 2019“ exkluzivní mimořádnou ražbu „Svatováclavská koruna“ za zvýhodněnou cenu á 179 Kč (místo běžných 1 349 Kč). Tento nabídkový leták obsahuje informaci, že v rámci sběratelského servisu obdrží spotřebitel na ukázkou další vydání této edice za zvýhodněnou cenu. Nabídkový leták obsahuje předem vyplněným souhlas s objednávkou spotřebitelem požadované ražby a režimem tzv. sběratelského servisu. Spotřebiteli byl dále v rámci sběratelského servisu zaslán výrobek z této edice, a to „Karel IV.“ za 1 195 Kč, resp. „Národní hymna“ za 7 990 Kč, respektive „Karlův most“ za 1 195 Kč.
29. Proti kontrolnímu zjištění podala žalobkyně námitky, které byly ředitelem Inspektorátu Plzeňského a Karlovarského ČOI zamítnuty. Dne 12. 8. 2019 vydal správní orgán I. stupně příkaz č. j. ČOI 102960/19/2200, kterým byla pro porušení povinností v § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5b odst. 1 a naplnění skutkové podstaty přestupku dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele žalobkyni uložena pokuta ve výši 100 000 Kč. Proti příkazu podala žalobkyně odpor.
30. Rozhodnutím správního orgánu I. stupně, ze dne 27. 9. 2019, č. j. ČOI 123625/19/2200, byla následně žalobkyně uznána vinnou z porušení právní povinnosti, kterého se dopustila tím, že porušila zákaz užívání nekalé resp. agresivní obchodní praxe dle § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5b odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele, když předem vyplněným souhlasem s objednávkou ražby a režimem tzv. sběratelského servisu uvedeným v dokumentech zasílaných spotřebitelem prodávajícímu bylo spotřebiteli vnucováno zakoupení výrobků v rámci sběratelského režimu, čímž docházelo k omezení svobodné vůle spotřebitele, což mohlo výrazně zhoršit svobodu volby spotřebitele nepatřičným ovlivňováním a mohlo způsobit, že spotřebitel učinil rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, jak bylo zjištěno šetřením podnětu č. j. 67580/19 týkajícího se nabídkového letáku „Toto je váš výherní kupon - č. rezervace X ze dne 7. 4. 2019 - ražba „Svatováclavská koruna“ - zákaznické číslo X, čímž byla naplněna skutková podstata přestupku dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele. Za to byla žalobkyni

uložena pokuta dle § 24 odst. 14 písm. d) zákona o ochraně spotřebitele ve spojení s § 46 odst. 1 přestupkového zákona ve výši 100 000 Kč a povinnost nahradit náklady řízení paušální částkou 1 000 Kč.

