



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK

JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedy Mgr. Martina Kříže, soudkyň Mgr. et Mgr. Lenky Bahýřové, Ph.D., a Mgr. Věry Jachurové v právní věci

žalobkyně: **ACEMA Credit Czech, a. s.**, IČO: 26158761
sídlem Kobližná 71/2, Brno
zastoupená advokátem JUDr. Petrem Kočím, Ph. D.
sídlem Opletalova 1535/4, Praha 1

proti

žalované: **Česká obchodní inspekce**
sídlem Štěpánská 15, Praha 2

o žalobě proti rozhodnutí České obchodní inspekce, ústředního inspektorátu ze dne 16.6.2015, č.j. ČOI 4173/15/O100,

takto:

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

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

Odůvodnění:

1. Žalobou podanou u Městského soudu v Praze se žalobkyně domáhala zrušení rozhodnutí ústředního inspektorátu žalované označeného v záhlaví tohoto rozsudku (dále jen „napadené rozhodnutí“), jakož i jemu předcházejícího rozhodnutí České obchodní inspekce, inspektorátu Středočeský a Hl. m. Praha ze dne 18.12.2014, č.j. 10/0913/14/45 (dále jen „rozhodnutí správního orgánu prvního stupně“). Rozhodnutím správního orgánu prvního stupně byla žalobkyni za správní delikt podle ust. § 20 odst. 1 písm. a) zákona č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o spotřebitelském úvěru“) uložena pokuta ve výši 100 000 Kč, jakož i povinnost nahradit náklady správního řízení. Odvolání žalobkyně proti rozhodnutí správního orgánu prvního stupně bylo napadeným rozhodnutím zamítnuto a rozhodnutí správního orgánu prvního stupně bylo potvrzeno.
2. Rozhodnutí správního orgánu prvního stupně bylo vydáno na základě kontroly České obchodní inspekce (dále též jen „ČOI“). Přestupku podle § 20 odst. 1 písm. a) zákona o spotřebitelském úvěru se žalobkyně měla dopustit tím, že v rozporu s § 4 zákona o spotřebitelském úvěru zadala reklamu na úvěr v reklamním letáku (novinách) Kaufland platném ode dne 6.3.2014 do dne 12.3.2014, která neobsahovala údaje dle přílohy č. 1 zákona o spotřebitelském úvěru, a to a) roční procentní sazbu nákladů, b) výpůjční úrokovou sazbu, a to spolu s údaji o veškerých poplatcích, které jsou součástí celkových nákladů spotřebitelského úvěru, d) celkovou částku splatnou spotřebitelem, e) dobu trvání spotřebitelského úvěru.
3. Napadené rozhodnutí je dle žalobkyně nezákonné a řízení, které mu předcházelo, mělo podstatné vady, jejichž existence měla vliv na správnost a zákonnost napadeného rozhodnutí. Žalobkyně v žalobě vznesla tyto námitky: a) inzerovaný úvěr není spotřebitelským úvěrem, b) na reklamu se nevztahuje informační povinnost dle zákona o spotřebitelském úvěru, c) uložená pokuta je nepřiměřeně přísná.
4. K žalobnímu bodu ad a) žalobkyně uvedla, že v samotném inzerátu je výslovně uvedeno, že poskytnutý produkt (úvěr) není poskytován podle zákona o spotřebitelském úvěru. Pokud by předmětný inzerát měl být reklamou na spotřebitelský úvěr a žalobkyně jím chtěla oslovit spotřebitele, jistě by ve svém inzerátu výslovně neuváděla, že úvěr pro ně není určen. Žalobkyně nemohla pro adresáty inzerátu učinit více, než učinila - přehledně a srozumitelně informovala, že úvěr není poskytován dle uvedeného zákona. Žalobkyně není povinna v inzerátu uvádět informace o tom, z jakého důvodu se na propagovaný produkt nevztahuje zákon o spotřebitelském úvěru, neboť tato povinnost nevyplyvá z žádného právního předpisu. Ostatně bylo by i značně obtížné do textu reklamy subsumovat nabízený úvěr pod některou z výjimek uvedených zákonnými předpisy.
5. Za nepravdivé žalobkyně označuje tvrzení žalované, že v průběhu kontroly a správního řízení nesdělila na svou obranu, proč se na ni nevztahuje zákon o spotřebitelském úvěru (viz str. 3 odst. 3 napadeného rozhodnutí). Žalobkyně v každém svém podání opakovaně

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

správním orgánům vysvětlovala, že uvedena reklama byla výhradně pro nespotebitelné úvěry.

