



ČESKÁ REPUBLIKA
ROZSUDEK
JMÉNEM REPUBLIKY

Krajský soud v Plzni rozhodl v senátě složeném z předsedy senátu Mgr. Lukáše Pišvejce (soudce zpravodaj), soudce Mgr. Alexandra Krysla a soudkyně JUDr. Veroniky Burianové ve věci

žalobkyně: **HMK V AG**
sídlem Leubernstrasse 6, CH-8280 Kreuzlingen, Švýcarsko
zastoupená advokátkou Mgr. Denisou Valentovou
sídlem Duškova 164/45, 150 00 Praha 5

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

o žalobě proti rozhodnutí žalované ze dne 18. 10. 2019, č. j. ČOI 132829/19/O100/2200/19/Ber/Št,

takto:

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

Odůvodnění:

I.

Napadené rozhodnutí

1. Žalobkyně se žalobou domáhala zrušení rozhodnutí žalované ze dne 18. 10. 2019, č. j. ČOI

Shodu s prvopisem potvrzuje L. C.

132829/19/O100/2200/19/Ber/Št (dále jen „napadené rozhodnutí“), jímž žalovaná přezkoumala rozhodnutí České obchodní inspekce, Inspektorátu Plzeňského a Karlovarského se sídlem v Plzni ze dne 3. 6. 2019, č. j. ČOI 73515/19/2200 (dále jen „prvoinstanční rozhodnutí“).

Prvoinstančním rozhodnutím správní orgán uznal žalobkyni vinnou z porušení právní povinnosti, kterého se dopustila tím, že porušila zákaz užívání nekalé, resp. agresivní obchodní praktiky dle § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5b odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele, když předem vyplněným souhlasem s objednávkou ražby a režimem tzv. sběratelského servisu uvedeným v dokumentech zasílaných spotřebitelem prodávajícimu bylo spotřebiteli vnucováno zakoupení výrobků v rámci sběratelského režimu, čímž docházelo k omezení svobodné vůle spotřebitele, což mohlo výrazně zhoršit svobodu volby spotřebitele nepatřičným ovlivňováním a mohlo způsobit, že spotřebitel učinil rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, jak bylo zjištěno šetřením podnětu č. j. 10605/19 (čtyři nabídkové letáky), č. j. 9986/19, č. j. 9514/19 a 11983/19 a č. j. 15434/19, čímž byla naplněna skutková podstata přestupku podle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele. Za spáchání uvedeného přestupku byla žalobkyni uložena úhrnná pokuta ve výši 200 000 Kč a povinnost uhradit náklady řízení ve výši 1 000 Kč.

Napadeným rozhodnutím žalovaná I. podle § 90 odst. 1 písm. a) správního řádu v části, ve které byla žalobkyně viněna, že se dopustila protiprávního jednání dle zjištění z podnětů č. j. 10605/19 (ve vztahu ke dvěma nabídkovým letákům z celkově čtyř) a č. j. 9986/19, prvoinstanční rozhodnutí zrušila a řízení zastavila; II. podle § 90 odst. 1 písm. c) správního řádu prvoinstanční rozhodnutí zčásti změnila tak, že doplnila slova do výroku u podnětu č. j. 15434/19 a slova „*pokuta ve výši 200.000,- Kč (slovy: dvě stě tisíc korun českých)*“ nahradila slovy „*pokuta ve výši 150.000,- Kč (slovy: sto padesát tisíc korun českých)*“; III. ve zbytku napadené rozhodnutí potvrdila.

II.