31. Proti rozhodnutí podala žalobkyně odvolání, na základě kterého byla žalobou napadeným rozhodnutím původně uložená pokuta ve výši 100 000 Kč snížena na částku 80 000 Kč, přičemž v ostatním bylo rozhodnutí správního orgánu I. stupně potvrzeno.
32. Soud vycházel z těchto zákonných ustanovení:
33. Podle § 5b zákona o ochraně spotřebitele: *„Obchodní praktika se považuje za agresivní, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem výrazně zhoršuje nebo může výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku nebo službě, a to obtěžováním, donucováním včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.“* Dle druhého odstavce téhož ustanovení pak: *„Při posuzování, zda je obchodní praktika agresivní, se přihlíží: a) k načasování, místu, povaze nebo době trvání obchodní praktiky, b) ke způsobu jednání, jeho výhrůžnosti nebo urážlivosti, c) k vědomému využití nepříznivé situace spotřebitele, která vede ke zhoršení úsudku spotřebitele, k ovlivnění jeho rozhodnutí ve vztahu k výrobku nebo službě, d) k nepřiměřené mimosmluvní překážce uložené prodávajícím pro uplatnění práv spotřebitele včetně uplatnění práv na ukončení smlouvy nebo změnu výrobku nebo služby nebo změnu prodávajícího, nebo e) k výhrůžce právně nepřipustným jednáním.“*
34. Ustanovení § 4 odst. 4 zákona o ochraně spotřebitele stanoví, že agresivní obchodní praktika je nekalou obchodní praktikou. Podle § 4 odst. 5 zákona o ochraně spotřebitele: *„Užívání nekalé obchodní praktiky před rozhodnutím ohledně koupě, v průběhu rozhodování a po učinění rozhodnutí se zakazuje.“*
35. Dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele: *„Výrobce, dovozce, vývozce, dodavatel, prodávající nebo jiný podnikatel se dopustí přestupku tím, že poruší zákaz používání nekalých obchodních praktik.“*
36. Soud zprvu podotýká, že skutkově i právně obdobnou věcí se zabýval již v rozsudku ze dne 29. 1. 2020, č. j. 30 A 107/2019-50, přičemž od závěrů v něm obsažených nemá důvod se v projednávané věci jakkoli odchýlovat.
37. Obecně lze především konstatovat, že žalobkyně ve své žalobě v podstatě zopakovala argumenty, které uplatnila již v rámci správního řízení. Na obsah odvolacích námitek reagovala žalovaná v odůvodnění napadeného rozhodnutí, přičemž v této souvislosti soud konstatuje, že žalovaná tak učinila precizním způsobem, když podrobně, pečlivě a logicky jednotlivé námitky vypořádala. V tomto směru soud také na napadené rozhodnutí žalované odkazuje [k tomu srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 27. 7. 2007, čj. 8 Afs 75/2005-130 (k dispozici na www.nssoud.cz), podle kterého *„(...) je-li rozhodnutí žalovaného správního orgánu řádně odůvodněno, je z něho zřejmé, proč žalovaný nepovažoval právní argumentaci účastníka řízení za důvodnou a proč jeho odvolací námitky považoval za liché, mylné nebo vyvrácené, shodují-li se žalobní námitky s námitkami odvolacími a nedochází-li krajský soud k jiným závěrům, je přípustné, aby si krajský soud správné závěry se souhlasnou poznámkou osvojil.“*].
38. S žalobními body se soud vypořádal následujícím způsobem. V prvním žalobní námitce žalobkyně namítá, že její nabídka, která byla správními orgány posuzována, jež měla formu nabídkových kuponů, žádným způsobem nezhoršuje a nemůže výrazně zhoršit

svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k nakupování výrobku, a že správní orgány nesprávně právně posoudily obchodní nabídky žalobkyně. Tento žalobní bod není důvodný.

