



ČESKÁ REPUBLIKA
ROZSUDEK
JMÉNEM REPUBLIKY

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

žalobce: **ANG Swiss AG**, identifikační číslo CHE-108.557.927, sídlem Laubernstrasse 6, CHE-8280, Kreuzlingen, Švýcarsko, zastoupeného Mgr. Denisou Valentovou, advokátkou, Duškova 164/45, 150 00 Praha 5,

proti
žalované: **Česká obchodní inspekce**, Ústřední inspektorát, IČ 00020869, Štěpánská 567/15, 120 00 Praha 2,

o žalobě proti rozhodnutí žalované ze dne 7. 11. 2017, č.j. ČOI 101191/17/O100/2200/17/Ber/Št,

takto:

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

Odůvodnění:

[I] Předmět řízení

1. Žalobou ze dne 12. 1. 2018, Krajskému soudu v Plzni (dále jen „soud“) doručenou téhož dne, se žalobce domáhal zrušení rozhodnutí žalované ze dne 7. 11. 2017, č.j. ČOI 101191/17/O100/2200/17/Ber/Št (dále jen „napadené rozhodnutí“), kterým bylo podle §

Shodu s prvopisem potvrzuje H. K.

90 odst. 5 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád“), zamítnuto žalobcovo odvolání a potvrzeno rozhodnutí České obchodní inspekce, Inspektorátu Plzeňského a Karlovarského se sídlem v Plzni (dále jen „inspektorát“ nebo „prvoinstanční správní orgán“) ze dne 29. 5. 2017, č.j. ČOI 75637/17/2200 (dále jen „prvoinstanční rozhodnutí“). Prvoinstančním rozhodnutím byla žalobci uložena podle § 24 odst. 14 písm. d) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“ nebo „ZOS“), pokuta ve výši 100 000 Kč za spáchání správního deliktu podle § 24 odst. 1 písm. a) ZOS pro porušení zákazu užívání nekalé obchodní praktiky při nabízení nebo prodeji výrobků dle § 4 odst. 4 ZOS v návaznosti na § 5b odst. 1 ZOS. Správního deliktu se žalobce dopustil tím, že předem zaškrtnutým souhlasem s objednávkou ražby a režimem tzv. sběratelského servisu uvedeným v dokumentech zasílaných spotřebitelem prodávajícím bylo spotřebiteli vnucováno zakoupení výrobků v rámci sběratelského režimu, čímž došlo 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 při prošetřování spotřebitelského podání čj. 143251/16 (objednávka ze dne 7. 9. 2016 – exklusivní gigantická ražba „Karel IV.“, exklusivní gigantická ražba „Sissi – císařovna Alžběta“, objednávka ze dne 12. 9. 2016 exklusivní gigantická ražba „Sissi – císařovna Alžběta“ a 13. 9. 2016 exklusivní gigantická ražba „Karel IV.“), čj. 146454/16 (objednávka ze dne 2. 9. 2016 exklusivní gigantická národní ražba „Kde domov můj“) a čj. 151219/16 (objednávka ze dne 14. 10. 2016 – exklusivní mimořádná ražba „Karel IV.“), a to při kontrole provedené dne 28. 11. 2016. Zároveň byla žalobci uložena povinnost nahradit náklady řízení ve výši 1 000 Kč. Žalobce se domáhal též zrušení prvoinstančního rozhodnutí.

2. Zákon o ochraně spotřebitele se mimo jiné vztahuje na nabízení a prodej výrobků a na nabízení a poskytování služeb v případech, kdy k plnění dochází na území České republiky. Na ostatní případy se vztahuje tehdy, souvisí-li plnění s podnikatelskou činností provozovanou na území České republiky.
3. Správní řízení je upraveno správním řádem.

[II] Žaloba

4. Žalobce spatřoval vadu napadeného rozhodnutí v jeho nezákonnosti, jenž spočívá v nesprávném posouzení obchodní nabídky žalobce a následné aplikaci § 4 odst. 4 ZOS, ve spojení s §5b ZOS na obchodní nabídky žalobce, která vedla správní orgány k závěru, že se žalobce měl v postavení prodávajícího dopustit přestupku tím, že porušil zákaz používání nekalých obchodních praktik.
5. Žalobce připomněl, že je podnikatelem nabízejícím služby pro sběratele a prodávajícím sběratelské předměty. Rozhodně odmítl, že by se vůči svým zákazníkům v právním postavení spotřebitelů dopouštěl nekalých obchodních praktik.
6. (část V. žaloby) Žalobce konstatoval, že oslovuje potenciální zákazníky, mj. prostřednictvím obchodní nabídky, kterou představuje formulářový leták obsahující kupon na zakoupení sběratelského předmětu (ve všech případech posuzovaných ČOI se jednalo o sběratelské mince) za zvýhodněnou cenu s tím, že součástí tohoto nabídkového kuponu je i možnost objednat si zároveň s primárně nabízeným sběratelským zbožím i službu tzv. sběratelského servisu. Zařazení zákazníka do sběratelského servisu pro

zákazníka znamená, že jej bude prodávající považovat za aktivního sběratele s pravděpodobným zájmem o vybudování sbírky určité tematiky dle prve objednaného sběratelského kusu (např. téma Karel IV., česká hymna, čeští panovníci atd.). Jako takovému mu bude poskytovat službu (servis) spočívající v pravidelném zasílání (cca jednou měsíčně) dalšího sběratelského zboží určité edice k nahlédnutí tak, aby se zákazník mohl rozhodnout, zda si ponechá a zaplatí další kousek do své sbírky anebo, nemá-li zákazník o nabídnutý sběratelský předmět zájem, může v dané lhůtě zasláný předmět vrátit prodávajícímu s tím, že v případě rozhodnutí nebýt již dále evidován jakožto člen sběratelského servisu, může být tato služba kdykoliv bez udání důvodu písemně či ústně prostřednictvím telefonátu na bezplatnou linku zákaznického servisu žalobce zrušena (kontakt na zákaznickou linku je na všech materiálech žalobce včetně jeho internetových stránek).