Žaloba

2. Žalobkyně spatřovala vadu napadeného rozhodnutí v jeho nezákonnosti, jež spočívala v nesprávném posouzení obchodní nabídky žalobkyně a v následné aplikaci § 4 odst. 4 ve spojení s § 5b zákona o ochraně spotřebitele na obchodní nabídku žalobkyně, která vedla žalovanou k závěru, že se žalobkyně měla v postavení prodávajícího dopustit přestupku tím, že porušila zákaz používání nekalých obchodních praktik. Žalobkyně je podnikatelem nabízejícím služby pro sběratele a prodávajícím sběratelské předměty a odmítá, že by se vůči svým zákazníkům v právním postavení spotřebitelů dopouštěla nekalých obchodních praktik.
3. Žalobkyně 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 primárně s 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 prvního objednaného sběratelského kusu. 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. Dále má i možnost se rozhodnout, že nadále nechce být evidován jako člen sběratelského servisu, kdy může tuto službu kdykoliv bez udání důvodu písemně či ústně prostřednictvím telefonátu na bezplatnou linku zákaznického servisu zrušit (kontakt na zákaznickou linku je na všech materiálech žalobkyně včetně jejích internetových stránek).

4. Skutková podstata diskutovaného přestupku dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele je naplněna, je-li porušen zákaz používání nekalých obchodních praktik, přičemž nekalou obchodní praktikou se rozumí i agresivní obchodní praktika dle § 5b zákona o ochraně spotřebitele.
5. Žalobkyně je přesvědčena, že posuzovaná podoba nabídkových kuponů žádným způsobem výrazně nezhoršuje a nemůže výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k nákupu výrobku, a to nepatřičným ovlivňováním a donucováním. Svoboda volby spotřebitele je dle názoru žalobkyně plně zachována.
6. Je pouze a jenom na svobodné vůli spotřebitele, zda nabídku žalobkyně v podobě, v jaké je koncipována (tedy se zahrnutým sběratelským servisem), přijme či nepřijme, tedy zda objednávku zboží učiní či neučiní. Poté, když spotřebitel objednávku učiní, 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 žalobkyně (dále též jen „VOP“) dostupných na internetových stránkách i 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 jasně uveden kontakt. V případě zaslání dalšího zboží k nahlédnutí v rámci sběratelského servisu 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. Spotřebitel může rovněž kdykoliv zrušit samotný sběratelský servis a v budování sbírky nepokračovat. Je tedy patrné, že svobodná volba spotřebitele není podobou, ani předem zaškrtnutým souhlasem obsaženým v nabídkovém kuponu nijak omezována a ovlivňována.
7. Dle názoru žalobkyně není ani možné, aby spotřebitel uvedené větě („V rámci našeho sběratelského servisu...“) v nabídkovém kuponu nevěnoval dostatečnou pozornost. Vždyť teprve z odstavce větu obsahujícího je patrné, který sběratelský předmět si spotřebitel podpisem nabídky objednává. Bez dostatečně pozorného přečtení tohoto krátkého odstavce by spotřebitel jinak ani nezjistil, co vlastně objednává a zda bude hradit poštovné a balné. Stejně tak není možné, aby se spotřebitel domníval, že si objednává pouze jeden předmět.
8. 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. Zasílání dalších nabídek je v kuponu výslovně avizováno a patří ke sběratelskému servisu.

Žalobkyně nemůže předjímat, jakou volbu spotřebitel provede, a jejím zájmem samozřejmě je, aby byli zákazníci s jejími službami spokojeni a využívali její služby k budování svých sbírek, případně ji dále doporučovali.