39. K této námitce nutno předeslat, že žalobkyně nebyla správními orgány postižena ani za to, jaké zboží dodává svým zákazníkům, ani za to, jakým tak činí způsobem; nebyla rovněž postižena ani za to, jaké zákazníky chce svými nabídkami oslovit. Podstata přestupku, kterého se žalobkyně dopustila, spočívá v tom, že nabídkový leták, kterým žalobkyně své potenciální zákazníky oslovovala, je koncipovaný tak, aby spotřebitel nepostřehl, že současně s objednávkou ražby za zvýhodněnou cenu dává i souhlas se svým zařazením do systému sběratelského servisu resp. že toto zařazení do sběratelského servisu je přímo, automaticky spojeno s akceptací takové nabídky, neboť souhlas se zařazením do sběratelského servisu je předvyplněný. Tato skutečnost byla správními orgány obou stupňů v jejich rozhodnutích zdůrazněna, konkrétně na str. 5 napadeného rozhodnutí a na str. 4 a 5 rozhodnutí správního orgánu I. stupně. Závazek spotřebitelů-zákazníků žalobkyně spočívající v účasti na sběratelském servisu je pro ně přitom tíživější než závazek plynoucí ze smlouvy o koupi určité sběratelské mince, k níž se daný nabídkový kupon viditelně primárně vztahuje, protože znamená povinnost odebírat až do odvolání této služby další mince či sběratelské předměty, jež jsou spotřebiteli zasílány automaticky, a to již za plnou, nikoli zvýhodněnou cenu. Automatické zasílání sběratelských předmětů přitom nezaniká ani v případě, že zákazník určitý sběratelský předmět vrátí. Správní orgán I. stupně k nepřehlednosti kuponů jasně uvedl: „(...) použitím předem zaškrtnutého souhlasu, popř. nutnosti v případě nezájmu o objednání sběratelského servisu vyškrtávat část textu z pasáže opatřené předem zaškrtnutým souhlasem, je patrná snaha o to, aby si spotřebitelé nevšimli, že kromě sběratelského výrobku (např. mince) za zvýhodněnou cenu si zároveň prostým podpisem nabídky automaticky objednávají i sběratelský servis. Nabídky v podobě, v jaké jsou kontrolovanou osobou užívány, nejsou jasné, srozumitelné a přehledné.“ Žalovaná pak v napadeném rozhodnutí uvedla: „[Odvolací správní orgán] zastává názor, že předmětná nabídka se zjevně snaží primárně ohromit spotřebitele nabídkou sběratelské mince za zvýhodněnou cenu odvíjející se od jeho úspěchu při setření stíracího pole, přičemž v posuzovaném případě sleva činila téměř 87 % deklarované původní ceny výrobku, přičemž se zároveň jeho rozhodování snaží uspišit tím, že při rychlé reakci (do 10 dnů) obdrží ještě další výrobek (hodinky) zdarma. Zmínky o zařazení do sběratelského servisu jsou pouze okrajové, jakoby mimochodem, přičemž je presumován spotřebitelův souhlas (pokud nechce být zařazen do sběratelského servisu, musí příslušný, snadno přehlédnutelný text aktivně vyškrtnout), pokud nabídkový kupon pouze vyplní a podepíše, je do sběratelského servisu automaticky zařazen, aniž by o to aktivně jakkoliv projevil zájem. V důsledku toho, jak je „nabídka“ obviněné (tj. žalobkyně, pozn. soudu) koncipována, tedy spotřebitel, zaslepen vidinou získané mimořádně vysoké slevy a dárku zdarma, může velice snadno přehlédnout, co všechno si kromě výrobku za výhodnou cenu, jehož prezentace zaujímá většinu prostoru nabídky, jednoduchým podpisem nabídky a jejím odesláním obviněné objednává, v důsledku čehož je pak překvapen, když mu kromě jím očekávaného výrobku přijdou i výrobky jiné, většinou již fakturované za plnou cenu, o kterých se domnívá, že si je neobjednal, že se jedná o nějaký omyl, a mnohdy, než se ve všem zorientuje, promešká lhůtu, ve které mu obviněná výrobky umožňuje vrátit.“ S uvedenou argumentací se Krajský soud v Plzni ztotožňuje.
40. Nic na těchto závěrech nemůže změnit poukaz žalobkyně, že spotřebitel má možnost po doručení a seznámení se se zasláným sběratelským předmětem od kupní smlouvy ve lhůtě 21 dnů odstoupit, resp. že jde-li o předmět zasláný v rámci sběratelského servisu, činí tato

lhůta fakticky až 27 dnů. Argumentace žalobkyně se tu poněkud míjí s podstatou přestupku, jehož spácháním byla uznána vinnou, neboť jak je ze shora provedené rekapitulace patrné, jí nebylo kladeno za vinu, že by zkracovala práva spotřebitelů tak, že by jim neumožňovala odstoupit od smlouvy. Samotná možnost odstoupení od kupní smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory totiž jednak vyplývá ze zákona (§ 1829 odst. 1 občanského zákoníku), popřípadě, má-li jít o koupi na zkoušku, jak tvrdí žalobkyně, pak pro zákazníka žalobkyně existuje možnost neschválit věc ve zkušební lhůtě dle § 2150 občanského zákoníku, jednak tato skutečnost nijak nemění pohled na způsob, kterým se žalobkyně snažila přimět spotřebitele k účasti na sběratelském servisu. Správní orgány v tomto směru správně podotkly, že ani v případě odstoupení od kupní smlouvy nekončí účast na sběratelském servisu, ale od spotřebitelů je vyžadována další aktivita, tj. zrušení samotného sběratelského servisu. Již z toho je patrné, že v případě ukončení účasti spotřebitelů na sběratelském servisu je od nich vyžadována podstatně významnější aktivita, než je odeslání předvyplněného nabídkového kuponu, nemluvě o nutnosti odstoupit od kupní smlouvy (resp. využití práva koupi nerealizovat ve stanovené lhůtě ke schválení) ohledně každého předmětu, který je spotřebitelům automaticky zasílán v rámci spotřebitelského servisu.