7. ČOI žalobci vytkla podobu nabídkového kuponu, včetně způsobu projevení souhlasu či nesouhlasu spotřebitele se zařazením do sběratelského servisu, kdy nesouhlas s objednáním sběratelského předmětu, včetně sběratelského servisu, spotřebitelé mohou na nabídkovém kuponu projevít zaškrtnutím označeného textu a souhlas je vyjádřen v předem zaškrtnutém políčku označeném tučně vytištěnými (větší velikostí písma než zbytek textu) napsanými písmeny „Ano“ se zbytkem pokračujícího textu *„objednávám exkluzivní razbu (...) s poukázkou za aktuální zvýhodněnou cenu pouhých ..., Kč - NEPLATÍM POŠTOVNÉ. Po obdržení zásilky mám právo na vrácení zboží do 21 dnů. V rámci sběratelského servisu obdržím k nahlédnutí další vydání edice (...) za zvýhodněnou cenu (*pokud nemáte zájem, prosím přeškrtněte). Tento exkluzivní sběratelský servis mohu kdykoliv bez uvedení důvodů ukončit“*. (Žalobce podotkl, že existují různé varianty textu obsaženého v nabídkových kuponech, liší se však minimálně.). ČOI v popsáném způsobu v případě všech tří spotřebitelských podnětů spatřovala vnucování zakoupení výrobků v rámci sběratelského servisu. V prvoinstančním rozhodnutí je tak konstatováno naplnění skutkové podstaty přestupku ve smyslu § 24 odst. 1 písm. a) ZOS ve spojení s § 4 odst. 4 a § 5b odst. 1 ZOS u všech tří výše specifikovaných spotřebitelských podnětů.
8. Žalobce byl přesvědčen, že posuzovaná podoba nabídkových kuponů žádným způsobem i s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem výrazně nezhoršuje a nemůže výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku, a to nepatřičným ovlivňováním a donucováním. Svoboda volby spotřebitele je zachována, neboť mu znění nabídkového kuponu dopřává variabilitu možností, mezi kterými může zvolit tu, jež mu nejvíce vyhovuje.
9. Spotřebitel se rozhoduje mezi následujícími možnostmi:
 - A) **Objednávku zboží vůbec neučiní**, tj. nabídkový kupon nepodepíše a neodešle na adresu zákaznického servisu, a není tak ani zařazen mezi zákazníky využívající sběratelský servis;
 - B) **Objednávku učiní jakožto jednorázový nákup sběratelského předmětu, zároveň se rozhodne, že službu sběratelského servisu využívat nechce**. Spotřebitel se před rozhodnutím, zda nabídkový kupon podepíše a odešle, může o službách a kvalitě zboží Českého Mincovního Obchodu® informovat u všech dostupných zdrojů (zákaznická linka/internetové stránky/telefonická či písemná žádost o zaslání písemného vyhotovení všeobecných obchodních podmínek). K podpisu a odeslání potvrzeného nabídkového kuponu není spotřebitel zněním nabídky nijak nucen či v zájmu uzavření smlouvy nepatřičně ovlivňován. Spotřebitel je pouze informován o zvýhodněné ceně zboží včetně udání její výše, přičemž tato cena platí bez ohledu na to, zda spotřebitel původní zboží

objedná včetně nebo bez sběratelského servisu. Po seznámení s podmínkami nákupu a podmínkami služeb sběratelského servisu, kdy tuto vůli projeví přeškrtnutím věty vyjadřující zájem o zařazení do sběratelského servisu („*V rámci sběratelského servisu obdržím k nahlédnutí další vydání *Pokud nemáte zájem, prosím přeškrtněte*“) v nabídkovém kuponu před jeho odesláním, či jiným způsobem prodávajícího informuje, že si nepřeje využívat sběratelský servis (např. vepsáním věty, že si nepřeje být součástí sběratelského servisu). To vše dle jasných a srozumitelných pokynů v nabídkovém kuponu. Svou svobodně projevenou vůli pak potvrzuje spotřebitel vlastnoručním podpisem nabídky, přičemž k potvrzení nabídky, tj. k projevu vůle směřující k souhlasu s uzavřením kupní smlouvy dojde až podpisem spotřebitele na pole k tomu určené a následným odesláním nabídkového kuponu na adresu zákaznického servisu. Spotřebitel tedy objedná pouze nabídkovým kuponem inzerovaný sběratelský předmět ve formě jednorázového nákupu. Tato právní jednání zůstávají plně na vůli konkrétního spotřebitele.

C) Objednávku učiní. Spotřebitel má po zvážení nabídky a v případě nejasností po zjištění bližších informací o prodávajícím, zboží samotném, podmínkách nákupu a po seznámení s podmínkami sběratelského servisu možnost zboží objednat se zařazením do služeb sběratelského servisu tím, že si **vybere nepřeškrtnutí příslušného textu** či jinak neprojeví vůli nevyužívat sběratelský servis, **a souhlasí tak se zařazením do služeb sběratelského servisu.** K objednávce sběratelského servisu není spotřebitel zněním nabídky nijak nucen či v zájmu uzavření smlouvy nepatříčně ovlivňován. Spotřebitel je pouze informován o možnosti dostávat k nahlédnutí další vydání příslušné edice a o zvýhodněné ceně takového zboží. Spotřebitel tedy objedná nabídkovým kuponem inzerovaný sběratelský předmět a k tomu si objedná sběratelský servis, který bude v budoucnu využívat. Tato právní jednání opět zůstávají plně na vůli konkrétního spotřebitele.

