



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK

JMÉNEM REPUBLIKY

Krajský soud v Praze rozhodl v senátu složeném z předsedkyně Olgy Stránské a soudců JUDr. Věry Šimůnkové a JUDr. Milana Podhrázkého, ve věci žalobce **P. M. s. r. o.**, se sídlem xx, zastoupeného JUDr. Davidem Cigánkem, advokátem se sídlem Balbínova 223, Praha 2, proti žalovanému **Ministerstvu průmyslu a obchodu**, se sídlem Na Františku 32, Praha 1, o žalobě proti rozhodnutí žalovaného ze dne 13. 5. 2013, č. j. 17419/13/41220, o pokutě za správní delikt,

t a k t o :

- I.** Žaloba **s e z a m í t á .**
- II.** Žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení.

O d ů v o d n ě n í :

Žalobou podanou u Krajského soudu v Praze se žalobce domáhá zrušení v záhlaví označeného rozhodnutí žalovaného, kterým bylo k jeho odvolání změněno rozhodnutí (upravena formulace výroku ve vztahu k výrobku „zahradní houpačka“) Krajského úřadu Středočeského kraje (dále jen „správní orgán prvního stupně“) ze dne 22. 2. 2013, č. j. 024181/2013/KUSK, kterým byla žalobci udělena pokuta ve výši 60.000,- Kč za spáchání správního deliktu podle ustanovení § 8a odst. 2 písm. d) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci

reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o regulaci reklamy“), kterého se měl dopustit tím, že jako zadavatel zadal reklamu na výrobky „víno RIOJA“, „zahradní houpačka“ a „granule Pedigree“, která je nekalou obchodní praktikou podle ustanovení § 4 odst. 1 a 3, v návaznosti na ustanovení § 5 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, uvedenou v příloze č. 1 písm. d) téhož zákona, jelikož nabízel v období letákové akce uvedené výrobky, aniž by byly na příslušných prodejnách k dispozici v přiměřeném množství, a ve zbytku bylo odvolání žalobce zamítnuto a toto rozhodnutí potvrzeno.

Žalobce nejprve namítl, že byl v řízení před správním orgánem prvního stupně zkrácen na svých právech, když výzva k seznámení se s podklady pro vydání rozhodnutí podle ustanovení § 36 odst. 3 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „s. ř.“), byla doručena přímo jemu, a nikoliv jeho právnímu zástupci, v důsledku čehož byl (vzhledem ke své velikosti a složité organizační struktuře) připraven o možnost vyjádřit se k podkladům rozhodnutí.

Dále žalobce zpochybnil postup žalovaného, který závěr o nedostatečném množství nabízeného zboží postavil v zásadě tak, že počet distribuovaných letáků se rovná počtu oslovených zákazníků, což nemůže obstát, jelikož mnoho letáků je ztraceno a mnoho jich potenciálními zákazníky není ani vnímáno. Žalovaný tak podle názoru žalobce pochybil, když se spokojil s absolutním číslem distribuovaných letáků, aniž by okolnosti jejich distribuce dále zkoumal a nezjistil tak řádně skutkový stav.

Ve vztahu k výrobku „víno RIOJA“ žalobce uvedl, že se žalovaný nezabýval tím, že měl vytvořeny dostatečné předzásoby tohoto výrobku (konkrétně 79ks), z nichž však většina (60 ks) byla nečekaně prodána několik dní před začátkem akce a žalobce tak již nemohl stihnout dostatečné zásoby zajistit.

K výrobkům „víno RIOJA“ a „granule Pedigree“ dále žalovaný upozornil, že v předmětných letácích bylo ve spodní části poslední, případně i první, strany letáku, uvedeno upozornění, že *„pokud v důsledku nečekaně vysoké poptávky dojde k nedostatku určitého zboží, omlouváme se a děkujeme za pochopení“*. Tímto upozorněním pak žalobce podle svého názoru naplnil požadavek zveřejnění důvodu podle Přílohy č. 1 písm. d) zákona o ochraně spotřebitele.