6. Jako argument v neprospěch žalobkyně nelze použít skutečnost, že inspektorce ČOI, která v postavení spotřebitele telefonovala dne 15.5.2014 na telefonní číslo 800 666 669, bylo sděleno, že na tomto konkrétním telefonním čísle lze sjednat spotřebitelský úvěr. Reklama byla inzerována ode dne 6.3.2014 do dne 12.3.2014 a inspektorka volala na uvedené číslo až dne 15.5.2014, tedy více než dva měsíce od zveřejnění reklamy. Takto opožděně získaná informace již nemůže být v rámci kontroly jakkoliv relevantní, neboť se vůbec nevztahuje k předmětné reklamě, a má tedy v důsledku dlouhé časové prodlevy nulový význam. Žalobkyně na základě reklamy ani žádné spotřebitelské úvěry neposkytla. Vzhledem k dlouhé době, která uplynula mezi kontrolním telefonátem a uvedením inzerátu v reklamním letáku, nemůže správní orgán vyloučit, že na uvedeném telefonním čísle v mezidobí žalobkyně nezačala nabízet i spotřebitelský úvěr. Skutečnost, že se tato možnost zdá správnímu orgánu jako nepravděpodobná, ještě neznamená, že tomu tak nemohlo být. Za použití argumentu *ad absurdum* by poté dle správního orgánu všechny finanční instituce, které inzerovaly své služby a zprvu spotřebitelské úvěry neposkytovaly a následně je poskytovat začaly, byly odpovědné za tento správní delikt dle zákona o spotřebitelském úvěru. Takový závěr je dle žalobkyně nesmyslný. Kontrolní telefonát proběhl s tak velkou prodlevou od zveřejnění inzerátu, že je pro toto řízení nepoužitelný.
7. K žalobnímu bodu ad b) žalobkyně citovala ust. § 4 zákona o spotřebitelském úvěru, z něhož podle ní jednoznačně vyplývá, že informační povinnost se vztahuje pouze na reklamy (na spotřebitelský úvěr), jejichž součástí je údaj o jeho nákladech. V předmětné reklamě však není uveden žádný údaj o jeho nákladech (žádný úrok nebo výše poplatků souvisejících s úvěrem). Z tohoto důvodu se na předmětnou reklamu informační povinnost podle § 4 zákona o spotřebitelském úvěru nevztahuje, a žalobkyně tedy nemohla spáchat jí přičítaný správní delikt ani v případě, kdy by se jednalo o spotřebitelský úvěr.
8. Žalobkyně se neztotožňuje s argumentací žalované, podle které je nutno informaci o výši splátky považovat za údaj o nákladech spotřebitelského úvěru. Podle ust. § 3 písm. e) zákona o spotřebitelském úvěru jsou náklady úvěru veškeré náklady, včetně úroků, provizí, daní a veškerých dalších poplatků, které spotřebitel musí zaplatit v souvislosti se spotřebitelským úvěrem. Z výše uvedeného jednoznačně vyplývá, že nákladem úvěru není výše splátky. Ze samotné výše splátky nelze dovodit, jaké budou celkové náklady na úvěr, neboť je nutné znát také počet splátek, které bude muset spotřebitel zaplatit. Počet splátek však v reklamě uveden není. Spotřebitel tedy na základě informace o možné výši splátek nemůže být vtažen do jednání s věřitelem, neboť se nejedná o žádný výhodně vyhlížející údaj o nákladech úvěru, jak uvádí správní orgán, ale spíše o údaj, který je sám o sobě nicneříkající.
9. K žalobnímu bodu ad c) žalobkyně uvedla, že uložená pokuta ve výši 100 000 Kč je nepřiměřeně přísná. Žalobkyně je trestána v podstatě pouze za to, že v reklamě místo „na produkt se nevztahuje zákon 145/2010 Sb.“ neuvedla, že „produkt není spotřebitelským úvěrem a z tohoto důvodu se na něj nevztahuje zákon č. 145/2010 Sb. o spotřebitelském úvěru a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů“. Inzerát navíc nebyl

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

vydán v žádném celostátně vydávaném mediu, ale pouze v reklamních novinách obchodního řetězce, a to nikoliv opakovaně.

10. Správní orgány dle žalobkyně rezignovaly na povinnost dostatečně přihlédnout k hlediskům uvedeným v ustanovení § 21 odst. 2 zákona o spotřebitelském úvěru. Žalobkyně nepovažuje delikt za závažný, neboť i kdyby v reklamě neuvedla veškeré požadované údaje, spotřebiteli by se dostaly v průběhu následného uzavírání smlouvy v souladu s ustanovením § 5 zákona o spotřebitelském úvěru. Spotřebitel by i tak měl možnost včas se s těmito údaji seznámit, včetně roční procentní sazby nákladů a výpůjční úrokové sazby, spolu s údaji o veškerých poplatcích spojených se spotřebitelským úvěrem, a neuzavřít tak smlouvu, pokud by se mu jevila jako nevýhodná. Ani v případě neuvedení informací v reklamě by tak spotřebitel nemohl být poškozen na svých právech. Pokud jde o následky činu, pak žádné škodlivé následky nenastaly – správním orgánem nebylo ve správním řízení ani tvrzeno, že by u některého konkrétního spotřebitele došlo k nepříznivým následkům. Žalobkyně dále podotkla, že na základě předmětné reklamy ani žádné spotřebitelské úvěry neposkytla a že jde o její první delikt podle zákona o spotřebitelském úvěru.
11. Žalobkyně požádala soud, aby v případě, že neshledá důvody pro zrušení napadeného rozhodnutí, od trestu upustil nebo jej v mezích zákonem dovolených snížil.
12. Žalovaná navrhla zamítnutí žaloby. K žalobní námitce ad a) uvedla, že žalobkyně v průběhu celého správního řízení ani jednou nezmínila, pod jakou z výjimek ze zákona by měl být její produkt podřazen či pro koho jiného než spotřebitele by měl být určen. Takové vysvětlení by bylo na obranu žalobkyně zcela logické a jednoduché, byť žalobkyně samozřejmě nemá povinnost jej uvádět v reklamě. Z toho, že žalobkyně v průběhu kontroly a následného řízení bez bližšího vysvětlení pouze opakovala, že se na její produkt zákon o spotřebitelském úvěru nevztahuje a že nemusí uvádět, proč tomu tak je, žalovaná usuzovala na to, že žádná z výjimek na žalobkyní nabízené půjčky nedopadá.
13. Žalovaná citovala z odůvodnění rozhodnutí správního orgánu prvního stupně, které dle jejího názoru přesvědčivě vysvětluje, z jakých důvodů lze mít za to, že se v případě inzerce žalobkyně nepochybně jedná o reklamu na spotřebitelský úvěr: *„Na uvedené reklamě vystupuje známý herec, který je širokou veřejností vnímán jako bodrý milovník zvířat (především psů) a nikoliv pro svou ekonomickou odbornost či jinou vlastnost, která by mohla vést spotřebitele k závěru, že nabízený produkt (úvěr) není určen pro běžné spotřebitele. Uvedená reklama je inzerována v letáku (zákaznických novinách) Kaufland, který je primárně zaměřen na „běžné“ spotřebitele, dále je třeba zohlednit i umístění předmětné reklamy, která je umístěna v takové části zákaznických novin, která je zřejmě určena pro běžného spotřebitele, když na společné dvoustraně jsou rubriky „Zábava“ (obsahující vtipy), „Křížovka“, „Pel-MEL“ (s článkem o památných stromech na Třeboňsku) a dále mimo jiné informace ve znění „Týdeník Kaufland do Vašich stránek“. Kusou informaci o tom, že se na nabízený „produkt nevztahuje zákon č. 145/2010 Sb.“, pak nelze hodnotit jako informaci, z které by bylo zřejmé, že předmětná reklama není reklamou na spotřebitelský úvěr. Široké veřejnosti, dokonce ani průměrnému spotřebiteli majícímu zájem o úvěr od nebankovního subjektu, pak není zřejmé, který zákon je evidován pod č. 145/2010 Sb., a že se jedná o zákon o spotřebitelském úvěru.“*