10. Poté, co spotřebitel učiní objednávku způsobem popsaným pod bodem B) nebo C), má možnost po doručení a seznámení se se zasláným sběratelským předmětem od kupní smlouvy ve lhůtě 21 dnů odstoupit, tj. svou původní volbu změnit. O této možnosti je spotřebitel informován přímo v textu nabídkového kuponu, přičemž podrobný, jasný a srozumitelný popis práv spotřebitele a způsob jejich uplatnění je obsažen ve všeobecných obchodních podmínkách žalobce (dále jen „VOP“) dostupných na internetových stránkách. Pro ty, kteří nemají přístup k internetu, jsou VOP dostupné v písemné podobě (možnost vyžádat si bezplatné zaslání na bezplatné zákaznické lince). Základní pravidla nabídky a objednávky také vyplývají z obsahu nabídkových kuponů a o jednotlivostech i za účelem vysvětlení systému sběratelského servisu se spotřebitel může kdykoliv informovat prostřednictvím zákaznického servisu, na který je v nabídkovém kuponu uveden kontakt. Zákaznický servis je připraven na zodpovězení všech dotazů v jeho provozní době. Na dotazy zákazníků učiněné prostřednictvím e-mailové pošty pak zákaznický servis také obratem reaguje.

11. V případě zaslání dalšího zboží k nahlédnutí v rámci sběratelského servisu (vždy pouze na základě výslovného souhlasu se zařazením do sběratelského servisu stvrzeného podpisem zákazníka), má spotřebitel rovněž možnost svou původní volbu změnit a zboží vrátit v celkové lhůtě 27 dnů (6 dnů zkušební lhůta koupě na zkoušku a 21 dnů na vrácení věci) s tím, že zůstane členem zákaznického servisu.

12. Spotřebitel tedy může dále:

D) Objednávku učinit bez sběratelského servisu postupem popsaným výše a změnit svou původní volbu tak, že ve lhůtě 21 dnů odstoupí od kupní smlouvy a **objednané zboží**

vrátí prostřednictvím zákaznického servisu prodávajícímu.

- E) **Objednávku u činit se sběratelským servisem** postupem popsaným výše a změnit svou původní volbu tak, že **vrátí zboží inzerované nabídkovým kuponem** a zboží zaslané k nahlédnutí v rámci sběratelského servisu si ponechá. Spotřebitel tedy ve lhůtě 21 dnů odstoupí od kupní smlouvy a objednané zboží vrátí prostřednictvím zákaznického servisu prodávajícímu s tím, že dále bude využívat služby sběratelského servisu.
- F) **Objednávku u činit se sběratelským servisem** postupem popsaným výše a změnit svou původní volbu tak, že si ponechá zboží inzerované nabídkovým kuponem a naopak se rozhodne **zboží zaslané k nahlédnutí v rámci sběratelského servisu do své sbírky nezařadit** a ve lhůtě 6 dnů telefonicky prostřednictvím zákaznické linky či písemně prodávajícího informovat, že si zboží nechce ponechat a následně zboží ve lhůtě 21 dnů vrátí s tím, že **dále bude využívat služby sběratelského servisu**.
- G) **Objednávku u činit se sběratelským servisem** postupem popsaným výše a změnit svou původní volbu tak, že si ponechá zboží inzerované nabídkovým kuponem a naopak se rozhodne **zboží zaslané k nahlédnutí v rámci sběratelského servisu do své sbírky nezařadit** a ve lhůtě 6 dnů telefonicky prostřednictvím zákaznické linky či písemně prodávajícího informovat, že si zboží nechce ponechat a následně zboží ve lhůtě 21 dnů vrátí s tím, že dále opět telefonicky na zákaznickou linku či písemně sdělí, že si **dále nepřeje využívat služby sběratelského servisu**. Spotřebitel může sběratelský servis ukončit kdykoliv bez uvedení důvodu, o tom je informován již v textu nabídkového kuponu.

K veškerým dotazům a vysvětlení nejasností je k dispozici bezplatná zákaznická linka. Nabídkový kupon také obsahuje odkaz na VOP a internetové stránky, kde jsou VOP k dispozici. V nabídkovém kuponu je rovněž spotřebitel informován, že může písemně požádat o zaslání VOP k seznámení. Sběratelský servis je v článku 3 VOP podrobně a pro běžné spotřebitele srozumitelně vysvětlen (blíže viz bod VI. žaloby).

