



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedy senátu JUDr. Slavomíra Nováka a soudců JUDr. Hany Pipkové a JUDr. Marcely Rouskové v právní věci žalobkyně: **WALMARK, a.s., IČO: 005 36 016**, se sídlem Třinec, Oldřichovice 44, zastoupena Mgr. Vojtěchem Novotným, advokátem v Praze 1, Karlovo nám. 24, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, se sídlem Praha 2, Škrétova 44/6, v řízení o žalobě proti rozhodnutí žalované, č. j. had/3970/2012, ze dne 31. 10. 2012,

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:

Žalobkyně se včas podanou žalobou dne 24. 1. 2013 domáhala zrušení rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání, č. j. had/3970/2012, ze dne 31. 10. 2012, kterým byla podle § 8a odst. 2 písm. g) a podle § 8a odst. 6 písm. b) 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, ve znění pozdějších předpisů, společnosti WALMARK uložena pokuta ve výši 1,100.000 Kč, když zadáním obchodního sdělení v rámci teleshoppingu Tipy Ptáka Loskutáka s podtitulem teleshoppingový blok, odvysílaného dne 30. 10. 2011 od 18:15 hod. na programu NOVA porušila § 5d odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy, neboť v předmětném obchodním sdělení dochází k deklarování preventivního účinku doplňku stravy Proenzi 3+ a jeho možného léčivého účinku ve vztahu k potlačení zánětu kloubů při užívání, a to konkrétně odvoláváním se na protizánětlivý účinek přípravku

Proenzi 3+ („*existuje doplněk stravy Proenzi 3+, jehož účinné složky vstupují do bolestivého kloubu, zpevňují ho, tlumí zánět*“); popř. na užití v případě poškození kloubu („*vetřeme ho do postiženého kloubu, takže získáme výhodu dvojího vlivu na kloub*“; „*Tyto látky patří do skupiny SYSADOA, to jsou látky pomalu vstřebatelné s protizánětlivým účinkem*“; „*zejména s protizánětlivým a částečně strukturálním účinkem*“) spolu s deklarací preventivního účinku tohoto přípravku, kdy moderátor uvádí: „*Když vám začne loupat v koleně nebo vám diagnostikují tenisový loket, tak to už je většinou na prevenci pozdě, ale nikdy není pozdě na to začít se o své klouby starat*“. Načež v rámci obchodního sdělení jsou prezentovány účinky přípravku na obtíže spojené s klouby, zejména na jejich prevenci, či odstranění příznaků onemocnění, konkrétně zánětu. V rámci obchodního sdělení je tak deklarována prokazatelná souvislost mezi užitím přípravku a prevencí, případně odstraněním projevů nemoci kloubního aparátu.

Ze správního spisu, jakož i napadeného rozhodnutí vyplývá, že správní řízení bylo s účastníkem zahájeno dne 25. 5. 2012. Dokazování audiovizuálním záznamem bylo provedeno dne 17. 7. 2012. Vyjádření účastníka bylo Radě doručeno dne 19. 7. 2012.

V žalobě napadeném rozhodnutí Rada mj. uvedla, že pokud jde o způsobilost uvést v omyl, musí být brána v úvahu především reklamní povaha předmětné informace, a že aktuální rozhodovací praxe vychází z názoru, že současný průměrný spotřebitel, který je s reklamními informacemi i ve formě teleshoppingu denně konfrontován, nepřidává k jejím vlastním slovům další významy, jimiž by byl uváděn v omyl. Rada vycházela přitom z normativního modelu současného průměrného evropského spotřebitele, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, jak je taková koncepce uplatňována i Soudním dvorem Evropské unie, (dále jen „SDEU“), jakož i v návaznosti na to českými soudy. Rada při svém hodnocení konstatovala, že ochrana spotřebitele v oblasti, jakou je lidské zdraví, je vnímána jako jeden z hlavních úkolů regulace, když zákon o regulaci reklamy stanoví povinnost, aby reklama propagující potraviny neuváděla v omyl prisuzováním potravině vlastností prevence a ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění, pak chrání spotřebitele právě před takovými situacemi, jaké byl vystaven jako divák teleshoppingu propagujícího Proenzi3+.