9. Dle názoru žalobkyně tedy žalovaná nesprávně posoudila obchodní nabídku žalobkyně, a v důsledku toho nesprávně aplikovala ustanovení zákona o ochraně spotřebitele o agresivní obchodní praktice na nabídkový kupon zaslaný spotřebitelům, kteří se se svými podněty obrátili na ČOI.
10. Právní rámec sběratelského servisu vychází z koupě na zkoušku ve smyslu ustanovení § 2150 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku a je zákazníkům vysvětlen v článku 3 VOP. Správní orgán opakovaně uvedl, že použitím předem zaškrtnutého souhlasu, popř. nutnosti v případě nezájmu o objednání sběratelského servisu vyškrtávat část textu z pasáže opatřené předem zaškrtnutým souhlasem, je patrná snaha o to, aby si spotřebitel nevšimnul, že si kromě sběratelského výrobku za zvýhodněnou cenu zároveň prostým podpisem nabídky automaticky objedná sběratelský servis. Nabídku v podobě, jak byla používána, sám správní orgán považoval za nejasnou, nesrozumitelnou a nepřehlednou. Správní orgán predikoval, že spotřebitel může velmi snadno přehlédnout, že prostým vyplněním údajů a podpisem nabídky si automaticky objedná nejen výrobek, ale vstupuje do systému sběratelského servisu, čímž vzniká závazek významně větší. Správní orgán žalobkyni vytýkal způsob, jakým se spotřebitele snaží přimět k uzavření smlouvy o koupi výrobku systémem sběratelského servisu.
11. Žalobkyně se v případě posuzovaných spotřebitelských podnětů v žádném případě nesnažila spotřebitele přimět k uzavření smlouvy o koupi výrobku systémem sběratelského servisu. Svobodná volba spotřebitele k objednání pouze individuálního sběratelského předmětu bez zařazení do služeb sběratelského servisu, nebo k neučinění objednávky zůstala zcela nedotčena.
12. Žalobkyně dále upozornila na existenci modelu tzv. průměrného spotřebitele. Je jím spotřebitel, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, a to s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory. Hodnocení vychází z vlastností průměrného člena skupiny. Spotřebitel může být pojímán jako osoba nepříliš pozorná, která může být snadno oklamána. Avšak i Soudní dvůr EU se např. v rozsudku C-210/96 ze dne 16. 7. 1998 přiklonil k závěru, že průměrného spotřebitele je třeba vidět jako osobu přiměřeně dobře informovanou, opatrnou a obezřetnou.
13. Žalobkyně byla názoru, že takto pojímaný průměrný spotřebitel, který má k dispozici veškeré potřebné informace pro rozhodování, nemůže být způsobem její nabídky nijak oklamán, svá rozhodnutí činí s rozmyslem a zodpovědně a dobrovolně. Dobrovolně vstupuje tedy i do systému sběratelského servisu, aby mohl využívat benefitů, které mu tento servis přináší.
14. Závěrem žaloby žalobkyně zopakovala, že možnost volby zákazníka, zda služeb sběratelského servisu využije, nebyla předem zatrženým souhlasem ani formulací nabídky či podobou nabídkového kuponu dotčena, ani výrazně zhoršena. Zákazník byl v příslušném odstavci nabídky jasně informován o základních principech sběratelského servisu včetně poučení, že sběratelský servis je možné kdykoliv ukončit. Poučení bylo předepsáno písmem standardní velikosti, ne nápadně menším, než bylo použito ve zbytku nabídkového kuponu. Souhlas byl v nabídce patřičně zvýrazněn a zákazník si jej při

vyplňování osobních údajů do objednávky musel všimnout.

15. Žalobkyně ze shora uvedených důvodů navrhla, aby soud napadené rozhodnutí i rozhodnutí prvoinstanční zrušil, věc vrátil žalované k dalšímu řízení a uložil žalované povinnost k náhradě nákladů řízení.

III.