Dále žalobce namítl zmatečnost výroku správního orgánu prvního stupně, pokud jde o výrobek „zahradní houpačka“ a dodal, že žalovaný měl místo změny výroku prvoinstanční rozhodnutí zrušit a vrátit věc zpět správnímu orgánu prvního stupně. Tím, že tak neučinil, porušil žalovaný zásadu dvojinstančnosti řízení.

Konečně žalobce uvedl, že žalovaný neuznal jako polehčující okolnost při ukládání pokuty to, že žalobce v průběhu řízení se správními orgány spolupracoval a poukázal na

ustanovení § 41 písm. l) a m) zákona č. 40/2009 Sb., trestního zákoníku, ve znění pozdějších předpisů, které by mělo být podle jeho názoru užito analogicky i v oblasti správního trestání.

Z výše uvedených důvodů žalobce navrhl, aby napadené rozhodnutí žalovaného bylo zrušeno a věc byla vrácena Ministerstvu průmyslu a obchodu k dalšímu řízení.

Žalovaný ve svém vyjádření k námitce porušení ustanovení § 36 odst. 2 a 3 s. ř. zdůraznil, že v projednávané věci rozhodoval správní orgán prvního stupně již podruhé, když jeho předchozí rozhodnutí bylo žalovaným zrušeno. K vyjádření se k podkladům původního rozhodnutí byl žalobce řádně vyzván a po seznámení se s obsahem spisu se k nim vyjádřil dopisem ze dne 12. 11. 2012. Od tohoto zrušení byl správní spis doplněn pouze o sdělení žalobce ze dne 6. 2. 2013. Výzva k vyjádření k podkladům rozhodnutí byla doručena přímo společnosti P. M. s.r.o., žalobce skutečnost, že mu výzva k vyjádření k podkladům rozhodnutí byla doručena, nezpochybnil. Žalovaný uvedl, že účastník má možnost vyjádřit své stanovisko kdykoliv během řízení bez ohledu na to, zda je k tomu vyzván. Jeho právo vyjádřit se k podkladům rozhodnutí tedy podle žalovaného nemohlo být porušeno samotným problematickým doručením výzvy k vyjádření. Z toho důvodu pak dle žalovaného nebyl žalobce nikterak zkrácen na svých právech formálním pochybením správního orgánu prvního stupně.

Žalovaný souhlasil se žalobcem, že počet distribuovaných letáků nelze ztotožnit s počtem oslovených zákazníků, nicméně vzhledem ke zjevnému nepoměru mezi množstvím distribuovaných letáků (v řádu tisíců ks) a množstvím dostupných výrobků na jednotlivých prodejnách (v řádu jednotek ks – víno RIOJA, zajištěno 18 ks, zahradní houpačka, zajištěny 3, resp. 2 ks, granule Pedigree, zajištěny 2 ks) závěr, že reklamou byl osloven počet zákazníků výrazně převyšující množství nabízeného množství, obстоjí i bez dalšího ověřování.

K otázce předzásob výrobku „víno RIOJA“ a k tomu, že tato zásoba se v průběhu týdne před počátkem akce, konkrétně dne 13. 4. 2012, snížila, neboť tento den došlo k prodeji 60 ks tohoto vína, žalovaný uvedl, že ani 79 ks lahví vína by nepředstavovalo přiměřené množství vzhledem k tomu, že se jedná o zboží krátkodobé spotřeby, zlevněné o 50% a nabízené prostřednictvím 11 405 ks letáků. Navíc, vzhledem k tomu, že podnikatel musel očekávat alespoň nějaký odprodej v době od 13. 4. 2012 do prvního dne akce, tedy do 16. 4. 2012, bylo by množství zboží dostupné na začátku akce patrně nižší než 79 ks. Rovněž uvedl, že žalobce v průběhu správního řízení netvrdil, že by odprodej 60 ks daného výrobku 3 dny před začátkem akce byl neobvyklý a neočekávatelný a správní orgány obou stupňů tak neměly důvod se touto otázkou blíže zabývat. Zdůraznil, že pro posouzení, zda podnikatel zajistil přiměřené množství zboží, je rozhodné množství zboží, které je k dispozici v den zahájení akce za inzerovanou cenu. Vzhledem k tomu že množství zjištěného zboží bylo zcela zřejmě nepřiměřené vzhledem k povaze zboží, výši slevy a rozsahu reklamy, nemusel Krajský úřad ani žalovaný určovat, jaké množství zboží by bylo přiměřené, a tedy ani obvyklou poptávku po tomto zboží.