Rada rovněž hodnotila tvrzení účastníka v jeho vyjádření a dospěla k závěru, že nejsou v dané věci relevantními, neboť v rámci tohoto obchodního sdělení jsou deklarovány léčebné i preventivní účinky přípravku Proenzi 3+, a to s ohledem na následující tvrzení a prvky. Již v úvodu moderátor uvádí: „*Když vám začne loupat v koleně nebo vám diagnostikují tenisový loket, tak to už je většinou na prevenci pozdě, ale nikdy není pozdě na to začít se o klouby starat. Jak, to nám poradí výživový poradce Ivan Mach.*“

Rada konstatovala, že v případě tenisového lokte se jedná o onemocnění odborně nazývané Epikondylitida, tedy zánět zevního epikondylu pažní kosti projevující se silnou bolestivostí na zevní straně lokte. Není sporu o to, že v teleshoppingu je dána příčinná souvislost mezi onemocněním a možnou prevencí, která spočívá právě v užití přípravku Proenzi 3+. Tedy vlastně bez řádné prevence mohou být způsobeny obtíže, nicméně existuje přípravek určený k prevenci, z čehož jednoduše implikuje, že tento přípravek může napomoci před vznikem případných zdravotních obtíží - onemocnění. Nejinak tomu je i v případě odvolávání se na protizánětlivý účinek - (*existuje doplněk stravy Proenzi 3+, jehož účinné složky vstupují do bolestivého kloubu, zpevňují ho, tlumí zánět* *vetřeme ho do postiženého kloubu, takže získáme výhodu dvojího vlivu na kloub; Tyto látky patří do skupiny SYSADOA,*

to jsou látky pomalu vstřebatelné s protizánětlivým účinkem: zejména s protizánětlivým a částečně strukturálním účinkem).

Rada dospěla k závěru, že z tohoto hlediska je nutno označit za jednoznačně prokazatelné, v kontextu celého sdělení, a to jak po stránce verbální tak obrazové, že v rámci teleshoppingu je dána příčinná souvislost mezi užitím přípravku a odstraněním zánětu, či prevencí obtíží spojených s tenisovým loktem, či zánětlivými projevy. Pokud účastník namítal, že průměrný spotřebitel nebyl, resp. nemohl být uveden v omyl o povaze výrobku, ale i o jeho limitovaných účincích, neboť se jedná o doplněk stravy, kritérium průměrného spotřebitele nemá relevanci, neboť pokud je v rámci obchodního sdělení vysloveně uveden účinek, navíc podpořen odborníkem na výživu, pak otázka výkladu uvedených vlastností výrobků není záležitostí schopností spotřebitele, neboť jsou mu předkládána podložená fakta. Na této skutečnosti nemění nic ani fakt, že obchodní sdělení není doprovázeno prvky, jakými je například prostředí lékárny. Již v tomto případě lze označit propagaci výrobku za erudovanou, podpořenou vyjádřením odborníka za doprovodu grafických prostředků, znázorňujících změny na kloubech, či účinek přípravku. Pokud by bylo možné akceptovat vyjádření účastníka, pak by v zákoně vůbec předmětné zákonné ustanovení nemuselo být obsaženo a postačovala by zákonná povinnost upozornit spotřebitele na fakt, že produkt je doplňkem stravy.