Vyjádření žalované k žalobě

16. Žalovaná ve svém vyjádření k podané žalobě navrhla zamítnutí žaloby. Žalobkyni dle žalované nebylo vytýkáno, jaký druh zákazníků zamýšlela oslovit, ani princip fungování služby sběratelského servisu. Byl jí vytýkán způsob, jakým se snažila spotřebitele přimět, aby si tuto službu objednali. Skutečnosti, že spotřebitel může sběratelský servis ukončit, že se může seznámit na internetových stránkách s VOP, telefonicky či v zákaznickém centru si je vyžádat, přispívají nanejvýš ke zmírnění následků protiprávního jednání žalobkyně, ovšem nebrání jeho vzniku.
17. Žalobkyně zaslala spotřebitelům nabídky nazvané jako „Žádanka“, „Výherní kupon“ apod., jimž na první pohled jasně dominovala časově omezená nabídka sběratelského předmětu 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 „exkluzivní mimořádnou ražbu“ mince za aktuálně zvýhodněnou cenu. Informace, že spotřebitel kromě objednávky dotyčného výrobku bude zařazen do sběratelského servisu, v rámci kterého mu budou zasílány k nahlédnutí další výrobky, někdy navazovala na tento text, ovšem někdy byla uvedena i jinde než výše uvedený text. Ve všech případech pak byl pojem sběratelský servis zmiňován jen na okraj, jakoby mimochodem, ačkoliv se jednalo z pohledu spotřebitele o hlavní závazek, daleko významnější než objednání rozsáhle prezentovaného sběratelského výrobku za zvýhodněnou cenu.
18. Nabídky byly vždy koncipovány tak, že spotřebitel snadno přehlédl nebo si neuvědomil, že prostým vyplněním svých údajů a odesláním letáku si neobjednává pouze 1 sběratelský předmět za výhodnou cenu, nýbrž se zavazuje k opakovanému, časově neomezenému odběru takových výrobků. V důsledku toho jsou pak spotřebitelé často překvapeni, když jim kromě jimi očekávaných výrobků přijdou i výrobky jiné, většinou již fakturované za plnou cenu, o kterých se domnívají, že si je neobjednali, že se jedná o omyl, a mnohdy, než se ve všem zorientují, promeškají lhůtu, ve které jim žalobkyně umožňuje výrobky vrátit.
19. Žalovaná rovněž uvedla, že součástí předmětných nabídek nebyly žádné všeobecné obchodní podmínky a za účelem uzavření smlouvy na základě nabídek nebylo nutné navštívit internetové stránky žalobkyně či ji jinak kontaktovat, stačilo pouze vyplněné nabídky odeslat, příp. zaplatit přiložené složenky. Pro úplnost žalovaná upozornila na § 1811 a násl. občanského zákoníku, kde jsou uvedeny informace, které musí být sděleny spotřebiteli před uzavřením smlouvy, resp. než spotřebitel učiní závaznou nabídku, a které by tak v posuzovaném případě měly být součástí všech nabídek, nikoli pouze vyvěšené na internetových stránkách, příp. sdělované na dotaz spotřebitele.
20. Žalovaná si byla vědoma, že primárním účelem nabídek bylo, aby si spotřebitel objednal „sběratelský servis“, problém však spočíval v tom, že předmětné nabídky primárně lákaly spotřebitele na nabídku jednoho kusu výrobku za zvýhodněnou cenu a s tím svázanou objednávkou sběratelského servisu zmiňovaly jen okrajově, netransparentně, tudíž běžný spotřebitel stěží domyslel, k čemu všemu se odesláním kuponu zavazuje. Podrobné a

transparentní vysvětlení sběratelského servisu mělo být vysvětleno především na nabídkách zasílaných spotřebitelům.

21. U žádné z nabídek, za jejichž obsah byla žalobkyně v posuzovaném případě pravomocně shledána odpovědnou, nebylo možné objednat si nabízený výrobek bez sběratelského servisu. Dle žalované byla z grafické úpravy nabídek, způsobu, jakým byly spotřebiteli poskytnuty významné informace o povaze závazku (nejdůležitější informace byly poskytnuté spíše menší velikostí písma a zakomponovány do ostatního textu), a použití předem zaškrtnutého souhlasu patrná snaha o to, aby si spotřebitelé nevšimli, že kromě výrobku objednávají i sběratelský servis. Žalovaná uzavřela, že stanovenou výši pokuty považovala za přiměřenou.

IV.