- H) **Objednávku u činit se sběratelským servisem**, souhlasit tedy se zařazením do služeb sběratelského servisu a mimo objednávku či úkony související s vrácením zboží prodávajícímu prostřednictvím zákaznické linky nebo písemně sdělit, že si přeje ukončit služby sběratelského servisu a být z nich vyřazen. Další individuální objednávky zboží jsou samozřejmě možné.
13. Do žádné z vytčených možností volby jednání spotřebitele není nijak zasahováno a spotřebitel není nepatřičně ovlivňován a směřován k výběru jedné konkrétní možnosti. Jak je z tohoto bodu zřejmé, není problém svoji původní vůli změnit, což dokládá zachování svobodného jednání spotřebitele. Je tedy patrné, že svobodná volba spotřebitele je i předem zaškrtnutým souhlasem obsaženým v nabídkovém kuponu zachována. Dle žalobcova názoru není možné, aby spotřebitel uvedené větě nabídkového kuponu nevěnoval dostatečnou pozornost. Vždyť teprve z odstavce obsahujícího větu je patrné, který sběratelský předmět si spotřebitel podpisem nabídky objednává. Bez dostatečně pozorného přečtení tohoto krátkého odstavce o třech větách by spotřebitel jinak ani nezjistil, co vlastně objednává a zda bude hradit poštovné a balné. Uvedené vysvětlení je sepsáno jasným, průměrnému člověku srozumitelným jazykem za použití dostatečného grafického rozlišení oproti ostatním částem nabídkového kuponu středně velkým písmem.
14. Jak plyne z argumentace výše, zasílání nabídkových kuponů či dalších vydání sběratelských předmětů určité edice v rámci sběratelského servisu není ani nadměrným

obtěžováním či nepatřičným ovlivňováním spotřebitele, které by způsobilo, nebo mohlo způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil. Žalobce nemůže předjímat, jakou volbu spotřebitel provede a jeho zájem je samozřejmě, aby byli zákazníci s jeho službami spokojeni, využívali jeho služby k budování svých sbírek, případně jej dále doporučovali. Dle názoru žalobce tedy ČOI nesprávně posoudila obchodní nabídku žalobce a v důsledku toho nesprávně aplikovala ustanovení zákona o ochraně spotřebitele o agresivní obchodní praktice na nabídkový kupon zasláný spotřebitelům, kteří se se svými výše specifikovanými podněty obrátili na ČOI.

15. (část VI. žaloby) Žalobce byl přesvědčen, že postup ČOI ve správním řízení a aplikace předmětných ustanovení zákona o ochraně spotřebitele na žalobcův nabídkový kupon je způsobena nepochopením principu sběratelského servisu a předpokladem, že se jedná o podvodnou podnikatelskou praktiku.
16. Žalobce především zdůraznil, 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. Zákazníkovi jsou pak nabídnuty i další artikly z dané sběratelské série tak, aby mohl mít v případě zájmu celou sérii či všechny sběratelské předměty jednoho tématu např. čeští panovníci. Žalobce provozuje služby především pro sběratele a vychází tedy z toho, že zákazníkovi rovnou nabídne za výhodnou cenu i další zboží, o které se může v rámci budování sbírky zajímat.
17. 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
18. Právní rámec sběratelského servisu vychází z koupě na zkoušku ve smyslu § 2 150 a následujících zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník (dále jen „ObčZ“). Zákazníkům je poskytnuta zkušební lhůta 6 dnů od obdržení zboží ke schválení či odmítnutí uzavření kupní smlouvy, kdy žalobce prodlužuje tuto lhůtu nad rámec zákona ve prospěch spotřebitelů, neboť zkušební lhůta dle § 2 150 odst. 2 ObčZ činí u movitých věcí 3 dny. Po uplynutí šestidenní zkušební lhůty může zákazník stále zboží vrátit ve lhůtě 21 dní od uplynutí této zkušební lhůty.
19. Sběratelský servis je zákazníkům vysvětlen v článku 3 VOP takto:

Sběratelský servis

Pokud si objednáte zboží v rámci sběratelského servisu, znamená to, že budete automaticky (zpravidla v měsíčních intervalech) dostávat k nahlédnutí další vydání z této série (tzv. nákup na zkoušku), tzn., že dodané zboží můžete bez udání důvodu vrátit do 6 dní od jeho obdržení. Kupní smlouva je u dodávek v rámci edice účinná od obdržení zboží až Vaším schválením, nejpozději však po uplynutí šestidenní lhůty k nahlédnutí. Smlouva se považuje za schválenou, pokud od Vás během této lhůty neobdržíme písemné sdělení nebo nám dodané zboží nezašlete zpět. Mimoto mají spotřebitelé po schválení neomezené právo na odstoupení od smlouvy, jak je to uvedeno níže v bodě 4., takže máte vždy minimálně 27 dní čas na učinění konečného rozhodnutí. Vybrazujeme si, že Vám již s úvodní dodávkou zašleme první zboží z edice - ušetříte tak za poštovné. Každý kus ze své sbírky si můžete zkontrolovat v pohodlí domova. Budete sbírat jen tak dlouho, dokud budete chtít. Pokud byste ji nechtěli profitovat z našeho sběratelského servisu, můžete ho kdykoliv přerušit nebo úplně ukončit zasláním stručné zprávy

na naši adresu.