Předmětem skutkové podstaty § 5d odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy je zamezit uváděním v omyl přisuzováním léčebných či preventivních účinků potravině. Pokud v reklamě zazní, že potravina takovéto účinky má, pak je zcela nepodstatné, komu je reklama určena a jak ji divák porozumí, neboť tyto účinky nemají být v žádném případě prezentovány. Rada na podporu svých tvrzení odkázala na rozsudek Nejvyššího správního soudu č. j. 1 As 49/2009-45, podle něhož „pro naplnění skutkové podstaty správního deliktu není rozhodné, zda byly v reklamě na doplněk stravy uváděny pravdivé informace o účincích užívání prezentovaného přípravku ale, zda kombinace obsahu reklamního sdělení a jejího grafického zpracování může v adresátech reklamy dojem, že prezentovaný doplněk stravy je lékem nebo přípravkem schopným lidské choroby léčit nebo jim předcházet.“ V daném věci užití slova prevence a dalších jeho tvarů není uvedeno izolovaně, ale vždy dáno do souvislosti s užitím výrobku. Je tak jednoznačně dána příčinná souvislost mezi užíváním přípravku a jeho účinky, které jsou v případě tohoto obchodního sdělení prezentovány jako preventivní.

Žalobce se svým podáním domáhal zrušení napadeného rozhodnutí a namítal porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona regulaci reklamy, neboť se žalovaná Rada se měla dopustit nesprávného právního posouzení věci.

Žalobce se dovolával rozsudku Nejvyššího správního soudu č. j. 7 As 48/2008-72, rozsudku Nejvyššího soudu ve věci sp. zn. 32 Cdo 4661/2007, jakož i rozsudku SDEU ve věci C-319/05.

Žalobce rovněž namítal uložení pokuty ve zjevně nepřiměřené výši a žádal její moderaci.

Žalovaný správní orgán ve svém vyjádření ze dne 6. 2. 2013 navrhl žalobu zamítnout a odkázal na odůvodnění napadeného rozhodnutí ze dne 31. 10. 2012.

Městský soud v Praze nařídil ve věci jednání, které se konalo dne 23. 4. 2013, při němž účastníci řízení setrvali na svých dříve písemně vyjádřených stanoviscích.

Městský soud v Praze posoudil věc takto:

Městský soud v Praze posoudil napadené rozhodnutí podle § 75 soudního řádu správního, a to v mezích žalobkyní uplatněných žalobních bodů, jakož i řízení, které mu předcházelo, přičemž vycházel ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době rozhodování správního orgánu a dospěl k závěru, že žaloba není důvodná.

Pokud se žalobce dovolával rozsudku Nejvyššího soudu ve věci sp. zn. 32 Cdo 4661/2007, musel soud tuto námitku odmítnout jako nepatřičnou, neboť v namítané věci se jednalo o ochranu proti neoprávněnému zásahu do práv z ochranných známek a ochrany v hospodářské soutěži, v níž se navrhovalo uložit povinnost zdržet se distribuce a prodeje vyráběného piva pod značkou "B. B.", a to na hlavní (břišní) etiketě a na krčkové etiketě, dále povinnost zdržet se distribuce a prodeje jí vyráběného piva pod značkou "B. B." na zadní etiketě, na víčku nebo jinde na pивních lahvích, dále povinnost zdržet se distribuce a užívání reklamních a marketingových předmětů se značkou "B. B.", a to pивních tácků, účtenek, ubrusů, sklenic, vývěsních štítů, světelných tabulí, slunečníků, markýz a přepravek, dále povinnost zničit všechny výrobky se značkou "B. B.", zejména etikety a jiné materiály, které jsou v jejím vlastnictví, a to pивní tácky, účtenky, ubrusy, sklenice, vývěsní štíty, světelné tabule, slunečníky, markýzy a přepravy, dále povinnost zaplatit přiměřené zadostiučinění 1,000.000 Kč. V inkriminované věci se však nejedná o průměrného spotřebitele – konzumenta piva, nýbrž o průměrného spotřebitele potravinového doplňku, na který jsou kladeny zcela jiné požadavky.