K námitce žalobce, že sdělení uvedená na letáčích u výrobků „víno RIOJA“ a „granule Pedigree“ představuje uveřejnění důvodů ve smyslu písm. d) Přílohy č. 1 zákona č. 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele, žalovaný poukázal na to, že k naplnění skutkové podstaty

předmětného správního deliktu dojde tím, že podnikatel nezajistí přiměřené množství daného zboží, nikoliv tím, že v některém okamžiku trvání akce nebude zboží v prodejně k dispozici. Přiměřené množství zboží by podle názoru žalovaného mělo uspokojit poptávku, kterou lze očekávat. Sdělení zveřejněné žalobcem se týkalo pouze situace, kdy poptávka očekávání překročí, tedy je vyšší, než jaká může být uspokojena přiměřeným množstvím. Dodal, že sdělení uvedené v předmětných letácích neobsahuje žádné důvody, na základě kterých se mohl podnikatel domnívat, že nezajistí zboží v přiměřeném množství, ale pouze uvádí omluvu pro případ, že zboží nebude dostatek pro uspokojení nečekaně zvýšené poptávky, a proto není námitka odvolatele, že zveřejněný text představuje zveřejnění důvodů podle Přílohy 1 písm. d) zákona o ochraně spotřebitele, důvodná.

Pokud jde o námitku žalobce, že žalovaný postupoval v rozporu se zákonem, když změnil formulaci popisu skutku ve výroku rozhodnutí, místo, aby rozhodnutí Krajského soudu zrušil, žalovaný uvedl, že popis skutku uvedený ve výroku rozhodnutí obsahuje podle jeho názoru skutečnosti, které záměnu vylučují, protože je v něm uvedeno, že žalobce se dopustil správního deliktu tím, že zadal reklamu, která je nekalou obchodní praktikou a tato reklama je popsána svým umístěním v letáku platném od 27. 4. do 3. 5. 2012 a identifikací zboží, kterého se týkala, označením jeho druhu, váhy a ceny, dále je ve výroku uvedeno, že žalobce nezajistil přiměřené množství zboží a vyplývá z něj také, že žalobce neuvedl relevantní důvody, které by mohly být příčinou tohoto nezajištění. Žalovaný změnou výroku pouze odstranil zjevnou formulační nepřesnost správního orgánu prvního stupně, aniž by měla vliv na věcný obsah výroku a aniž tím jakkoliv poškodil práva žalobce.

Konečně žalovaný odmítl i argumentaci žalobce ohledně polehčujících okolností při rozhodování o výši uložené pokuty a uvedl, že spolupráce se správními orgány není něčím, co by muselo být zohledněno podle ustanovení § 8b odst. 2 zákona o regulaci reklamy. Při stanovení výše pokuty není potřeba postupovat podle kritérií uvedených v trestním zákoníku a to tím spíše, že v zákoně o regulaci reklamy jsou stanovena kritéria, ke kterým má být při stanovení výše pokuty přihlédnuto, tedy tento zákon obsahuje speciální úpravu. Závěrem žalovaný navrhl zamítnutí žaloby.

U jednání soudu zástupce žalobce uvedl, že chce doplnit pasáž žaloby, která se týká omluvy žalobce za případný nedostatek zboží na prodejně. Uvedl, že žalobce se nechtěl omluvit, ale jedná se o omluvné oznámení, ve kterém jsou zveřejňovány důvody uvedené v Příloze 1, písm. d) zákona o ochraně spotřebitelů. K tomuto oznámení přistupuje ještě oznámení další, a to označení zboží hvězdičkou. Jedná se o zboží, které není v běžném sortimentu žalobce, což je na dolní straně letáku vysvětleno, včetně údaje, že zboží je v prodeji pouze první den akce, resp., že akce platí pouze první den. Trval na zrušení rozhodnutí žalovaného a na nákladech řízení žádal náhradu za 4 úkony právní služby, 4x režijní paušál, DPH a náhradu soudního poplatku.