20. (část VII. žaloby) Žalobce na závěr podotkl, že v případě posuzovaných spotřebitelských podnětů se v žádném případě nesnažil 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 tří stěžovatelů nedotčena. Žalobci nebylo jasné, jakým postupem měl překročit při přesvědčování spotřebitelů ke koupi svého zboží limity dané zákonem o ochraně spotřebitele, jak tvrdí ČOI. Žalobce musí vycházet z toho, že všichni, kdo mají zájem o jeho služby, včetně průměrného člena společnosti, si pozorně přečtou nabídku, se kterou souhlasí (už jen aby věděli, co a za jakou cenu kupují), a není-li jim něco jasné, zavolají na telefonní číslo v nabídce uvedené nebo se informují na internetových stránkách. Pokud si nejsou čímkoliv jisti a nabídka se jim z jakéhokoli důvodu nelíbí, objednávku neučiní, a nevyplní tak v nabídkovém kuponu své osobní údaje a vlastnoručně jej nepodepíší. Pokud průměrný člen společnosti ví o dozorové pravomoci ČOI, což vyplývá z podaných podnětů spotřebitelů, 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 (viz výčet výše) zůstávají zachovány a žalobce je plně respektuje. Žalobci záleží na spokojenosti zákazníků, neboť pouze spokojení zákazníci budou dále kupovat jeho výrobky a případně koupí sběratelského zboží doporučí svým známým.
21. Spotřebiteli zůstává po obdržení a přečtení nabídkového kuponu volba mezi třemi základními možnostmi, resp., při koupi zboží a následném odstoupení od smlouvy má spotřebitel další tři možnosti volby svého jednání. Žalobce nemá zájem „podvádět“ své zákazníky, ale budovat stabilní základnu sběratelů, kterým může poskytovat své služby. Po celém světě má více než 10 milionů spokojených zákazníků, z toho přes 30 tisíc zákazníků využívá služby v České republice, např. v loňském roce bylo realizováno více než 150 tisíc zásilek. Spokojených zákazníků je tedy většina a zlomek nespokojených, kteří se obrací na ČOI, nereprezentuje standardní průběh vztahu se zákazníky, a dle žalobcova názoru ani průměrného spotřebitele.
22. Žalobce dále doplnil, že systém sběratelského servisu a znění nabídkového kuponu bez problému funguje ve všech státech, kde podnikatelské seskupení, jehož je žalobce členem, působí (mj. Německo, Itálie, Polsko, Slovensko, Rakousko, Švýcarsko, Finsko, Norsko, Švédsko a Belgie, USA). To vše, aniž by místní správní orgány v těchto státech na nabídkové kupony nahlížely jako na agresivní obchodní praktiku. Žalobce doporučil obrátit pozornost především na skutečnost, že jazykové mutace znění a podoby nabídkového kuponu funguje i ve vytčených členských státech EU.
23. Žalobce rovněž dodal, 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 je v nabídce patřičně zvýrazněn a zákazník si jej při vyplňování osobních údajů do objednávky všimne a lehce přečte.
24. Žalobce z výše uvedených důvodů tvrdil, že byl na svých právech zkrácen rozhodnutím ČOI a domáhal se jeho zrušení z důvodu nezákonnosti. Podoba a znění nabídkového

kuponu žalobce není agresivní obchodní praktikou ve smyslu § 5b odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele, a nedošlo tedy k naplnění skutkové podstaty přeškrtnutí dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele.

[III] Vyjádření žalované k žalobě, další podání žalobce

25. Žalovaná se k žalobě vyjádřila v podání ze dne 22. 5. 2018. Vzhledem k tomu, že se obsah žaloby do značné míry kryl s obsahem odvolání proti prvostupňovému rozhodnutí, přičemž s odvolacími námitkami se žalovaná vypořádala již v odůvodnění napadeného rozhodnutí, odkázala žalovaná v podrobnostech na obsah svého rozhodnutí, jakož i na zbylý obsah spisu.
26. Žalovaná k tvrzením obsaženým v části V. žaloby uvedla, že nevytýkala žalobci samotný princip „sběratelského servisu“, nýbrž způsob, jakým se snažil přimět spotřebitele k objednávkám této služby. Žalobce zaslal spotřebitelům nabídky, jimž na první pohled jasně dominovala časově omezená nabídka sběratelské mince za zvýhodněnou cenu (úspora obvykle činila více než 1 000 Kč oproti uváděné běžné ceně). Rovněž text bezprostředně navazující na předem zaškrtnuté políčko „Ano“ informoval, že spotřebitel si objednává „exklusivní gigantickou ražbu“ mince za aktuální zvýhodněnou cenu. Teprve na tento text navazovala informace (v některých verzích poukázek byla tato informace uvedena ještě menší velikostí písma), že spotřebitel si minci objednává včetně sběratelského servisu, v rámci kterého mu budou zasílány k nahlédnutí další mince. Nutno říci, že jen některé z nabídek zachycených v protokolu o kontrole obsahovaly možnost vyškrtnutím textu o sběratelském servisu objednat si jen samotnou minci, která je předmětem nabídky za zvýhodněnou cenu, přičemž tato informace byla začleněna do běžného textu, v závorce a nebyla nijak zvýrazněna.
27. Rovněž nebylo zcela zřejmé, kterou pasáž má spotřebitel přeškrtnout, aby nedošlo k objednávkám sběratelského servisu. Spotřebitelé tak mohli velice snadno přehlédnout, že prostým vyplněním požadovaných údajů a podpisem nabídky si automaticky objednávají nejen minci za zvýhodněnou cenu, ale zároveň vstupují do systému sběratelského servisu, v rámci kterého jim budou zasílány další mince, a to až do doby, než sami informují žalobce, že si přejí sběratelský servis ukončit.
28. Vstup do systému sběratelského servisu znamená pro spotřebitele daleko významnější závazek (spotřebitel se zavazuje až do odvolání odebírat další mince zasílané automaticky v pravidelných intervalech, které může, pokud se mu nelíbí, ve lhůtě 21 dní vrátit, což ovšem neznamená, že mu bez dalšího nebudou zasílány mince další) než závazek zakoupit si jednu minci za zvýhodněnou cenu. Přesto ustanovení o tomto méně významném závazku v nabídce jednoznačně dominují. Dle názoru žalované je tak z grafické úpravy nabídek, způsobu, jakým jsou spotřebiteli poskytnuty významné informace o povaze závazku (nejdůležitější informace jsou poskytnuty spíše menší velikostí písma a zakomponovány do ostatního textu), použití předem zaškrtnutého souhlasu a nutnosti v případě nezájmu o objednání sběratelského servisu vyškrtávat část textu z pasáže opatřené předem zaškrtnutým souhlasem, patrná snaha o to, aby si spotřebitelé nevšimli, že kromě mince za zvýhodněnou cenu si zároveň prostým podpisem nabídky automaticky objednávají i sběratelský servis.
29. Stran námitky uvedené v bodě A), že spotřebitel má možnost nabídku nevyužít, žalovaná uvedla, že tuto možnost má spotřebitel u každé nabídky. Nicméně primárním účelem každé nabídky je přesvědčit spotřebitele, aby obchodní rozhodnutí v podobě uzavření