Podle čl. 13 odst. 1 písm. a) nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 o výživových a zdravotních tvrzeních při označování potravin zdravotní tvrzení, která popisují nebo odkazují na význam živiny nebo jiné látky pro růst a vývoj organismu a jeho fyziologické funkce, a která jsou uvedena v seznamu podle odst. 3, smějí být uvedena, aniž projdou schvalovacím řízením podle čl. 15 až 18, pokud jsou: i) založena na obecně uznávaných vědeckých údajích a ii) dobře srozumitelná průměrnému spotřebiteli. Z citovaného nařízení č. 1924/2006 je tedy nutno učinit nesporný závěr, že v případě výživových a zdravotních tvrzení nemůže být základem pro pojetí relevantního spotřebitele rozsudek SDEU ve věci C-210/96 Gut Springenheide, v němž je konstatováno, že při posuzování, zda dané označení je schopno klamat, se musí brát v úvahu pravděpodobné očekávání průměrně informovaného, pozorného a rozumného průměrného spotřebitele. Průměrný spotřebitel výživových doplňků je z povahy věci méně rozumný a více důvěřivý.

Pokud se žalobce dovolával rozsudku SDEU ve věci C-319/05 Komise Evropských společenství v. Spolková republika Německo (žaloba pro nesplnění povinnosti dle Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/83/ES o kodexu Společenství týkajícím se humánních léčivých přípravků, musel soud rovněž tuto námitku odmítnout jako nepatřičnou. V této věci SDEU mj. judikoval: „Za účelem rozhodnutí, zda výrobek spadá pod definici léčivého přípravku podle své funkce ve smyslu směrnice 2001/83 o kodexu Společenství týkajícím se humánních léčivých přípravků, musí vnitrostátní orgány jednající pod dohledem soudu rozhodnout případ od případu, berouce v úvahu veškeré vlastnosti výrobku, mezi nimi zejména jeho složení, jeho farmakologické vlastnosti, tak jak mohou být stanoveny vzhledem k současnému stavu vědeckého poznání, jeho podmínky použití, míru jeho rozšíření, znalost, kterou o něm mají spotřebitelé, a rizika, která může způsobit jeho užívání. Farmakologické vlastnosti výrobku jsou faktorem, na jehož základě je třeba posoudit, vycházíme-li z potenciálních účinků tohoto výrobku, zda tento výrobek může být podáván lidem za účelem

stanovení lékařské diagnózy, nebo k obnově, úpravě či ovlivnění fyziologických funkcí u lidí ve smyslu čl. 1 bodu 2 druhého pododstavce směrnice 2001/83. Nicméně toto kritérium nesmí vést k tomu, aby se za léčivý přípravek podle své funkce kvalifikovaly látky, které sice mají vliv na lidské tělo, ale nemají významný dopad na metabolismus, a nemění proto v pravém slova smyslu podmínky jeho fungování. Na rozdíl od pojmu „léčivý přípravek podle své prezentace“, jehož extenzivní výklad má za cíl chránit spotřebitele výrobků, které nemají účinnost, již jsou spotřebitelé oprávněni očekávat, má totiž pojem „léčivý přípravek podle své funkce“ zahrnovat výrobky, jejichž farmakologické vlastnosti byly vědecky zjištěny a které jsou skutečně určeny ke stanovení lékařské diagnózy nebo k obnově, úpravě či ovlivnění fyziologických funkcí. Za těchto podmínek, a aby byl zachován užitečný účinek tohoto kritéria, nestačí, aby měl výrobek vlastnosti příznivé pro zdraví obecně, ale jeho funkcí musí být v pravém smyslu slova předcházení nebo léčení nemocí, tím spíš, že existuje velké množství výrobků obecně uznávaných jako potraviny, které je možné objektivně používat pro léčebné účely. Tato okolnost nemůže stačit k tomu, aby jim propůjčila povahu léčivého přípravku ve smyslu směrnice 2001/83. Konečně skutečnost, že užívání výrobku představuje riziko pro zdraví, není skutečností, která umožňuje uvést, že má farmakologickou účinnost. Riziko pro zdraví totiž sice musí být vzato v úvahu v rámci kvalifikace výrobku jako léčivého přípravku podle své funkce, avšak je samostatným faktorem. (viz body 55, 59–61, 64–65, 69)

Citovaná věta žalobcem uvedená v žalobě, je zjevně vytržena z kontextu, naopak text namítaného rozsudku svědčí ve prospěch závěrů žalované Rady.