Žalovaný navrhl zamítnutí žaloby a dodal, že porušení zákona bylo u žalobce zjištěno, a proto mu byla uložena sankce. Práva na náhradu nákladů řízení se vzdal.

Krajský soud v Praze zjistil ze správního spisu následující skutečnosti:

Dne 18. 4. 2012 provedl správní orgán prvního stupně kontrolu dodržování zákona o regulaci reklamy v provozovně žalobce v K., při které bylo zjištěno, že se v provozovně nenachází výrobek „víno RIOJA“. Tento výrobek byl propagován formou letákové akce platnou pro dny 16. 4. 2012 – 19. 4. 2012, distribuováno bylo 11 405 kusů letáků. Následným šetřením bylo zjištěno, že ke dni 13. 4. 2012 bylo na skladě celkem 79 ks výrobků, přičemž 60 ks bylo ten den odprodáno. V den počátku letákové akce bylo na prodejně k dispozici spotřebitelům 18 ks výrobků.

Dne 4. 5. 2012 obdržel správní orgán prvního stupně podnět od spotřebitele, který si neúspěšně pokoušel zakoupit výrobek „zahradní houpačka“ v průběhu letákové akce platné ve dnech 27. 4. 2012 – 3. 5. 2012 v provozovnách žalobce v H. a B.. Tento výrobek byl propagován formou letákové akce platné pro dny 27. 4. 2012 – 3. 5. 2012, distribuováno bylo 18 011 kusů letáků pro oblast H. a 18 157 kusů letáků pro oblast B.. Následným šetřením bylo zjištěno, že ke dni 27. 4. 2012 byl na skladě provozovny Hodonín celkem 1 ks zahradní houpačky a na skladě provozovny B. byly celkem 2 ks zahradních houpaček.

Dne 27. 6. 2012 obdržel správní orgán prvního stupně podnět od spotřebitele, který si neúspěšně pokoušel zakoupit výrobek „granule Pedigree“ v průběhu letákové akce platné ve dnech 18. 6. 2012 – 21. 6. 2012 v provozovně žalobce v P.. Tento výrobek byl propagován formou letákové akce platné pro dny 18. 6. 2012 – 21. 6. 2012, distribuováno bylo 4 908 kusů letáků. Následným šetřením bylo zjištěno, že v provozovně bylo toto zboží k dispozici pouze v počtu 2 kusů.

Dne 11. 10. 2012 vydal správní orgán prvního stupně příkaz, kterým uložil žalobci podle ustanovení § 8a odst. 6 písm. c) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů (dále jen zákon o regulaci reklamy), pokutu ve výši 60.000 Kč za spáchání správního deliktu podle ustanovení § 8a odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy, kterého se dopustil tím, že jako zadavatel zadal reklamu, která je nekalou obchodní praktikou podle § 4 odst. 1 a 3, v návaznosti na § 5 odst. 3 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále jen zákon o ochraně spotřebitele), uvedenou v Příloze č. 1 téhož zákona pod písm. d) této přílohy, kde je definována tzv. vábivá reklama, která je považována za klamavou obchodní praktiku, pokud podnikatel nabízí ke koupi výrobky nebo služby za určitou cenu, aniž by zveřejnil důvody, na jejichž základě se může domnívat, že nebude sám, nebo prostřednictvím jiného podnikatele schopen zajistit dodávku uvedených nebo rovnocenných výrobků nebo služeb za cenu platnou pro dané období a v přiměřeném množství vzhledem k povaze výrobku nebo služby, rozsahu reklamy a nabízené ceny a která je zakázána v § 2 odst. 1 písm. c) zákona o regulaci reklamy.