Posouzení věci soudem

22. V souladu s § 75 odst. 1, 2 zákona č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „ř. s.“) vycházel soud při přezkoumání napadeného rozhodnutí ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době rozhodování správního orgánu, a napadené rozhodnutí přezkoumal v mezích žalobních bodů uplatněných v žalobě.
23. O věci samé rozhodl soud bez nařízení jednání, neboť s tím žalobkyně i žalovaná souhlasily.

V.

Rozhodnutí soudu

24. Žaloba není důvodná.
25. Ve své žalobě žalobkyně v podstatě zopakovala argumenty, které uplatnila již v rámci správního řízení. Na obsah odvolacích námitek reagovala žalovaná v odůvodnění napadeného rozhodnutí, přičemž v této souvislosti soud konstatuje, že žalovaná tak učinila precizním způsobem, když podrobně a pečlivě uvedla logické důvody, jež vyvrátily jednotlivá tvrzení žalobce obsažená v odvolání. Žalované tedy nebylo třeba cokoli vytknout, a soud tak v tomto směru plně odkazuje na odůvodnění napadeného rozhodnutí [k tomu srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 27. 7. 2007, čj. 8 Afs 75/2005-130 (k dispozici na www.nssoud.cz), podle kterého „(...) je-li rozhodnutí žalovaného správního orgánu řádně odůvodněno, je z něho zřejmé, proč žalovaný nepovažoval právní argumentaci účastníka řízení za důvodnou a proč jeho odvolací námitky považoval za liché, mylné nebo vyvrácené, shodují-li se žalobní námitky s námitkami odvolacími a nedochází-li krajský soud k jiným závěrům, je přípustné, aby si krajský soud správné závěry se souhlasnou poznámkou osvojil.“].
26. V prvním žalobním bodu žalobkyně namítá, že její nabídka, která byla správními orgány posuzována, jež měla formu nabídkových kuponů, žádným způsobem nezhoršuje a nemůže výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k nakupování výrobku. Tento žalobní bod není důvodný.
27. Podle § 5b zákona o ochraně spotřebitele (v rozhodném znění): „Obchodní praktika se považuje za agresivní, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem výrazně zhoršuje nebo může výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku nebo službě, a to obtěžováním, donucováním včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel

učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.“ Dle druhého odstavce téhož ustanovení pak: „Při posuzování, zda je obchodní praktika agresivní, se přihlíží: a) k načasování, místu, povaze nebo době trvání obchodní praktiky, b) ke způsobu jednání, jeho výhružnosti nebo urážlivosti, c) k vědomému využití nepříznivé situace spotřebitele, která vede ke zhoršení úsudku spotřebitele, k ovlivnění jeho rozhodnutí ve vztahu k výrobku nebo službě, d) k nepřiměřené mimosmluvní překážce uložené prodávajícím pro uplatnění práv spotřebitele včetně uplatnění práv na ukončení smlouvy nebo změnu výrobku nebo služby nebo změnu prodávajícího, nebo e) k výhružce právně nepřipustným jednáním.“