nabízené smlouvy učinil, přičemž limity onoho „přesvědčování“ nastavené tak, aby spotřebitelé, pokud možno, byli chráněni před nekalým jednáním prodávajících, jsou zakotveny v zákoně o ochraně spotřebitele a žalobce v posuzovaném případě šel při přesvědčování spotřebitelů za hranice těchto limitů.

30. Pokud jde o námitky uvedené v bodě B), žalovaná byla přesvědčena, že průměrný spotřebitel v České republice stále ještě očekává, že prodávající, který mu nabízí určité zboží nebo službu, s ním jedná férově a nesnaží se jeho pozornost odvést tím, že do časově omezené nabídky na koupi sběratelské mince za výhodnou cenu, zakomponuje doprostřed textu celkově psaného drobnějším písmem ustanovení, že si s předmětnou mincí zároveň objednáva sběratelský servis. Rovněž je vhodné v této souvislosti opět upozornit na skutečnost, že ne všechny nabídky posuzované v tomto případě obsahovaly možnost vyškrtnout z textu s předem zaškrtnutým souhlasem ustanovení o objednávkě sběratelského servisu (viz foto nabídek/objednávek na str. 3, 4, 5 protokolu o kontrole, které jsou v barevné kopii rovněž přílohami úředního záznamu ze dne 28. 11. 2016). Dále je nutné uvést, že skutečnost, že spotřebitel souhlas s objednávkou nezaškrťává, neboť je již zaškrtnut, může způsobit to, že spotřebitel nevěnuje obsahu souhlasu takovou pozornost, jako kdyby musel souhlas zaškrtnout. Text bezprostředně navazující na zaškrtnuté políčko „Ano“ navíc zprvu hovoří pouze o objednávkě jedné mince za zvýhodněnou cenu a nezavdává žádný důvod k pochybám, zda si spotřebitel zároveň s mincí neobjednává i něco jiného. Žalovaná tak zastává názor, že předmětné nabídky vyvolávající dojem, že se jedná pouze o nabídku/objedávku sběratelské mince za zvýhodněnou cenu v řádu několika stokorun, nezavdávají spotřebitelům důvod zvláště pečlivě zkoumat jejich obsah včetně částí psaných tím nejdrobnějším písmem, případně si dohledávat v obchodních podmínkách žalobce, co se skrývá pod zdánlivě obvyčejnými pojmy, jako je např. pojem „sběratelský servis“, či za tímto účelem volat na zákaznickou linku.
31. Pokud jde o námitky uvedené v bodě C), tedy že spotřebitel vyškrtnutím textu o sběratelském servisu může učinit jednorázový nákup, je opět namístě upozornit, že některé nabídky možnost vyškrtnutí textu vůbec neobsahovaly (viz např. nabídky zachycené na str. 3, 4, 5 protokolu o kontrole), pouze upozorňovaly, že sběratelský servis lze kdykoliv bez udání důvodu zrušit. Pokud pak možnost přeškrtnutí příslušného textu umožňovaly, byla tato informace, stejně jako informace, že součástí nabídky/objedávky je i vstup do zákaznického servisu, uvedena pouze na jednom místě, a to v textu navazujícím na předem zaškrtnutý souhlas a začínajícím informací, že si spotřebitel objednáva jednu sběratelskou minci za zvýhodněnou cenu. Jak již se žalovaná vyjádřila výše, takový způsob nabídky a získání souhlasu s objednávkou sběratelského servisu považuje za netransparentní, účelově konstruovaný tak, aby se k objednávkě sběratelského servisu zavázal i spotřebitel, který o takovou službu neměl zájem a příslušné ustanovení v textu přehlédl. Pokud jde o námitky, že spotřebitelé mohou každý výrobek zaslaný v rámci sběratelského servisu v určité lhůtě vrátit nebo sběratelský servis ukončit či přerušit, dle názoru žalované ani tato skutečnost neopravňuje žalobce dopouštět se nekalých obchodních praktik při uzavírání smlouvy o odebírání zboží ve formě sběratelského servisu. Spotřebitel, který obdrží z jeho pohledu neobjednané zboží, neboť žije v přesvědčení, že si objednal pouze jednu sběratelskou minci za zvýhodněnou cenu, je nucen nastalou situaci řešit, informovat se, jak k takové události vůbec mohlo dojít, zboží vracet, ukončovat sběratelský servis, přičemž to vše ho stojí nemalé úsilí a ve většině případů musí vynaložit i určité finanční prostředky. Toho všeho by byl však ušetřen,

pokud by byl jasně, transparentně informován, co vše je součástí nabídky, u které byl již dopředu předtištěn jeho souhlas. Dle názoru žalované tak nelze ospravedlnit protiprávní jednání žalobce tím, že spotřebitel se za určitých podmínek a při vynaložení určitého úsilí může ze závazků vzniklých v důsledku jednání porušujícího zákaz nekalých obchodních praktik vyvázat.