Proti uvedenému příkazu podal žalobce odpor. Dne 16. 11. 2012 vydal správní orgán prvního stupně rozhodnutí, kterým byla žalobci udělena pokuta ve výši 60.000,- Kč za spáchání správního deliktu podle ustanovení § 8a odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy. Toto rozhodnutí bylo k odvolání žalobce žalovaným dne 21. 1. 2013 zrušeno a věc byla správnímu orgánu prvního stupně vrácena k novému projednání. Dne 11. 2. 2013 vydal správní orgán prvního stupně vyrozumění účastníkovi o možnosti vyjádřit se k podkladům rozhodnutí podle ustanovení § 36 odst. 3 s. ř., které téhož dne doručil do datové schránky

žalobce. Dne 22. 2. 2013 vydal správní orgán prvního stupně rozhodnutí, kterým byla žalobci udělena pokuta ve výši 60.000,- Kč za spáchání správního deliktu podle ustanovení § 8a odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy, kterého se dopustil tím, že jako zadavatel zadal reklamu (na výrobky „víno RIOJA“, „zahradní houpačka“ a „granule Pedigree“), která je nekalou obchodní praktikou podle ustanovení § 4 odst. 1 a 3, v návaznosti na ustanovení § 5 odst. 3 zákona o ochraně spotřebitele, uvedenou v Příloze č. 1 písm. d) tohoto zákona, kde je definována tzv. vábivá reklama a která je zakázána v § 2 odst. 1 písm. c) zákona o regulaci reklamy, neboť

- a) nabízel v období letákové akce platné od 16. 4. do 19. 4. 2012 zboží RIOJA červené víno, 0,75 l za cenu 34,90 Kč, přičemž toto zboží bylo k dispozici spotřebitelům v provozovně v K. v množství 18 kusů, což nelze považovat vzhledem k povaze výrobku, rozsahu reklamy, kdy bylo pro oblast provozovny distribuováno 11 405 ks letáků a nabízené ceně 34,90 Kč, když původní cena zboží byla 69,90 Kč a jde o 50% slevu, za přiměřené množství,
- b) nabízel v období letákové akce platné od 27. 4. do 3. 5. 2012 zboží zahradní houpačka, nosnost 220 kg za 1 190 Kč, přičemž zahradní houpačka byla k dispozici spotřebitelům v provozovně v H. a Brno – S. v množství 3 kusů, což nelze považovat vzhledem k povaze výrobku, rozsahu reklamy, když bylo pro oblast provozovny v H. distribuováno 18 011 kusů letáků a pro B. 18 157 kusů letáků, a šlo podle letáku o 20% slevu, považovat za přiměřené množství,
- c) nabízel v období letákové akce platné od 18. 6. do 21. 6. 2012 zboží granule Pedigree, 10 kg za cenu 229 Kč, přičemž zboží bylo k dispozici spotřebitelům v provozovně v P. v množství 2 kusů, což nelze vzhledem k povaze výrobku, rozsahu reklamy, když bylo pro oblast provozovny v P. distribuováno 4 908 kusů letáků a nabízené ceně 299 Kč, když původní cena zboží byla 519 Kč a jde o 42% slevu, považovat za přiměřené množství,
- d) u všech případů nezveřejnil důvody, na jejichž základě se mohl domnívat, že nebude schopen sám nebo prostřednictvím jiného podnikatele zajistit dodávku uvedeného nebo rovnocenného výrobku za cenu platnou pro dané období a v přiměřeném množství.

Proti rozhodnutí správního orgánu prvního stupně podal žalobce odvolání, o kterém rozhodl dne 13. 5. 2013 žalovaný napadeným rozhodnutím tak, že rozhodnutí Krajského úřadu Středočeského kraje, odboru vnitřních věcí a krajského živnostenského úřadu změnil tak, že ve výroku č. I. písm. b) slovo „neboť“ nahradil slovem „a“ a výrokem č. II. rozhodnutí správního orgánu 1. stupně ve zbytku potvrdil a odvolání zamítl. V odůvodnění svého rozhodnutí se žalovaný ztotožnil se závěry správního orgánu prvního stupně s tím, že ve všech případech byl zjištěn zjevný nepoměr mezi množstvím oslovených zákazníků a množstvím výrobků dostupných na prodejně. K otázce formulace výroku ve vztahu k výrobku „zahradní houpačka“ uvedl, že se jedná o stylistickou nepřesnost správního orgánu prvního stupně, kterou je možné opravit v odvolacím řízení, jelikož tím není žalobci způsobena žádná újma, vzhledem k tomu, že dotýčný skutek je v rozhodnutí správního orgánu prvního stupně