41. Pokud se žalobkyně dovolává ve svůj prospěch toho, že o možnosti odstoupit od kupní smlouvy jsou spotřebitelé poučeni prostřednictvím textu nabídkového kuponu a všeobecných obchodních podmínek, nutno k tomu v souladu se shora řečeným uvést, že žalobkyni nebylo kladeno správními orgány za vinu ani to, že by o těchto právech spotřebitele neinformovala. Tato práva a způsob informování o nich nejsou předmětem projednávané věci. Totéž platí o tvrzení, že všechny potřebné informace je připraven podat sám zákaznický servis. Soud znovu zdůrazňuje, že žalobkyni nebylo vytýkáno ani samotné fungování sběratelského servisu, ale způsob, kterým se snažila přimět spotřebitele, aby do něj vstoupili.
42. Ze všech těchto tvrzení nelze učinit závěr, který v žalobě prezentuje žalobkyně, totiž že svobodná volba spotřebitele není podobou nabídkového kuponu nijak omezována a ovlivňována. Argumentace žalobkyně se totiž vůbec netýká samotného obsahu nabídkového kuponu a v podstatě se nijak nevypořádává s argumentací, kterou správní orgány obou stupňů odůvodnily svá rozhodnutí. Správní orgány přitom podle názoru soudu velmi přesvědčivě a na podkladě listin shromážděných ve správním spise i logicky odůvodnily své závěry.
43. Tvrzení, podle něhož žalovaná nesprávně posoudila obchodní nabídku žalobkyně, je příliš obecné. I zde do popředí vystupuje fakt, že se žalobkyně nijak nevypořádala se stěžejními argumenty správních orgánů. Závěry, ke kterým správní orgány dospěly, podle názoru soudu vycházejí z dokazování provedeného ve správním řízení, a jsou logické a koherentní.
44. Důvodným nelze shledat ani další žalobní bod, ve kterém žalobkyně namítá, že žalovaná zřejmě dostatečně nepochopila princip sběratelského servisu, a proto zřejmě předpokládá, že se jedná o podvodnou podnikatelskou praktiku. V tomto ohledu je vhodné předestlat, že slovní spojení „podvodná podnikatelská praktika“ se v textu napadeného rozhodnutí (ani jemu předcházejícího rozhodnutí správního orgánu I. stupně) vůbec nevyskytuje, nejedná se ostatně ani o legální termín. Žalovaná naopak výslovně ve svém rozhodnutí konstatovala, že je jí princip sběratelského servisu znám, přičemž jej popsala, ale současně konstatovala, že jeho fungování vůbec žalobkyni vytýkáno není; totéž pak platí pro

správní orgán I. stupně. Žalobkyně byla postižena za praktiky, kterými se snaží přimět spotřebitele, aby tento sběratelský servis využívali, což je zřetelně konstatováno již v rozhodnutí správního orgánu I. stupně. Tato skutečnost činí argumentaci žalobkyně obsaženou v tomto žalobním bodě prakticky irelevantní, neboť polemizuje s něčím, co jí vůbec není správními orgány vytýkáno. Z pohledu přezkumu napadeného rozhodnutí navíc není vůbec rozhodující, jaká je soukromoprávní konstrukce fungování sběratelského servisu.