Podle § 5d odst. 2 zákona o regulaci reklamy reklama na potraviny nesmí uvádět v omyl zejména prisuzováním potravině vlastností prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění nebo takové vlastnosti naznačovat; to však nesmí bránit u potravin pro zvláštní lékařské účely²³⁾ uvádění informací nebo doporučení určených výhradně osobám kvalifikovaným v oboru lékařství, výživy nebo farmacie; rovněž tak u minerální vody nesmí tato omezení bránit uvádění údajů o tom, že minerální voda podporuje nebo usnadňuje určité životní funkce lidského organismu,

Podle rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 25. 9. 2008, čj. 7 As 48/2008-72 pro naplnění skutkové podstaty správního deliktu podle § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy, není rozhodné, zda byly v reklamě na doplněk stravy uváděny pravdivé informace o účincích užívání prezentovaného přípravku. Naopak rozhodným pro naplnění skutkové podstaty je, zda kombinace obsahu reklamního sdělení a jejího grafického zpracování může vzbuzovat v adresátech reklamy dojem, že prezentovaný doplněk stravy je lékem nebo přípravkem schopným lidské choroby léčit nebo jim předcházet.

V inkriminované věci k takovýmto závěrům mohl adresát reklamy dospět, jestliže bylo *expressis verbis* bylo v pořadu konstatováno, že „*existuje doplněk stravy Proenzi 3+, jehož účinné složky vstupují do bolestivého kloubu, zpevňují ho, tlumí zánět*“ popř. na užití v případě poškození kloubu „*vetřeme ho do postiženého kloubu, takže získáme výhodu dvojího vlivu na kloub*“; „*Tyto látky patří do skupiny SYSADOA, to jsou látky pomalu vstřebatelné s protizánětlivým účinkem*“; „*zejména s protizánětlivým a částečně strukturálním účinkem*“). S deklarací preventivního účinku přípravku Proenzi 3+ moderátor uváděl: „*Když vám začne loupat v koleně nebo vám diagnostikují tenisový loket, tak to už je většinou na prevenci pozdě, ale nikdy není pozdě na to začít se o své klouby starat*“. Z uvedených důvodů musel soud odmítnout žalobní námitku týkající se nesprávného právního posouzení věci jako neodůvodněnou. V rámci obchodního sdělení byly nesporně prezentovány účinky přípravku

Proenzi 3+ na obtíže spojené s klouby, zejména na jejich prevenci, či odstranění příznaků onemocnění, konkrétně zánětu, byla deklarována prokazatelná souvislost mezi užitím přípravku a prevencí, popř. odstraněním projevů nemoci kloubního aparátu.

Žalovaná Rada při interpretaci § 5d odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy správně vycházela ze skutečnosti, že zákon o regulaci reklamy ve svých ustanoveních chrání spotřebitele, který jako adresát reklamy má pozici toho, komu jsou předávány konkrétně zaměřené informace o výrobcích (např. doplňcích stravy), a že tyto informace nejsou však podávány ve své kompletnosti, nýbrž zcela účelově, selektivně se zaměřením na propagaci konkrétního výrobku. Soud musel rovněž přisvědčit závěru Rady, že adresát reklamy má pozici slabšího subjektu, jemuž výše uvedený zákon poskytuje ochranu tím, že reklamu reguluje s ohledem na celospolečenské zájmy, nikoli zájmy jednotlivce, které upozadňuje. V inkriminované věci je nesporné, že odvysíláním teleshoppingu Tipy Ptáka Loskutáka s podtitulem teleshoppingový blok, odvysílaným dne 30. 10. 2011 od 18:15 hodin na programu NOVA, došlo k porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy, kterým se zakazuje uvádět v omyl přisuzováním potravině vlastností prevence a ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění, neboť v předmětném obchodním sdělení dochází k deklarování preventivního účinku doplňku stravy a možného léčivého účinku ve vztahu k potlačení zánětu kloubů při užívání tohoto přípravku.