28. Ustanovení § 4 odst. 4 zákona o ochraně spotřebitele stanoví, že agresivní obchodní praktika je nekalou obchodní praktikou. Podle § 4 odst. 5 zákona o ochraně spotřebitele: *„Užívání nekalé obchodní praktiky před rozhodnutím ohledně koupě, v průběhu rozhodování a po učinění rozhodnutí se zakazuje.“*
29. Dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele: *„Výrobce, dovozce, vývozce, dodavatel, prodávající nebo jiný podnikatel se dopustí přestupku tím, že poruší zákaz používání nekalých obchodních praktik.“*
30. Především je třeba konstatovat, že žalobkyně nebyla správními orgány postižena ani za to, jaké zboží dodává svým zákazníkům, ani za to, jakým tak činí způsobem; nebyla rovněž postižena ani za to, jaké zákazníky chce svými nabídkami oslovit. Podstata přestupku, kterého se žalobkyně dopustila, spočívá v tom, že nabídkové letáky, kterými žalobkyně své potenciální zákazníky oslovovala, jsou natolik nepřehledné, že zákazník může snadno přehlédnout, že spolu s akceptací nabídky na dodání určité sběratelské mince dává souhlas se svým zařazením do tzv. sběratelského servisu, resp. že toto zařazení do sběratelského servisu je přímo, automaticky spojeno s akceptací takové nabídky. Tato skutečnost byla správními orgány obou stupňů v jejich rozhodnutích zdůrazněna. Závazek spotřebitelů-zákazníků žalobkyně spočívající v účasti na sběratelském servisu je pro ně přitom tíživější než závazek plynoucí ze smlouvy o koupi určité sběratelské mince, k níž se daný nabídkový kupon viditelně primárně vztahuje, protože znamená povinnost odebírat až do odvolání této služby odebírat další mince či sběratelské předměty, jež jsou zákazníkovi zasílány automaticky, a to již za plnou, nikoli zvýhodněnou cenu. Automatické zasílání sběratelských předmětů přitom nezaniká ani v případě, že zákazník určitý sběratelský předmět vrátí. Žalovaná k tomu v napadeném rozhodnutí uvedla, že *„informace o tom, že spotřebitel při akceptaci nabídky výrobku za zvýhodněnou cenu vstupuje rovněž do sběratelského servisu, byla vždy uvedena drobným písmem a v na místě snadno přehlédnutelném v záplavě obrázků a informací o jedinečnosti a výhodnosti nabídky pouze toho konkrétního sběratelského předmětu. (...) Navíc ve všech případech byl pojem sběratelský servis zmiňován jen na okraj, jakoby mimochodem, ačkoli se jednalo z pohledu spotřebitele o hlavní závazek, daleko významnější, než objednání rozsáhle prezentovaného sběratelského výrobku za zvýhodněnou cenu.“* Dále správní orgán uvádí, že *„spotřebitel, který obdrží z jeho pohledu neobjednané zboží, neboť žije v přesvědčení, že si objednal pouze jednu sběratelskou minci či jiný předmět 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, přičemž toho všeho by byl ušetřen, pokud by byl jasně, transparentně informován, co vše je součástí nabídky, u které byl již dopředu předstížen jeho souhlas. Dle názoru odvolacího správního orgánu tak nelze ospravedlnit protiprávní jednání obviněné tím, že spotřebitel se za určitých podmínek a při vynaložení určitého úsilí může ze závazků vzniklých v důsledku jednání porušující zákaz*

nekalých obchodních praktik vyvázat.“ S těmito závěry se Krajský soud v Plzni ztotožňuje.