45. Nedůvodný je i následující žalobní bod, ve kterém žalobkyně uvádí, že nebylo jejím cílem přimět zákazníky k uzavření smlouvy o koupi výrobku systémem sběratelského servisu. Pokud žalobkyně uvádí, že jí není jasné, jakým způsobem měla překročit při přesvědčování spotřebitelů ke koupi svého zboží limity stanovené zákonem o ochraně spotřebitele, je opět možno odkázat na odůvodnění napadeného rozhodnutí či rozhodnutí správního orgánu I. stupně, které se touto otázkou zevrubně zabývá. Především nelze, jak činí žalobkyně, z faktu, že se někteří spotřebitelé v této věci obrátili na žalovanou, dovozovat, že jsou si (všichni) spotřebitelé vědomi všech svých práv, jak naložit s uzavřenou smlouvou se žalobkyní. V tomto směru se jedná o *non sequitur*, kdy je z určitého předpokladu vyvozován následek, který z něj nevyplývá. Že spotřebiteli poté, co se s nabídkou žalobkyně seznámí, zůstává zachována volba mezi třemi možnostmi jeho dalšího chování, tj. odstoupit od smlouvy ve lhůtě 21 dní, v případě zaslání dalšího zboží k nahlédnutí v rámci sběratelského servisu má pak možnost volbu změnit a zboží vrátit v celkové lhůtě 27 dnů (z čehož 6 dní připadá na zkušební lhůtu koupě na zkoušku a 21 dnů na lhůtu k vrácení věci), nebo možnost úplného zrušení samotného sběratelského servisu, je sice pravda, ale podstata deliktního jednání, za které byla žalobkyně postižena, tkví v něčem jiném. Nevychází z právního omezování těchto možností, které navíc žalobkyně popisuje poněkud zavádějícím způsobem, když opomíjí, že samo vrácení určité věci nemá za automatický následek ukončení poskytování sběratelského servisu a nejedná se tak o zbavení spotřebitele, který o jeho poskytování nemá zájem, jeho tíživého dopadu (který záleží v tom, že je ve frekvenci zasílání jednotlivých sbírkových předmětů nucen činit aktivní kroky k jejich vrácení).
46. V projednávaném případě je ve správním spise založen jeden nabídkový „Výherní kupon“. Jedná se o nabídku ražby - mince „Svatováclavská koruna“. Z výherního kuponu je zřejmé, že nabídka je časově omezena; automaticky obsahuje v tisku ujednání s objednávkou sběratelského servisu; údaj o sběratelském servisu je napsán drobným písmem až v samotné části kuponu, který spotřebitel zasílá žalobkyni jako svou objednávku, nikoli již v úvodní části obsahující obecné informace k výhernímu kuponu. V úvodní části je až na samém posledním řádku pouze uvedeno: „V rámci jedinečného sběratelského servisu obdržíte další vydání edice „Karel IV.“ k nahlédnutí za zvýhodněnou cenu.“, přičemž z tohoto sdělení není vůbec zřejmé, co pojem sběratelský servis je a co všechno obnáší. Na výherním kuponu dominuje údaj o kuponu – losu, po jehož setření spotřebitel získá různě velkou slevu (v závislosti na odkrytých symbolech) na minci „Svatováclavská koruna“, přičemž nejvyšší možná sleva (která byla i v tomto případě získána spotřebitelem) činila 1 170 Kč. Z celkové původní ceny 1 349 Kč tedy tato sleva činila téměř 87 %, přičemž byla platná pouze tehdy, pokud spotřebitel zašle žalobkyni výherní kupon zpět do 10 dnů. Z uvedeného se soudu jeví, že v takovém případě je spotřebitel ve svém rozhodování ovlivněn vidinou vysoké slevy a výhodné nabídky (k ražbě mince jsou zasílány darem hodinky) a nutností učinit v relativně krátkém časovém horizontu 10 dnů. Z výherního kuponu je zřejmé, že neumožňuje spotřebiteli bez speciálních úprav jakýmkoli způsobem