Podle § 8a odst. 2 písm. g) zákona o regulaci reklamy právnická nebo podnikající fyzická osoba se dopustí správního deliktu tím, že jako zadavatel poruší podmínky stanovené pro obsah reklamy v § 2 odst. 3 nebo 4, § 2c, § 3 odst. 6, § 4, § 5 odst. 3, 4 nebo 5, § 5a odst. 1, 2, 5, 6, 7 nebo 8, § 5b odst. 2 nebo 8, § 5d, § 5e odst. 1, § 5f, § 5g odst. 1, § 5h, § 5i nebo § 6a odst. 1.

Podle § 8a odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy za správní delikt podle odstavce 2 se uloží pokuta do 2,000.000 Kč, jde-li o správní delikt podle odstavce 2 písm. b), e), f), g) nebo h),

Při určení výměry pokuty právnické osobě se přihlédne podle § 8b odst. 2 zákona o regulaci reklamy k závažnosti správního deliktu, zejména ke způsobu jeho spáchání a jeho následkům a k okolnostem, za nichž byl spáchán.

Na výši sankce měly vliv fakt, že předmětný teleshopping byl prezentován v rámci televizního vysílání na programu Nova, který patří dlouhodobě ke komerčně nejúspěšnějším provozovatelům televizního vysílání, což je odrazem zejména jeho divácké sledovanosti. Předmětný teleshopping byl sice odvysílán pouze jednou, nicméně v případě teleshoppingu je podstatný „kvalitativní“ dopad na diváka, neboť z tohoto pohledu může mít na něj závažnější dopad, jelikož zde není zkratkovitá prezentace v řádu několika sekund jako v případě reklamy v běžné televizní formě, ale naopak je zde dán prostor pro sofistikovanější přístup k informování diváka o charakteru a účincích produktu, což je i případem tohoto předmětného obchodního sdělení, kdy erudovanou formou, ze strany odborníka na výživu je divák přesvědčován o účincích přípravku, která je přímo prokázána ve formě studií. Teleshopping byl zaměřen sice slovy výživového poradce na osoby starší čtyřicet let, a dále pak i na osoby mladší, které zjevně přetěžují svoje klouby nošením těžkých břemen, těžkou fyzickou prací

nebo vrcholovým sportem a osoby obézní a samozřejmě i osoby starší. Tím, že poznamenával, že u většiny lidí není kontraindikován, tzn., že ho mohou užívat prakticky všichni.

Městský soud v Praze musel rovněž přisvědčit závěrům Rady, že porušení zákona lze shledat za prokazatelně závažné, neboť užil takové formulace, které jednoznačným způsobem přisuzují doplňku potravinovému doplňku vlastnosti léčby či prevence. Tyto formulace jsou podpořeny doporučením odborníka, tedy autoritou a lze tedy od adresáta reklamy, bez ohledu na fakt, zdali se jedná o spotřebitele průměrného, očekávat, že nemá pochybnosti o účincích přípravku na obtíže spojené s pohybovým aparátem. Navíc účastník účinky výrobku směřuje napříč věkovými skupinami ve snaze oslovit co největší počet spotřebitelů. Účastník je významnou společností na trhu s doplňky stravy. A trest uložený nad polovinou zákonné sazby je přiměřený s ohledem k postavení účastníka na trhu a zejména pak k intenzitě způsobu prezentace výrobku a způsobu, jímž zasáhl do rozhodování spotřebitelů/pacientů.