31. Nic na těchto závěrech nemůže změnit poukaz žalobkyně, že spotřebitel má možnost po doručení a seznámení se se zasláným sběratelským předmětem od kupní smlouvy ve lhůtě 21 dnů odstoupit, resp. že jde-li o předmět zasláný v rámci sběratelského servisu, činí tato lhůta fakticky až 27 dnů. Argumentace žalobkyně se tu poněkud míjí s podstatou přestupku, jehož spácháním byla uznána vinnou, neboť, jak je ze shora provedené rekapitulace patrné, jí nebylo kladeno za vinu, že by zkracovala práva spotřebitelů tak, že by jim neumožňovala odstoupit od smlouvy. Samotná možnost odstoupení od kupní smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory totiž jednak vyplývá ze zákona (§ 1829 odst. 1, popřípadě, má-li jít o koupi na zkoušku, jak tvrdí žalobkyně, pak dle § 2150 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník), jednak nijak nemění pohled na způsob, kterým se žalobkyně snažila přimět spotřebitele k účasti na spotřebitelském servisu. Správní orgány v tomto směru správně podotkly, že ani v případě odstoupení od kupní smlouvy nekončí účast na sběratelském servisu, ale od spotřebitelů je vyžadována další aktivita, tj. zrušení sběratelského servisu. Již z toho je patrné, že v případě ukončení účasti spotřebitelů na sběratelském servisu je od nich vyžadována podstatně významnější aktivita, než je odeslání předvyplněného nabídkového kuponu, nemluvě o nutnosti odstupovat od kupní smlouvy (resp. využití práva koupi nerealizovat ve stanovené lhůtě ke schválení) ohledně každého předmětu, který je spotřebitelům automaticky zasílán v rámci spotřebitelského servisu.
32. Pokud se žalobkyně dovolává ve svůj prospěch toho, že o možnosti odstoupit od kupní smlouvy jsou spotřebitelé poučeni prostřednictvím textu nabídkového kuponu a všeobecných obchodních podmínek, nutno k tomu v souladu se shora řečeným uvést, že žalobkyni nebylo kladeno správními orgány za vinu ani to, že by o těchto právech spotřebitele neinformovala. Tato práva a způsob informování o nich nejsou předmětem projednávané věci. Totéž platí o tvrzení, že všechny potřebné informace je připraven podat sám zákaznický servis. Soud znovu zdůrazňuje, že žalobkyni nebylo vytýkáno ani samotné fungování sběratelského servisu, ale způsob, kterým se snažila přimět spotřebitele, aby do něj vstoupili.
33. Ze všech těchto tvrzení nelze učinit závěr, který v žalobě prezentuje žalobkyně, totiž že svobodná volba spotřebitele není podobou nabídkového kuponu nijak omezována a ovlivňována. Argumentace žalobkyně se totiž vůbec netýká samotného obsahu nabídkového kuponu a v podstatě se nijak nevypořádává s argumentací, kterou správní orgány obou stupňů odůvodnily svá rozhodnutí. Správní orgány přitom podle názoru soudu velmi přesvědčivě a na podkladě listin shromážděných ve správním spise i logicky své závěry odůvodnily, jak je ostatně patrné i ze shora citovaných pasáží rozhodnutí správních orgánů obou stupňů.
34. Tvrzení, podle něhož žalovaná nesprávně posoudila obchodní nabídku žalobkyně, je příliš obecné. I zde do popředí vystupuje fakt, že se žalobkyně nijak nevypořádala se stěžejními argumenty správních orgánů. Závěry, ke kterým správní orgány dospěly, podle názoru soudu vycházejí z dokazování provedeného ve správním řízení, a jsou logické a koherentní.
35. Důvodným nelze shledat ani další žalobní bod, ve kterém žalobkyně namítá, že žalovaná zřejmě dostatečně nepochopila princip sběratelského servisu, a proto zřejmě předpokládá, že se jedná o podvodnou podnikatelskou praktiku. V tomto ohledu je vhodné předeslat, že slovní spojení „*podvodná podnikatelská praktika*“ se v textu napadeného rozhodnutí (ani

jemu předcházejícího rozhodnutí správního orgánu I. stupně) vůbec nevyskytuje, nejedná se ostatně ani o legální termín. Žalovaná naopak výslovně ve svém rozhodnutí konstatovala, že je jí princip sběratelského servisu znám, přičemž jej popsala, ale současně konstatovala, že jeho fungování vůbec žalobkyni vytýkáno není; totéž pak platí pro správní orgán I. stupně. Žalobkyně byla postižena za praktiky, kterými se snaží přimět spotřebitele, aby tento sběratelský servis využívali, což je zřetelně konstatováno již v rozhodnutí správního orgánu I. stupně. Tato skutečnost činí argumentaci žalobkyně obsaženou v tomto žalobním bodě prakticky irelevantní, neboť polemizuje s něčím, co jí vůbec není správními orgány vytýkáno. Z pohledu přezkumu napadeného rozhodnutí proto není vůbec rozhodující, jaká je soukromoprávní konstrukce fungování sběratelského servisu.