32. Pokud jde o námitky uvedené v bodě D) až H), žalobce v podstatě pouze opakoval možnosti, které spotřebitel má, pokud jde o druh objednávky a postupy v případě, kdy je mu zboží doručeno. Žalovaná znovu zdůraznila, že podstata předmětného protiprávního jednání spočívá v tom, jak byly předmětné nabídky koncipované, tedy zjevně tak, aby si spotřebitel buď vůbec nevšiml, nebo si neuvědomil, že si kromě mince za zvýhodněnou cenu objednává rovněž službu spočívající v zasílání dalších a dalších sběratelských mincí, a to po dobu neurčitou (dokud spotřebitel sám aktivně smlouvu nevypoví). Navíc je znovu namístě připomenout, že ne všechny nabídky v posuzovaném případě obsahovaly možnost text o souhlasu se zařazením do sběratelského servisu vyškrtnout. Pokud jde o možnosti zboží vrátit, od smlouvy odstoupit, sběratelský servis ukončit, tyto možnosti řeší či zmírňují až následky předmětné agresivní praktiky, které by nenastaly v případě, že by byl spotřebitel řádně seznámen s tím, co je mu nabízeno, k čemu všemu se prostým přijetím nabídky zavazuje.
33. K námitkám uvedeným v části VI. žaloby žalovaná uvedla, že nevytýkala žalobci samotný obsah služby, nýbrž to, jakým způsobem byly koncipovány nabídky na uzavření smlouvy zasílané spotřebitelům.
34. Pokud jde o námitky uvedené v části VII. žaloby, žalovaná již v úvodu tohoto vyjádření, jakož i v žalobou napadeném rozhodnutí, uvedla důvody, pro které zastává názor, že nabídky zasílané žalobcem s ohledem na to, jak byly koncipovány, byly způsobilé podstatně ovlivnit obchodní rozhodování spotřebitele v tom smyslu, že učiní obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil. Dle názoru žalované, pokud by žalobce, který, jak sám uvádí, má bohaté zkušenosti s tvorbou a zasíláním nabídek spotřebitelům v Evropě i USA, skutečně chtěl vytvořit a zaslat spotřebitelům transparentní, srozumitelné nabídky vstupu do sběratelského servisu, stěží by mohly vzniknout nabídky v podobě, v jaké jsou zachyceny v protokolu o kontrole. Vytvoření jasné, srozumitelné a přehledné nabídky je výrazně jednodušší než vytvoření předmětných nabídek rozeslaných spotřebitelům v posuzovaném případě.
35. Žalovaná byla toho názoru, že se žalobce se předmětného protiprávního jednání dopustil, a proto navrhla, aby soud žalobu zamítl.
36. Žalobce doplnil svoji žalobu podáním ze dne 24. 1. 2020, doručeným soudu dne 27. 1. 2020, v němž hodnotil podněty spotřebitelů, na jejichž základě bylo zahájeno správní řízení, ve kterém bylo posléze vydáno napadené rozhodnutí. Doplnění žaloby však neobsahovalo novou žalobní argumentaci.

[IV] Posouzení věci soudem

37. Řízení ve správním soudnictví je upraveno zákonem č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, ve znění pozdějších předpisů (dále též jen „soudní řád správní“ nebo „s. ř. s.“).
38. Podle § 75 odst. 1 soudního řádu správního, soud při přezkoumání rozhodnutí vychází ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době rozhodování správního orgánu.
39. Podle § 75 odst. 2 věty první soudního řádu správního, soud přezkoumá napadené výroky

rozhodnutí v mezích žalobních bodů.

40. Při jednání před soudem dne 29. 1. 2020 zástupce žalobce i žalovaná setrvali na svrchu rekapitulované argumentaci.
41. Soud dospěl k závěru, že žaloba není důvodná.
42. Žalobci byla za správní delikt podle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele uložena pokuta ve výši 100 000 Kč, pro porušení § 4 odst. 4 ve spojení s § 5b odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele.
43. Podle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele, výrobce, dovozce, vývozce, dodavatel, prodávající nebo jiný podnikatel se dopustí správního deliktu tím, že poruší zákaz používání nekalých obchodních praktik.
44. Podle § 4 odst. 4 zákona na ochranu spotřebitele, užívání nekalé obchodní praktiky před rozhodnutím ohledně koupě, v průběhu rozhodování a po učinění rozhodnutí se zakazuje.
45. Podle § 5b odst. 1 zákona na ochranu 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.
46. Soud se ztotožnil s hodnocením věci, jak ho učinily správní orgány, a to jak co do skutkových zjištění, tak i pokud jde o jejich právní posouzení. Žalobce byl toho názoru, že posuzovaná podoba jím předkládaných nabídkových kuponů žádným způsobem výrazně nezhoršuje ani nemůže výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku, a to nepatřičným ovlivňováním a donucováním. Svoboda volby spotřebitele byla dle žalobce zachována, neboť mu znění nabídkového kuponu dopřává variabilitu možností, mezi kterými může zvolit tu, jež mu nejvíce vyhovuje. Soud je toho názoru, že tomu tak není.
47. Soud primárně vycházel z podoby exkluzivního nabídkového šeku, který byl předložen jako příloha žaloby (v případě dalších obdobných kuponů je postavení potenciálního spotřebitele ještě méně výhodné, než v žalobcem předložené variantě). Soud ve shodě se správními orgány dospěl k závěru, onen kupon skutečně tenduje k určité manipulaci, k určitému podsouvání sběratelského servisu tomu, kdo si objednává jednu minci za zvýhodněnou cenu, jak je zde uvedeno.
48. Předně, na pravé straně kuponu je potenciální zákazník upozorněn na to, že *„Platí všeobecné obchodní podmínky Českého mincovního obchodu.“*, kteréžto je možné si přečíst na příslušných webových stránkách, příp. je možno písemně požádat o jejich zaslání. Zároveň možný zákazník *„bere na vědomí podrobné informace o sběratelském servisu“*. Žádná z těchto vět však nemůže představovat žalobcův kvalifikovaný souhlas s čímkoliv, natož akceptaci sběratelského servisu. A ani skladba textu na levé straně není koncipována tak, aby bylo zamezeno možnému výraznému zhoršení svobody volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku nebo službě.
49. První větou možný zákazník *„objednává exkluzivní gigantickou národní ražbu“*. Dále je informován o právu na vrácení zboží do 21 dnů po obdržení zásilky (druhá věta). Kritické z pohledu možného ohrožení spotřebitele jsou věty třetí a čtvrtá, které zní takto:

Shodu s prvopisem potvrzuje H. K.

„V rámci sběratelského servisu obdržím k nahlédnutí další vydání* edice „Česká národní hymna“ za zvýhodněnou cenu (*pokud nemáte zájem, prosím přeškrtněte). Tento exkluzivní sběratelský servis mohu kdykoliv bez uvedení důvodů ukončit.“ Ani tu soud nenalezl nic, co by případně mohlo spotřebitele varovat. Ona hvězdička není v textu nijak zvýrazněna, není jasné, co se má v případě nezájmu přeškrtnout. Celý text prvního odstavce (= první čtyři věty) v podstatě navozuje stav, kdy případný zájemce, který si objedná exkluzivní gigantickou národní ražbu, automaticky přistupuje také na sběratelský servis, aniž by zde byla jakákoliv informace, která by ho upozorňovala na to, že se má vyjádřit k tomu, zda onen sběratelský servis akceptuje nebo neakceptuje. Druhý odstavec nabídkového kuponu se pak sběratelského servisu, přesně řečeno otázkou ne/souhlasu s ním, netýká.

50. Nepřílehavou soud spatřuje i žalobní argumentaci o tom, že v jiných státech probíhá tato obchodní činnost bez problémů a sporů s kontrolními orgány. Je třeba vyjít z toho, že v různých státech je sběratelská (i laická) veřejnost uvyklá na určitý zaužívaný způsob nabídky sběratelského artiklu a rovněž na specifickou právní úpravu takových nabídek a prodejů. V našich podmínkách se používá různých způsobů, např. v případě objednání některých mincí před jejich vydáním se přistupuje na zavádějící nebo zlevněné ceny, existují různé klubové slevy, je možné si předplatit mince na základě ročního plánu od určitého emitenta (např. podle toho, co vydá v nejbližším období nebo kalendářním roce), je možné si předplatit určité série apod. Koupě na zkoušku (tak, jak je sběratelský servis vymezen v bodě 3 VOP) v našem sběratelském prostředí není a nebyla obvyklá. Pojem sběratelský servis je tuzemským sběratelům nejasný, musí se teprve dopátrat jeho obsahu a podle názoru soudu jsou jim jeho podmínky v žalobcově případě podsouvány.
51. Dále, případný zákazník je upozorněn na to, že *„platí všeobecné obchodní podmínky Českého mincovního obchodu“* (viz výše). Žalobce sám v žalobě tvrdí, že právní rámec sběratelského servisu vychází z koupě na zkoušku ve smyslu § 2150 a následujících občanského zákoníku (text pod bodem 3 VOP do určité míry vychází z naší právní úpravy), ale zároveň nelze odhlédnout od bodu 11 VOP, podle něhož platí (zvýraznění provedl soud): *„Uzavření smlouvy probíhá výlučně v českém jazyce. Pro veškeré právní vztahy mezi zákazníky a společností HMK V AG (dřívější název žalobce-pozn. soudu) platí právo Spolkové republiky Německo s vyloučením mezinárodního práva soukromého a práva kupního dle úmluvy OSN (CISG). Pro spotřebitele platí tato volba práva pouze do té míry, pokud není poskytována ochrana odňata závazným ustanovením práva státu, ve kterém má spotřebitel svůj běžný pobyt.“* Nemůže tak být pochyb o tom, že textace kuponu v kontextu s VOP je hned v několika ohledech zavádějící.
52. Soud se vzhledem k výše uvedenému plně ztotožnil se závěry, jaké v žalobcově věci přijaly správní orgány obou stupňů a vyjevily je v prvoinstančním a napadeném rozhodnutí. V podrobnostech proto na jejich obsah plně odkazuje.
53. Soud neshledal žádný z žalobních bodů důvodným, a proto žalobu na základě § 78 odst. 7 soudního řádu správního zamítl.

[V] Náklady řízení

54. Žalovaný správní orgán, který měl ve věci plný úspěch, má podle § 60 odst. 1 věty první s. ř. s. právo na náhradu důvodně vynaložených nákladů řízení před soudem proti žalobci, který ve věci úspěch neměl. Žalovanému správnímu orgánu žádné specifické náklady soudního řízení nevznikly, a proto bylo rozhodnuto, že na náhradu nákladů řízení nemá žádný z účastníků právo.

Poučení:

Proti tomuto rozsudku lze podat kasační stížnost. Kasační stížnost musí být podána do dvou týdnů po doručení rozsudku. Kasační stížnost se podává u Nejvyššího správního soudu; lhůta je zachována, byla-li kasační stížnost podána u Krajského soudu v Plzni.

Plzeň dne 29. 1. 2020

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