vymezen dostatečně a jednoznačně. Pokud jde o doručení výzvy podle ustanovení § 36 odst. 3 s. ř. s. přímo žalobci (a nikoliv jeho zmocněnci), upozornil žalovaný, že do spisu byly (po zrušení předchozího rozhodnutí) doplněny pouze dokumenty zaslané žalobcem a toto pochybení tak nemohlo mít vliv na zákonnost rozhodnutí. K otázce zohlednění spolupráce žalobce se správními orgány při určení výše trestu pak uvedl, že tato spolupráce je povinností žalobce podle ustanovení § 7a odst. 2 zákona o regulaci reklamy.

Krajský soud v Praze přezkoumal napadené rozhodnutí v rozsahu uplatněných žalobních bodů, jimiž je vázán [§ 75 odst. 2 věta první zákona č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, ve znění pozdějších předpisů (s. ř. s.)]. Vycházel ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době rozhodování správního orgánu (§ 75 odst. 1 s. ř. s.) a dospěl přitom k závěru, že žaloba není důvodná.

První námitkou žalobce je tvrzené pochybení správního orgánu prvního stupně, který nezaslal výzvu podle ustanovení § 36 odst. 3 s. ř. zmocněnci žalobce, ale přímo žalobci, což mělo dle žalobce za následek, že byl připraven o možnost vyjádřit se k podkladům rozhodnutí. Tato námitka není důvodná. Soud sice souhlasí se žalobcem, že správní orgán prvního stupně pochybil, ale ve shodě s žalovaným má za to, že toto pochybení nemohlo mít za následek nezákonné rozhodnutí ve věci. Stěžejním argumentem pro soud je skutečnost, že ve věci bylo správním orgánem prvního stupně rozhodováno již podruhé, přičemž od zrušení jeho prvního rozhodnutí žalovaným byly do spisu doplněny pouze listiny předložené žalobcem samotným. Lze tak učinit závěr, že žalobci byl obsah spisu znám a mohl tedy své vyjádření k podkladům rozhodnutí připravit i dříve, než mu vůbec byla výzva zaslána. Soud tak konstatuje, že žalobce nebyl komplikacemi, které vyplynuly z doručení předmětné výzvy přímo jemu do datové schránky, na svých právech nijak zkrácen.

Druhou žalobní námitkou je tvrzení, že žalovaný nedostatečně zkoumal distribuci letáků a spokojil se (pro závěr o zjevné nepřiměřenosti dostupného množství zboží) pouze s absolutním číslem distribuovaných letáků. Ani této námitce soud nepřisvědčil. Městský soud v Praze např. ve svém rozhodnutí sp. zn. 5 Ca 7/2007, publikovaném ve sbírce rozhodnutí NSS pod číslem Sb. NSS 2320/2011, uvedl: *„Hodlá-li regulační orgán postihnout podnikatele za to, že zveřejnil zakázanou reklamu uvádějící zvláštní nabídku zboží, není povinen místo podnikatele hledat odpovědi na to, jakou poptávku měl podnikatel na základě takové nabídky očekávat, zda povaha zboží odpovídala inzerované ceně nebo kolik zájemců o zboží nebylo fakticky uspokojeno. Pro závěr, že podnikatel porušil zákaz podle § 2b odst. 1 citovaného zákona, postačí zjištění, že množství zboží, které je v provozovně ve skutečnosti k dispozici, je ve zcela zjevném nepoměru k množství potenciálních zákazníků, které podnikatel oslovil inzercí plošně vhazovanou do poštovních schránek“*. Závěry městského soudu lze plně vztáhnout na projednávaný případ, jelikož množství dostupného zboží (18 ks, 2 ks a 3ks) je ve zcela zjevném nepoměru k množství distribuovaných letáků, které u výrobku „víno RIOJA“ přesáhlo 11 000 ks, u výrobku „zahradní houpačka“ dokonce 18 000 ks a u výrobku „granule Pedigree“ 4 000 ks. Soud tak konstatuje, že závěry žalovaného v napadeném rozhodnutí obstojí a k derogačnímu zásahu soudu zde není důvod.