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

14. V kontextu všech uvedených skutečností tedy informace ve znění „*Na tento produkt se nevztahuje zákon č. 145/2010 Sb.*“ na žalovanou působila tak, že žalobkyně se pomocí formulace předmětného inzerátu pokoušela uniknout doзору ČOI, aniž by přitom ztratila zájem ze strany spotřebitelů. Pokud by žalobkyně skutečně nezamýšlela inzerovat spotřebitelské úvěry a nestála by o to, aby jí spotřebitelé vůbec kontaktovali, pravděpodobně by v reklamě uváděla srozumitelnou informaci typu „pouze podnikatelské půjčky“, „nepůjčujeme spotřebitelům“ apod. Žalovaná proto měla důvodné pochybnosti o motivaci žalobkyně. Co se týká telefonátu, který uskutečnila inspektorka ČOI dva měsíce po uveřejnění inzerátu, tuto dobu žalovaná nepokládá za nijak dlouhou. Jakkoli by tento telefonát sám o sobě k prokázání toho, že předmětný inzerát byl reklamou na spotřebitelský úvěr, sice zřejmě nestačil, ve spojení s okolnostmi zveřejnění inzerátu a jeho obsahu je nepochybné, že mířil na běžné spotřebitele, kteří mají zájem o neúčelový spotřebitelský úvěr ve výši nepřesahující rámec upravený zákonem o spotřebitelském úvěru.
15. Žalovaná je přesvědčena, že částka splátky patří mezi údaje o nákladech spotřebitelského úvěru, neboť jsou v ní zahrnuty úroky a případné poplatky. Výše splátky je pro spotřebitele jedním ze základních údajů o nákladech úvěru, protože mu ukazuje, jak bude jeho pravidelný měsíční rozpočet zatížen, pokud konkrétní úvěrový produkt využije. Za náklad úvěru pokládá částku splátky i odborná literatura (viz Wachtlová, L., Slanina, J. *Zákon o spotřebitelském úvěru. Komentář*. Praha: C. H. Beck, 2011, s. 49). Žalovaná souhlasí s žalobkyní, že jen z výše splátky nemůže spotřebitel dovodit, jaké budou celkové náklady na úvěr. Právě proto zákonodárce uložil věřiteli, který láká spotřebitele reklamou k uzavření spotřebitelské smlouvy pomocí osamoceného údaje o nákladech, aby jej přímo v takové reklamě informoval též o všech relevantních údajích vyjmenovaných v příloze č. 1 zákona o spotřebitelském úvěru, jež by spotřebiteli ve svém souhrnu poskytlly objektivnější obrázek o výhodnosti nabízeného produktu.
16. Co se týče výše pokuty, žalovaná odkázala na odůvodnění napadeného rozhodnutí, jímž korigovala úvahy správního orgánu ohledně ukládané sankce a přesvědčivě zdůvodnila její výši.
17. Ze správního spisu vyplývají následující, pro rozhodnutí soudu podstatné skutečnosti:
18. Na základě reklamy v letáku Kaufland platném od 6. 3. 2014 do 12. 3. 2014, jejímž zadavatelem byla žalobkyně, provedla ČOI dne 18. 4. 2014 kontrolu v provozovně žalobkyně, jejíž průběh je zaznamenán v protokolu o kontrole ze stejného dne. Kontrolou bylo zjištěno porušení ust. § 4 zákona o spotřebitelském úvěru, neboť reklama neobsahovala veškeré informace podle přílohy č. 1 k tomuto zákonu. V předmětném letáku jsou uvedeny informace: „*PŮJČÍME VÁM TŘEBA 500 000 Kč, jen za 4378 Kč měsíčně, Akce: Odklad 3 splátek ZDARMA!, ACEMA Credit, volejte zdarma 800 666 669, www.acema.cz, reprezentační příklad na www.acema.cz, Na tento produkt se nevztahuje zákon 145/2010 Sb.*“
19. Proti kontrolním zjištěním uvedeným v protokolu o kontrole uplatnila žalobkyně námitky, které správní orgán prvního stupně sdělením ze dne 22. 5. 2014 zamítl. Ve sdělení argumentoval i telefonátem inspektorky v postavení spotřebitele, který byl uskutečněn dne