volit, zda mají o spotřebitelský servis zájem nebo ne, resp. volba je ztížena tím, že je nutno učinit v textu letáku úpravy textu, což není pro zacházení s formuláři typické. Sběratelský servis je naopak spotřebitelům představen jako pevná součást nabídky, kterou, vedeni celkovým dojmem, jenž vyvolává, akceptují automaticky se souhlasem s koupí nabízené sběratelské mince za zvýhodněnou cenu. Námitka, že není možné, aby spotřebitel ujednání o spotřebitelském servisu a jeho obsahu nevěnoval pozornost, protože bylo zařazeno do textu, z něhož jedině lze zjistit, který výrobek si spotřebitel objednává a zda bude platit poštovné a balné, nemůže obstát, protože vzhledem k textové a grafické koncepci kuponu je právě informace o sběratelském servisu na první pohled upozaděna.

47. Celá tato konstrukce pak jednoznačným způsobem směřuje k tomu, aby byl vstup do sběratelského servisu co nejjednodušší, spotřebitelé k němu nemuseli vyvíjet vůbec žádnou aktivitu, aby naopak byl co nejvíce skrytě navázán na jednání, která musí učinit každý spotřebitel, který by chtěl využít výhodnou nabídku na dodání výrazně zlevněného sběratelského kusu, přičemž naopak od spotřebitele, který by o vstup do sběratelského servisu zájem neměl, se očekává zcela nadstandardní bdělost, ostražitost a nadto i výrazná aktivita ke zjištění dalších informací, včetně takových při uzavírání formulářových smluv zcela nestandardních kroků, jako je škrtnutí některých polí obsahujících smluvní ujednání. V běžném smluvním styku se formulář užívá jako usnadnění, resp. zřehlednění smluvní dokumentace tak, aby uzavření typizované smlouvy s sebou neslo co nejmenší transakční náklady na obou smluvních stranách. V posuzovaném případě se však tento formulář stal naopak nástrojem sloužícím ke zneřehlednění a znesnadnění určité konkrétní volby spotřebitele, a to tím hůře, že šlo o zcela zásadní ujednání, z ekonomického hlediska pro žalobkyni i spotřebitele nepochybně mnohem významnější než samotný prodej zlevněného artefaktu (jak ostatně správně dovodila i žalovaná a správní orgán I. stupně).
48. Správní orgány obou stupňů tak podle názoru soudu ve světle těchto zjištění dospěly ke správným závěrům. Žalobkyně ve své žalobě neuvedla žádná konkrétní tvrzení, která by byla způsobila tyto závěry vyvrátit.
49. Pokud se žalobkyně dovolává modelu tzv. průměrného spotřebitele, je nutno konstatovat, že ani tato argumentace nebyla shledána důvodnou. Z rozsudku Krajského soudu v Brně ze dne 1. 2. 2019, č. j. 62 A 164/2017-49, č. 3892/2019 Sb. NSS, vyplývá, že: *„Při úvahách o průměrném spotřebiteli je nutné vycházet z toho, že průměrný spotřebitel je v rozumné míře opatrný a pozorný (ve smyslu směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu). Rozumnou míru opatrnosti a pozornosti je třeba dovozovat i ve vztahu k charakteru obchodu, jehož se spotřebitel účastní.“* Soud nepochybně, že průměrný spotřebitel je osobou přiměřeně dobře informovanou, opatrnou a obezřetnou. Ve shodě se správními orgány má však soud vzhledem k obsahu a formě nabídkových letáků žalobkyně, že svobodu volby a rozhodování právě takového spotřebitele žalobkyně nepřijatelným způsobem ovlivnila a omezila ve vnučení sběratelského servisu. Jinými slovy, pokud by nebyly nabídkové letáky žalobkyně formulovány shora popsaným způsobem, mohl průměrný spotřebitel učinit svobodné rozhodnutí ohledně vstupu do sběratelského servisu. Požadavek žalobkyně na to, jak moc pozorně a pečlivě si měl spotřebitel jeho nabídku přečíst, neodpovídá grafické a textové úpravě její nabídky. Míru pozornosti a pečlivosti kladenou žalobkyní na spotřebitele soud stejně jako správní orgány neshledává za přiměřenou.
50. Nedůvodná je i námitka žalobkyně, spočívající v tvrzení, že podobný sběratelský servis poskytuje i v jiných zemích, aniž by v nich byl shledáván nekalou praktikou. Žalobkyně o