Třetí námitkou žaloby je námitka, že se žalovaný nezabýval otázkou významného počtu předzásob u výrobku „víno RIOJA“. Tato námitka není důvodná. Podle ustanovení § 89

odst. 2 s. ř. odvolací správní orgán přezkoumává správnost napadeného rozhodnutí jen v rozsahu námitek uvedených v odvolání, jinak jen tehdy, vyžaduje-li to veřejný zájem. V projednávané věci žalobce tento argument ve svém odvolání neuvedl a žalovaný se s ním tak vypořádat ani nemohl. Správní orgán prvního stupně existenci předzásob ke dni 13. 4. 2012 ve svém rozhodnutí výslovně zmínil, ale nepovažoval ji za natolik významnou pro své závěry, aby se jí dále zabýval. Pokud měl žalobce za to, že tato okolnost je pro řízení podstatná, nic mu nebránilo, aby na ni ve svém odvolání upozornil, včetně závěrů, které z ní pro řízení vyvozuje. To však neučinil a žalovaný tak neměl žádný důvod se touto otázkou blíže zabývat a nelze mu proto vyčítat, že tak neučinil.

Čtvrtou námitkou žalobce je námitka, že text ve spodní části letáků vztahujících se k výrobkům „víno RIOJA“ a „granule Pedigree“ je vysvětlením ve smyslu Přílohy č. 1, písm. d) zákona o ochraně spotřebitele. Ani tuto námitku neshledal soud důvodnou. Soud zcela souhlasí se závěrem správního orgánu prvního stupně i s vyjádřením žalovaného v napadeném rozhodnutí, že text uvedený na předmětných letácích upozorňuje na situaci, kdy v důsledku neočekávaně vysoké poptávky nemusí být nabízené zboží k dispozici po celou dobu akce, což však nijak nesouvisí se skutkovou podstatu správního deliktu, jehož se žalobce dopustil. Podle ustanovení Přílohy č. 1, písm. d) zákona o ochraně spotřebitele, obchodní praktiky jsou vždy považovány za klamavé, pokud podnikatel nabízí ke koupi výrobky nebo služby za určitou cenu, aniž by zveřejnil důvody, na jejichž základě se může domnívat, že nebude sám nebo prostřednictvím jiného podnikatele schopen zajistit dodávku uvedených nebo rovnocenných výrobků nebo služeb za cenu platnou pro dané období a v přiměřeném množství vzhledem k povaze výrobku nebo služby, rozsahu reklamy a nabízené ceny (vábivá reklama). Z výše uvedeného je zřejmé, že důvody, které je podnikatel povinen zveřejnit (chce-li se vyhnout postihu), se musí vztahovat ke schopnosti podnikatele zajistit dostatečné množství zboží vzhledem k jeho povaze, ceně a povaze reklamy. Text, uvedený na letácích žalobcem, se však týká pouze situace neočekávané – výrazně vyšší poptávky spotřebitelů po nabízeném zboží, než je možné vzhledem k okolnostem očekávat. Taková situace však není pro posouzení naplnění skutkové podstaty citovaného správního deliktu rozhodná, jelikož pokud podnikatel zajistí dostatečné (tedy okolnostem přiměřené) zásoby nabízeného zboží, není důležité, jaká byla skutečná poptávka spotřebitelů po nabízeném zboží a případnou neočekávaně vysokou poptávku mu již nelze klást k tíži. V projednávaném případě je zjevné, že žalobce měl k dispozici tak malé množství nabízeného zboží, že bylo ve zcela zjevném nepoměru ke všem okolnostem (k povaze zboží a množství distribuovaných letáků), že nebyl schopen ani zdaleka uspokojit poptávku zcela očekávatelnou, natož pak poptávku neočekávanou, kterou zmínil v textu na předmětných letácích.