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

15. 5. 2014 na telefonní číslo uvedené v předmětném inzerátu. Obsahem telefonického hovoru, jak vyplývá z úředního záznamu inspektorky ČOI založeného ve spise, byla možnost sjednání úvěru (na koupi auta) na základě předmětného inzerátu, kterou operátor potvrdil.
20. Dne 16. 10. 2014 oznámil správní orgán prvního stupně žalobkyni, že s ní bylo zahájeno správní řízení pro jednání, které lze kvalifikovat jako naplnění skutkové podstaty správního deliktu podle § 20 odst. 1 zákona o spotřebitelském úvěru. Dne 21. 11. 2014 byla žalobkyně informována o tom, že správní orgán prvního stupně shromáždil všechny podklady potřebné k rozhodnutí a že může do stanovené lhůty (10 dnů) uplatnit práva účastníka řízení. Žalobkyně se k věci vyjádřila dne 5. 11. 2014. Následně bylo vydáno rozhodnutí správního orgánu prvního stupně a k odvolání žalobkyně napadené rozhodnutí.
21. Dne 27.9.2018 bylo soudu doručeno vyjádření žalobkyně, v němž nad rámec své předchozí argumentace uvedla, že počet úvěrů poskytnutých z její strany v režimu zákona o spotřebitelském úvěru byl minimální, a to jak v období předcházejícím kontrole, tak po ní. Žalobkyně poskytovala zejména podnikatelské úvěry a úvěry poskytnuté pro účely bydlení, z celkového počtu úvěrů poskytnutých v letech 2013-2015, kterých bylo celkem 1213, byly pouze 3 úvěry spotřebitelské. Poskytování úvěrů v režimu zákona o spotřebitelském úvěru bylo tedy pro žalobkyni okrajovou záležitostí a k jejich nabízení nevyužívala reklamu. K prokázání tohoto tvrzení žalobkyně navrhla provedení důkazů výsledkem svědků, konkrétně L. N., členky představenstva žalobkyně, L. B., zaměstnankyně žalobkyně, R. V., bývalého člena představenstva a M. K., bývalého člena představenstva.
22. Ke svému tvrzení, že požadavek žalované na to, aby v inzerátu byla uvedena informace o tom, z jakého důvodu se na inzerovaný produkt nevztahuje zákon o spotřebitelském úvěru, nevyplývá z žádného právního předpisu, žalobkyně doplnila, že v opačném případě by musely být postiženy veškeré subjekty, včetně bank, které v předmětné době nabízely např. hypoteční úvěry či úvěry pro podnikatele. Žalobkyně poukázala na to, že tyto subjekty rovněž neuváděly důvod, proč se na daný produkt neaplikoval zákon o spotřebitelském úvěru. Žalobkyně v této souvislosti doložila příklady některých inzerátů z roku 2014 a upřesnila, že u všech těchto věřitelů šlo o subjekty, které rovněž poskytovaly spotřebitelské úvěry spadající do režimu zákona o spotřebitelském úvěru.
23. Ve věci samé proběhlo dne 18. 10. 2018 ústní jednání před soudem, při němž právní zástupce žalobce setrval na žalobním návrhu, odkázal na obsah žaloby a na její doplnění ze dne 27.9.2018. Zdůraznil, že žalobkyně poskytovala v rozhodném období minimum spotřebitelských úvěrů, což dokládají jí navržené důkazy. Žalovaná odkázala na své vyjádření k žalobě a uvedla, že předmětný správní delikt je deliktem ohrožovacím, a není tedy podstatné, zda k poskytnutí spotřebitelského úvěru skutečně došlo. Tato skutečnost byla zohledněna při úvahách o výši sankce. Soud následně rozhodl o zamítnutí návrhu žalobkyně na provedení jí označených důkazů pro nadbytečnost, neboť dospěl k závěru, že ve věci lze rozhodnout na základě správního spisu.

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

Při přezkumu zákonnosti napadeného rozhodnutí soud vycházel ze skutkového a právního stavu v době vydání rozhodnutí (§ 75 odst. 1 s.ř.s.). Nejprve se zabýval námitkou žalobkyně, že správní orgány nesprávně posoudily zadanou reklamu jako spotřebitelský úvěr. Zákon o spotřebitelském úvěru (pozn. soudu – tento zákon byl s účinností od 1. 12. 2016 zrušen zákonem č. 257/2016 Sb., o spotřebitelském úvěru) definoval v ust. § 1 spotřebitelský úvěr jako *odloženou platbu, půjčku, úvěr nebo jinou obdobnou finanční službu poskytnutou nebo přislíbenou spotřebiteli věřitelem nebo zprostředkovatelem*. Přitom *spotřebitelem* podle tohoto zákona je *fyzická osoba, která nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání*, a *věřitelem* je *osoba nabízející nebo poskytující spotřebitelský úvěr v rámci své podnikatelské činnosti nebo v rámci samostatného výkonu svého povolání* [§ 3 písm. a), b) zákona o spotřebitelském úvěru].