této skutečnosti především nepředložila žádné důkazy; i bez toho je ovšem nutno uvést, že posouzení každého případu se musí dít individuálně a nelze závěry, ke kterým snad dospěly správní orgány v jedné zemi, mechanicky bez dalšího přenášet do zcela jiných podmínek v jiném státě, a to ani na podkladě do určité míry harmonizované právní úpravy.

51. Správné závěry, k nimž dospěly správní orgány, nemohlo zvrátit ani (navíc nijak neprokázané) tvrzení žalobkyně o tom, že drtivá většina jejích klientů je spokojena. I kdyby toto tvrzení bylo pravdivé, nemá ve vztahu k nekalé obchodní praxi, za kterou byla žalobkyně postižena, očividně žádnou relevanci.
52. Za irelevantní lze rovněž označit tvrzení žalobkyně učiněné v replice, že za účelem poskytování co nejlepších služeb přepracovala znění své nabídky, reflektující dříve vyjádřené názory žalované, a zaslala jej žalované s žádostí o posouzení, přičemž navrhovaný text nabídky byl opět vyhodnocen ze strany správního orgánu I. stupně jako rozporný s § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5b zákona o ochraně spotřebitele, přestože se shodoval s doporučením správních orgánů na jeho znění. Soud v první řadě uvádí, že dle § 75 odst. 1 s. ř. s. vychází při přezkoumání napadeného rozhodnutí ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době rozhodování správního orgánu. Z listin zaslaných žalovanou v duplice (žádost adresovaná žalobkyní České obchodní inspekci ze dne 19. 2. 2020 o posouzení textu nabídky a odpověď České obchodní inspekce na uvedenou žádost ze dne 23. 3. 2020), o které žalobkyně opírá výše uvedená tvrzení, vyplývá, že tyto vznikly až poté, co bylo v řízení vedeném s žalobkyní vydáno žalobou napadené rozhodnutí. Pro posouzení věci tedy nejsou uvedené argumenty ani listiny rozhodné, a soud k nim tedy při posuzování žaloby s ohledem na pravidlo uvedené v § 75 odst. 1 s.ř.s. nepřihlížel. I bez ohledu na § 75 odst. 1 s.ř.s. by ale argumentace žalobkyně v této otázce byla beztak bezpředmětná, neboť žalobkyni je kladeno za vinu pochybení spočívající v nekalé obchodní praxi vůči spotřebitelům nastalé v minulosti, kdežto shora uvedená žádost o posouzení nabídky se vztahuje k obchodním praktikám žalobkyně činěným do budoucna (tj. až po samotném vydání napadeného rozhodnutí).
53. Jelikož všechny námitky žalobkyně byly shledány nedůvodnými, soud žalobu zamítl postupem podle § 78 odst. 7 s. ř. s.

Náklady řízení

54. Výrok o náhradě nákladů řízení se opírá o § 60 odst. 1 s. ř. s., podle něhož by měl právo na plnou náhradu nákladů řízení procesně plně úspěšný žalovaný správní orgán. Jelikož mu však nevznikly žádné náklady nad rámec jeho běžné úřední činnosti, rozhodl soud tak, že žádný z účastníků nemá na náhradu nákladů řízení právo.

Poučení:

Proti tomuto rozhodnutí lze podat kasační stížnost do dvou týdnů po jeho doručení. Kasační stížnost se podává u Nejvyššího správního soudu, sídlem Moravské náměstí 6, Brno. O kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud.

Plzeň 31. srpna 2020

JUDr. PhDr. Petr Kuchynka, Ph.D. v.r.

předseda senátu