Pokud žalobce namítal, že uložená pokuta je ve zjevně nepřiměřené výši, musel soud tuto námitku odmítnout jako neodůvodněnou.

Podle usnesení Ústavního soudu IV. ÚS 638/03 „*osobní majetkové poměry stěžovatele nejsou kritériem, které může ovlivnit výši pokuty, a proto správní orgány ani Nejvyšší správní soud neměly právní důvod k nim přihlížet. Je nepochybné, že uložení pokuty je zásahem do majetkových poměrů stěžovatele; jestliže však správní orgán při jejím ukládání postupoval v souladu se zákonem (zvažování všech okolností případu, stanovení výše pokuty v zákonném rámci a řádné odůvodnění rozhodnutí), jak se v posuzovaném případě i stalo, postupoval ústavně konformním způsobem a jeho postup nelze hodnotit jako neústavní zásah do vlastnického práva stěžovatele.*“ S citovanými závěry Ústavního soudu, které plně dopadají, i na inkriminovanou věc se soud zcela ztotožňuje a odkazuje na ně.

Rada uloženou pokutu ve výši 1,100.000 Kč odůvodnila tím, že jde o soulad s principem generální i individuální prevence, a že byť k prezentaci obchodního sdělení došlo v rámci jednoho odvysílání, nelze však přesně kvantifikovat počet dotčených adresátů reklamy.

Lze tedy shrnout, že pokutu uloženou žalobci, jejíž výše 1,100.000 Kč mírně překračuje polovinu maximální možné sazby (2,000.000 Kč), považuje soud za *přiměřenou* a odpovídající kritériím stanoveným v § 8a odst. 2 písm. g), odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy, které správní orgán v rozhodnutí o uložení pokuty náležitě zohlednil. Z tohoto důvodu soud nevyhověl návrhu žalobce na moderaci uloženého trestu, neboť o upuštění od trestu nebo jeho snížení v mezích zákonem dovolených může soud v souladu s ust. § 78 odst. 2 s.ř.s. rozhodnout pouze tehdy, byl-li trest uložen ve *zjevně nepřiměřené výši*, k čemuž v daném případě nedošlo. Soud pro úplnost dodává, že žalobce v řízení před soudem neuváděl žádné konkrétní skutečnosti, z nichž by zjevná nepřiměřenost jemu uložené sankce vyplývala. Soudu je totiž z vlastní činnosti známo, že Rada v obdobných věcech (porušení § 5d odst. 2 písm. d) zákona o regulaci reklamy) ukládá sankce srovnatelné nebo i vyšší, např. 1,800.000 Kč společnosti Allivictus s.r.o., 1,000.000 Kč společnosti SVUS Pharma a.s., 800.000 Kč společnosti OMEGA ALTERMED a.s.

Městský soud v Praze přezkoumal napadené rozhodnutí správního orgánu v rozsahu žalobních bodů a dospěl k závěru, že žalovaný správní orgán při svém rozhodování neporušil

zákonem stanovené povinnosti a nevydal nezákonné rozhodnutí. Z těchto důvodů proto soud podané žalobě nevyhověl a podle § 78 odst. 7 soudního řádu správního jí zamítl tak, jak je ve výroku tohoto rozsudku uvedeno.

Výrok o náhradě nákladů řízení soud opřel o ust. § 60 odst. 1 soudního řádu správního a contrario, neboť žalobce neměl ve věci úspěch a žalovanému správnímu orgánu žádné náklady řízení nevznikly.

P o u č e n í:

Proti tomuto rozhodnutí lze podat kasační stížnost ve lhůtě dvou týdnů ode dne jeho doručení. Kasační stížnost se podává ve dvou (více) 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 nejblíže 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 23. dubna 2013

**JUDr. Slavomír Novák, v.r.
předseda senátu**

za správnost vyhotovení:
Simona Štěpinová