24. Za účelem posouzení povahy předmětného inzerátu, tj. zda se jednalo o reklamu na spotřebitelský úvěr či nikoli, je nutno vyjít z požadavku na širokou ochranu spotřebitele jako slabší strany potenciálního právního vztahu na trhu. Tato široká ochrana se projevuje nejen při posouzení již vzniklých právních vztahů, ale též při posouzení činnosti věřitelů (zprostředkovatelů) směřující ke vzniku těchto vztahů, tj. zejména v případě „vábení“ spotřebitelů na zboží nebo služby prostřednictvím reklamy. Je-li nastolen spor o to, zda posuzovaná reklama na poskytnutí úvěru mířila na spotřebitele či nikoli, je nutno zodpovědět otázku, zda taková reklama měla potenciál oslovit právě běžné spotřebitele. Vedle obsahu reklamy, tj. její textové i vizuální podoby, je třeba při tomto posouzení zohlednit rovněž skutečnost, jakým způsobem byla reklama šířena, tj. jaké komunikační prostředky byly k jejímu šíření využity. Tyto aspekty je nutno za účelem posouzení, jakému okruhu adresátů měla být reklama určena, zhodnotit v jejich souhrnu. Relevantní skutečností pro toto posouzení naopak není případné zjištění, zda na základě zkoumané inzerce skutečně došlo ke sjednání spotřebitelského úvěru či nikoli, ať už z jakýchkoli důvodů.
25. V projednávané věci není sporu o tom, jak předmětná reklama vypadala, co bylo jejím obsahem, kde a na jak dlouho byla uveřejněna. Soud považuje vyhodnocení skutečností týkajících se povahy předmětné reklamy ze strany žalované, resp. správního orgánu prvního stupně, za odpovídající realitě věci. O tom, že reklama mířila právě na spotřebitele, svědčí jak komunikační prostředek, který žalobce pro reklamu využil, tj. leták (zákaznické noviny) obchodního řetězce Kaufland, který je běžně distribuován zdarma do poštovních schránek spotřebitelů, tak i umístění inzerátu v části zákaznických novin, podle jejíhož obsahu lze rovněž usuzovat na to, že je určena běžnému spotřebiteli, jemuž jsou zákaznické noviny (letáky) uvedeného obchodního řetězce především určeny. Podstatné je též vizuální provedení reklamy, na níž vystupuje herecká osobnost, která je široké veřejnosti známá pro svoji podporu zvířecích miláčků, nikoli pro svoji odbornost v oblasti ekonomie či financí. Takové provedení inzerátu jistě mohlo v běžném spotřebiteli vzbudit dojem, že využití nabízeného produktu je určeno všem zájemcům, nikoli pouze podnikatelům.
26. K obraně žalobkyně, že inzerát obsahuje též text „*Na tento produkt se nevztahuje zákon 145/2010 Sb.*“, soud uvádí, že se ztotožňuje se závěrem žalované, že v kontextu ostatních aspektů posuzované reklamy nemohlo uvedení citovaného textu ve vztahu k běžnému spotřebiteli vyvolat ten efekt, který mu žalobkyně přisuzuje. Běžnému spotřebiteli, tj.

spotřebiteli, který je běžně informovaný, přiměřeně pozorný a obezřetný (viz např. rozsudky Soudního dvora EU ze dne 30.4.2014, Kásler a Káslerné Rábai, C-26/13, bod 74, ze dne 26.10.2016, Canal Digital Danmark, C-611/14, bod 39, či ze dne 20.9.2017, Andriuciu a další, C-186/16, bod 47) nejsou známa čísla konkrétních právních předpisů, a proto takovému dovětku nelze přisuzovat informační hodnotu, která by vyvážila převažující dojem z uveřejněné inzerce, tj. že se nabízí komukoli dostupná půjčka s možností odkladu splátek v určité výši.