Skutečnosti, které uvedl zástupce žalobce u jednání soudu v souvislosti s „omluvou žalobce“ uváděnou na letácích, považuje soud za nové žalobní body, které však byly podány po lhůtě stanovené zákonem pro podání žaloby, a proto k nim soud nemohl přihlídnout.

Pátou námitkou je nesouhlas žalobce s postupem žalovaného, který změnil část výroku rozhodnutí správního orgánu prvního stupně (nahradil spojku „neboť“ spojkou „a“ v části výroku týkající se výrobku „zahradní houpačka“), místo aby toto rozhodnutí zrušil a vrátil mu věc zpět k dalšímu řízení. Tato námitka není důvodná. Výrok rozhodnutí správního orgánu 1. stupně nepokládá soud za zmatečný a žalovaný jeho výrok pouze upřesnil. Soud má za to,

že se žalovaný v napadeném rozhodnutí s uvedenou argumentací žalobce řádně vypořádal a souhlasí s jeho závěrem, že z rozhodnutí správního orgánu prvního stupně jako celku i ze všech okolností případu je nepochybné, co je žalobci kladeno za vinu. Vzhledem k tomu lze souhlasit se závěrem žalovaného, že došlo pouze k neobratné formulaci výroku, který je možné odvolacím rozhodnutím změnit, jelikož žalobci takovým postupem nebyla způsobena újma z důvodu ztráty možnosti se odvolat.

Poslední námitkou žalobce je nezohlednění jeho spolupráce se správními orgány při stanovení výše pokuty. Ani tato námitka není důvodná. Jak žalovaný správně uvedl v napadeném rozhodnutí, povinnost spolupráce ukládá žalobci ustanovení § 7a odst. 2 zákona o regulaci reklamy, podle kterého je zadavatel reklamy povinen na výzvu orgánů dozoru pro účely správního řízení podle tohoto zákona sdělit bez zbytečného odkladu údaje o širiteli a o zpracovateli jím zadané reklamy a další materiály a informace vztahující se k této reklamě. S ohledem na tuto povinnost není na místě užití analogie s ustanovením § 41 písm. l) trestního zákoníku, které uvádí spolupráci obviněného jako polehčující okolnost. Obviněný v trestním řízení totiž (na rozdíl od žalobce v projednávané věci), není povinen s orgány činnými v trestním řízení na objasnění své trestné činnosti nikterak spolupracovat. Pokud se však pro tuto spolupráci (ke které není, a z ústavněprávního hlediska ani být nemůže, nikterak nucen), rozhodne, oceňuje zákonodárce tuto spolupráci její kvalifikací jako polehčující okolnost. Žalovaný tak nikterak nepochybil, pokud plnění zákonné povinnosti žalobcem nezahrnul mezi polehčující okolnosti. Správní orgán prvního stupně ve svém rozhodnutí dostatečně ozřejmil, jakými okolnostmi se řídil při ukládání pokuty a jeho závěry dle názoru soudu plně obstojí. Na okraj věci soud upozorňuje, že pokuta byla žalobci uložena při dolní hranici zákonem stanovené sazby, jelikož podle ustanovení § 8a odst. 6 písm. c) zákona o regulaci reklamy bylo žalobci možno uložit pokutu až ve výši 5.000.000,- Kč.

Soud souhlasí se závěrem správních orgánů, že se žalobce správního deliktu spočívajícího v porušení zákazu reklamy, která je nekalou obchodní praktikou, dopustil, proto dospěl k závěru, že žaloba není důvodná, a podle ustanovení § 78 odst. 7 s.ř.s., ji zamítl.

O náhradě nákladů řízení rozhodl soud podle ustanovení § 60 odst. 1 s. ř. s. Žalobce nemá právo na náhradu nákladů řízení, neboť ve věci neměl úspěch. Žalovanému pak náklady řízení nevznikly. Soud proto rozhodl, že žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení.

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.

V Praze dne 26. května 2015

Olga Stránská, v. r.
předsedkyně senátu

Za správnost vyhotovení:
Vlasáková