27. Informace o tom, že na nabízený produkt se nevztahuje zákon 145/2010 Sb., je sice informací srozumitelnou, avšak nikoli bez dalšího, neboť předpokládá znalost čísel konkrétních právních předpisů u běžného spotřebitele, případně schopnost si uvedené číslo vyhledáním ke konkrétnímu právnímu předpisu přiřadit. Tento úkon jde již nad rámec toho, co lze od průměrného spotřebitele požadovat, zvláště pak u právního předpisu, který nelze označit za zavedený a známý ve všeobecném povědomí.
28. Žalobkyni lze přisvědčit v tom, že nebyla povinna v inzerátu uvádět informace o tom, z jakého důvodu se na propagovaný produkt nevztahuje zákon o spotřebitelském úvěru. Uvedení takové informace v předmětném inzerátu však nebyla požadována ani ze strany správních orgánů, jak žalobkyně opakovaně mylně uvádí. Pokud žalobkyně tvrdila, že se na produkt nabízený v předmětné reklamě nevztahuje zákon o spotřebitelském úvěru, odůvodňovala to fakticky pouze tím, že reklama obsahovala text „*Na tento produkt se nevztahuje zákon 145/2010 Sb.*“ Otázku správních orgánů po skutečných důvodech vyluky nabízeného produktu ze zákona o spotřebitelském úvěru (aniž by tyto důvody musely být uvedeny v předmětném inzerátu) proto lze hodnotit jako logickou. Soud k tomu dodává, že případná odpověď by však stejně nebyla pro posouzení povahy inzerátu určující, neboť pro účely podřazení inzerce pod režim zákona o spotřebitelském úvěru jsou stěžejní ty znaky reklamy, jež je schopen běžný spotřebitel seznat, nikoli ty, které v reklamě uvedeny ani nejsou.
29. Soud nevešel ani na obhajobu žalobkyně, že telefonát inspektorky ČOI ze dne 15.5.2014 na telefonní číslo uvedené v inzerátu a jeho výsledek (tj. sdělení, že na tomto čísle lze sjednat spotřebitelský úvěr) nelze použít v její neprospěch, neboť byl proveden více než dva měsíce od zveřejnění reklamy. Je sice hypoteticky možné, jak nastiňuje žalobkyně, že by ke zřízení služby k poskytování spotřebitelských úvěrů na uvedeném telefonním čísle došlo až poté, kdy byl inzerát zveřejněn, tato varianta se však soudu nejeví jako pravděpodobná. Zjištění pramenící z provedeného telefonátu prokazuje skutečnost, že žalobkyně na inzerovaném telefonním čísle nabízela sjednání spotřebitelských úvěrů, a to v době nepříliš vzdálené době zveřejnění inzerátu.
30. Jakkoli byla inzerce zveřejněna v novinách obchodního řetězce společně s nabídkou zboží tohoto řetězce s omezenou platností, z inzerátu jako takového žádné časové omezení nevyplývá, přičemž rubrika, ve které byl inzerát umístěn, nese zřetelné označení „Inzerce“. Běžný spotřebitel tak mohl důvodně předpokládat, že inzerce není omezena týdenní nabídkou obchodního řetězce, nýbrž že má trvalejší platnost. Rozhodl-li by se případný zájemce o sjednání úvěru u žalobkyně na základě předmětného inzerátu zavolat na příslušnou telefonní linku až s určitým časovým odstupem, konkrétně v době, kdy telefonát provedla inspektorka ČOI, možnost sjednání spotřebitelského úvěru by mu

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

pravděpodobně byla nabídnuta, stejně jako tomu bylo v případě telefonátu inspektorky ze dne 15.5.2014.

31. První žalobní námitku tedy shledal soud nedůvodnou se závěrem, že předmětná reklama, jejímž zadavatelem byla žalobkyně, nabízela sjednání úvěru spotřebitelům, a proto ji bylo nutno posuzovat v režimu zákona o spotřebitelském úvěru.
32. Žalobkyně dále namítala, že na reklamu se nevztahuje informační povinnost podle zákona o spotřebitelském úvěru, neboť informační povinnost podle ust. § 4 tohoto zákona se vztahuje pouze na reklamy, jejichž součástí je údaj o nákladech; takový údaj však dle žalobkyně v předmětné reklamě není. Ani tuto námitku nepovažuje soud za opodstatněnou.
33. Podle § 4 zákona o spotřebitelském úvěru, *jestliže je nabízen spotřebitelský úvěr nebo jeho zprostředkování reklamou, jejíž součástí je jakýkoliv údaj o jeho nákladech, musí reklama obsahovat jasným, výstižným a zřetelným způsobem formou reprezentativního příkladu informace uvedené v příloze č. 1 k tomuto zákonu*. Pojem „údaj o nákladech“ zákon o spotřebitelském úvěru blíže nedefinuje.
34. Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2008/48/ES ze dne 23.4.2008 o smlouvách o spotřebitelském úvěru a o zrušení směrnice Rady 87/102/EHS, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „směrnice“), která byla provedena do české právní úpravy právě zákonem o spotřebitelském úvěru, stanoví v čl. 4 odst. 1 (první pododstavec), že *jakákoli reklama týkající se úvěrových smluv, jež uvádí úrokovou sazbu nebo jakékoli údaje o nákladech úvěru pro spotřebitele, musí uvádět standardní informace v souladu s tímto článkem*. Při výkladu jednotlivých ustanovení směrnice je přitom třeba mít na paměti její cíl, kterým je široká ochrana spotřebitele (viz např. rozsudky Soudního dvora EU ze dne 8.12.2016, Verein für Konsumenteninformation, C-127/15, bod 27; ze dne 21.4.2016, Radlinger a Radlingerová, C-377/14, bod 61 či ze dne 18.12.2014, CA Consumer Finance, C-449/13, bod 21).
35. Soud je toho názoru, že „jakýmkoli údajem o nákladech“ úvěru pro spotřebitele je nutno rozumět takovou informaci, z níž si lze učinit alespoň dílčí představu o tom, jaké náklady bude muset spotřebitel v případě sjednání smlouvy o spotřebitelském úvěru vynaložit. Mezi takové informace jistě patří i údaj o výši měsíční splátky, který spotřebiteli indikuje pravidelnou měsíční výši nákladů na úvěr, neboť je tvořen (zpravidla) výší splácené jistiny a úrokem (shodně viz komentář k § 4 zákona o spotřebitelském úvěru, Wachtlová, L., Slanina, J.: Zákon o spotřebitelském úvěru. Komentář. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2011).
36. Žalobkyně uvedla, že údaj o výši splátky není zahrnutý mezi údaji o celkových nákladech úvěru, jimiž se podle § 3 písm. e) zákona o spotřebitelském úvěru rozumí *veškeré náklady, včetně úroků, provizí, daní a veškerých dalších poplatků, které spotřebitel musí zaplatit v souvislosti se spotřebitelským úvěrem a které jsou věřiteli známy, s výjimkou nákladů na služby notáře; do celkových nákladů se započítávají i náklady související s doplňkovými službami spotřebitelského úvěru, zejména pojistné, pokud je uzavření smlouvy o poskytnutí doplňkové služby povinné pro získání spotřebitelského úvěru nebo pro jeho získání za nabízených podmínek* [srov. obdobnou definici v § 3 písm. g) směrnice], a proto jej nelze za údaj o

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

nákladech úvěru považovat. Zároveň uvedla, že spotřebitel na základě informace o možné výši splátek nemůže být vtažen do jednání s věřitelem, neboť se jedná o sám o sobě nic neříkající údaj. Tuto argumentaci žalobkyně nelze akceptovat.

37. Jak bylo již zmíněno shora, z údaje o výši pravidelné měsíční splátky lze z pozice běžného spotřebitele (s ohledem na zavedené úvěrové zvyklosti) dovozovat, že vedle splátky jistiny zahrnuje zpravidla též splátku úroku, který je nákladem na spotřebitelský úvěr i podle citovaného ust. § 3 písm. e) zákona o spotřebitelském úvěru. I kdyby tomu tak případně nebylo a výše splátky by vyjadřovala toliko splátku jistiny (úmor), která nákladem na spotřebitelský úvěr není, bylo by v rozporu s účelem právní úpravy na ochranu spotřebitele, aby se na takovou reklamu nevztahovaly povinnosti plynoucí z čl. 4 zákona o ochraně spotřebitele. V takovém hypotetickém případě by totiž reklama mohla vyvolat ve spotřebiteli klamný dojem (být) ve vztahu k dílčím nákladům na úvěr, což by bylo v rozporu s výše zmíněným požadavkem (principem) široké ochrany spotřebitele.
38. Vzhledem k tomu, že výše měsíční splátky představuje pro běžného spotřebitele jeden ze zásadních údajů při rozhodování o tom, zda do smluvního vztahu vstoupí či nikoli, pro prvotní zaujetí pro nabízený produkt (aniž by spotřebitel znal přesné údaje o výši úroku) zcela postačuje, když se běžnému spotřebiteli bude takový (být) nepřesný údaj jevit jako výhodný. Lze tak souhlasit s žalovanou, že právě na tyto případy reklam, které obsahují toliko dílčí údaje o nákladech úvěru, dopadá povinnost poskytnout spotřebiteli takové informace, které by mu umožnily výhodnost nabízeného produktu zhodnotit objektivně a komplexněji.
39. Soud tedy dospěl k závěru, že uvedení číselného údaje o výši měsíční splátky úvěru (zde „jen za 4378 Kč měsíčně“) je „údajem o nákladech úvěru“ ve smyslu § 4 zákona o spotřebitelském úvěru, resp. čl. 4 odst. 1 směrnice, a proto se na žalobkyni vztahovala povinnost uvést jasným, výstižným a zřetelným způsobem formou reprezentativního příkladu informace uvedené v příloze č. 1 k zákonu o spotřebitelském úvěru. Protože této povinnosti žalobkyně nedostála, o čemž není sporu, dopustila se správního deliktu.
40. Soud nepřisvědčil ani námitce, že žalobkyni uložená sankce je nepřiměřeně vysoká.
41. Podle § 20 odst. 1 písm. a) zákona o spotřebitelském úvěru *se věřitel nebo zprostředkovatel dopustí správního deliktu tím, že nesplní povinnost podle § 4.*
42. Podle § 20 odst. 5 zákona o spotřebitelském úvěru se za správní delikt podle odstavce 1 uloží pokuta do 20 000 000 Kč. Podle § 21 odst. 2 zákona o spotřebitelském úvěru *se při určení výměry pokuty přihlídnou k závažnosti správního deliktu, zejména ke způsobu jeho spáchání a jeho následkům a k okolnostem, za nichž byl spáchán.*
43. Z napadeného rozhodnutí je zřejmé, že žalovaná přezkoumala úvahu správního orgánu prvního stupně o výši sankce a byť setrvala na uložené výši pokuty, dospěla k ní na základě jiného hodnocení. Žalovaná zdůraznila, že *spotřebitelé, kteří na předmětnou reklamu narazili, mohli pod dojmem výhodně vyhlízející výše splátky oslovit věřitele za pomoci zde uvedeného telefonního čísla, a i když by tímto způsobem ihned neuzavřeli smlouvu o úvěru, byli by již určitým způsobem vtaženi do jednání s věřitelem, což by zvýšilo pravděpodobnost, že skutečně využijí jeho nabídky. Pokud věřitel v reklamě neuvádí všechny povinné údaje, snižuje*

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

minimální orientaci spotřebitelů na trhu s úvěrovými produkty, když činí složitějším jejich vzájemné porovnávání. Byť je takový následek správního deliktu závažný méně než orgánem prvního stupně uváděná majetková újma, neshledává odvolací orgán přesto důvody ke snížení uložené sankce, neboť nad rámec okolností uvedených v prvoinstančním rozhodnutí za přitěžující považuje také počet chybějících údajů a jejich charakter. V tomto případě v reklamě absentovalo hned několik klíčových informací, mezi nimiž vyniká zejména roční procentní sazba nákladů, která by spotřebiteli umožnila kvalifikovaně porovnat tuto nabídku úvěrů s jinými. Skutečnost, že byl inzerát vydán v reklamním letáku velkého obchodního řetězce, který je zdarma distribuován velkému počtu domácností (...), je na místě hodnotit spíše k tíži než ve prospěch odvolatele. Tato skutečnost také vyvažuje okolnost, že odvolatel dle svého tvrzení na základě této reklamy žádný úvěr neposkytl, která by mohla být potenciálně hodnocena jako polehčující. Fakt, že mu není znám žádný poškozený spotřebitel, byl ve prospěch odvolatele hodnocen v rámci úvah o výši sankce již správním orgánem prvního stupně a podle názoru odvolacího orgánu k němu není na místě přihlížet výrazněji. Stejně tak hodnotil orgán prvního stupně adekvátně ve prospěch odvolatele i skutečnost, že se z jeho strany jednalo o první porušení zákona o spotřebitelském úvěru. Celkově tedy hodnotí odvolací orgán po zvážení všech okolností případu jednání odvolatele jako středně závažné, čemuž odpovídá orgánem prvního stupně vyměřená sankce ve výši 100 000 Kč.“

44. V rozsudku ze dne 30. 9. 2010, č. j. 7 As 71/2010- 97, publ. pod č. 2209/2011 Sb. NSS, Nejvyšší správní soud uvedl, „že ukládání trestu je založeno na dvou základních principech - principu zákonnosti trestu a individualizace trestu. Soud v rámci moderačního práva zkoumá, zda nedošlo k excesu při individualizaci trestu, tedy zda a jak bylo přihlédnuto ke všem specifikům konkrétního případu a zda byl v rámci zákonné trestní sankce vybrán pro pachatele takový druh trestu a v té výměře, která splní účel trestu a není zjevně nepřiměřená.“ Je přitom nutno si uvědomit, že trest nemá toliko funkci represivní, ale je též nástrojem preventivní ochrany a musí do určité míry „bolet“, aby plnil svůj účel (srov. rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 16.11.2004, č.j. 10 Ca 250/2003-48, publ. pod č. 560/2005 Sb. NSS).
45. Soud v projednávané věci shledal, že pokuta byla žalobkyni uložena v zákonem stanovených mezích. Žalovaná v rámci své správní úvahy náležitě posoudila jednotlivá zákonem vymezená kritéria (§ 21 odst. 2 zákona o spotřebitelském úvěru), resp. všechny žalobkyní zmiňované okolnosti, jak vyplývá z výše citované části napadeného rozhodnutí, a při tomto hodnocení si počínala logicky a racionálně; o překročení mezí správního uvážení či excesu při individualizaci trestu ze strany žalované tak nelze hovořit.
46. Soud nepovažuje stanovenou výši pokuty za nepřiměřenou, tím méně za zjevně nepřiměřenou, neboť odpovídá charakteru deliktního jednání a okolnostem jeho spáchání, přičemž ve vztahu k osobě žalobkyně, která je fungující akciovou společností, se zjevně nejedná o pokutu likvidační (tuto skutečnost ostatně žalobkyně ani netvrdila). Podmínky pro uplatnění moderačního práva soudu tak nebyly splněny.
47. Z výše popsanych důvodů soud žalobu podle § 78 odst. 7 s. ř. s. jako nedůvodnou zamítl.
48. Výrok o náhradě nákladů řízení je odůvodněn ust. § 60 odst. 1 s. ř. s. Žalované, která byla ve věci úspěšná, žádné náklady nad rámec běžné úřední činnosti v řízení nevznikly.

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.

Poučení:

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

Lhůta pro podání kasační stížnosti končí uplynutím dne, který se svým označením shoduje se dnem, který určil počátek lhůty (den doručení rozhodnutí). Připadne-li poslední den lhůty na sobotu, neděli nebo svátek, je posledním dnem lhůty nejbližší následující pracovní den. Zmeškání lhůty k podání kasační stížnosti nelze prominout.

Kasační stížnost lze podat pouze z důvodů uvedených v § 103 odst. 1 s. ř. s. a kromě obecných náležitostí podání musí obsahovat označení rozhodnutí, proti němuž směřuje, v jakém rozsahu a z jakých důvodů jej stěžovatel napadá, a údaj o tom, kdy mu bylo rozhodnutí doručeno.

V řízení o kasační stížnosti musí být stěžovatel zastoupen advokátem; to neplatí, má-li stěžovatel, jeho zaměstnanec nebo člen, který za něj jedná nebo jej zastupuje, vysokoškolské právnické vzdělání, které je podle zvláštních zákonů vyžadováno pro výkon advokacie.

Soudní poplatek za kasační stížnost vybírá Nejvyšší správní soud. Variabilní symbol pro zaplacení soudního poplatku na účet Nejvyššího správního soudu lze získat na jeho internetových stránkách: www.nssoud.cz.

Praha 18. října 2018

Mgr. Martin Kříž, v. r.

předseda senátu

Shodu s prvopisem potvrzuje L. H.