36. Nedůvodný je i následující žalobní bod, ve kterém žalobkyně uvádí, že nebylo jejím cílem přimět zákazníky k uzavření smlouvy o koupi výrobku systémem sběratelského servisu. Pokud žalobkyně uvádí, že jí není jasné, jakým způsobem měla překročit při přesvědčování spotřebitelů ke koupi svého zboží limity stanovené zákonem o ochraně spotřebitele, jak tvrdí žalovaná, je opět možno odkázat na odůvodnění napadeného rozhodnutí, které se touto otázkou zevrubně zabývá. Především nelze, jak činí žalobkyně, z faktu, že se někteří spotřebitelé v této věci obrátili na žalovanou, dovozovat, že jsou si (všichni) spotřebitelé vědomi všech svých práv, jak naložit s uzavřenou smlouvou se žalobkyní. V tomto směru se jedná o non sequitur, kdy je z určitého předpokladu vyvozován následek, který z něj nevyplyvá. Že spotřebiteli poté, co se s nabídkou žalobkyně seznámí, zůstává zachována volba mezi třemi možnostmi jeho dalšího chování, tj. odstoupit od smlouvy ve lhůtě 21 dní, v případě zaslání dalšího zboží k nahlédnutí v rámci sběratelského servisu má pak možnost volbu změnit a zboží vrátit v celkové lhůtě 27 dnů (z čehož 6 dní připadá na zkušební lhůtu koupě na zkoušku a 21 dnů na lhůtu k vrácení věci), nebo možnost úplného zrušení samotného sběratelského servisu, je sice pravda, ale podstata deliktního jednání, za které byla žalobkyně postižena, tkví v něčem jiném, než v právním omezování těchto možností, které navíc žalobkyně popisuje poněkud zavádějícím způsobem, když opomíjí, že samo vrácení určité věci nemá za automatický následek ukončení poskytování sběratelského servisu a nejedná se tak o zbavení spotřebitele, který o jeho poskytování nemá zájem, jeho tíživého dopadu (který záleží v tom, že je ve frekvenci zasílání jednotlivých sbírkových předmětů nucen činit aktivní kroky k jejich vrácení).
37. Správní orgány ve svých rozhodnutích přesvědčivě popsaly systém, v jehož rámci docházelo jednak ke znepréhlednění nabídky prostřednictvím velikosti užívaného písma a jejího grafického vyvedení (žalovaná např. popsala, že informace o tom, že spotřebitel při akceptaci nabídky výrobku za zvýhodněnou cenu vstupuje rovněž do sběratelského servisu, byla vždy uvedena drobným písmem a na místo snadno přehlédnutelném v záplavě obrázků a informací o jedinečnosti výhodnosti nabídky, jimiž jsou nabídkové letáky žalované).
38. Ve všech nabídkových kupónech založených ve správním spisu je informace o sběratelském servisu obsažena až na zadní straně poštovní poukázky, kterou měl spotřebitel uhradit zvýhodněnou cenu za uvedenou ražbu, a to vyvedená velmi drobným písmem, aniž by bylo jakkoli osvětleno, co se sběratelským servisem rozumí.
39. Ke shora řečenému je nutno dodat, že všem shora uvedeným případům je společné především to, že neumožňují spotřebitelům jakýmkoli způsobem volit, zda mají o

spotřebitelský servis zájem nebo ne. Ten je jim totiž předestřen jako pevná součást nabídky, kterou akceptují automaticky se souhlasem s koupí nabízené sběratelské mince za zvýhodněnou cenu.

40. Celá tato konstrukce pak jednoznačným způsobem směřuje k tomu, aby byl vstup do sběratelského servisu co nejjednodušší, spotřebitelé k němu nemuseli vyvíjet vůbec žádnou aktivitu, aby naopak byl co nejvíce skrytě navázán na jednání, která musí učinit každý spotřebitel, který by chtěl využít výhodnou nabídku na dodání výrazně zlevněného sběratelského kusu, přičemž naopak od spotřebitele, který by o vstup do sběratelského servisu zájem neměl, se očekává zcela nadstandardní bdělost, ostražitost a nadto i výrazná aktivita ke zjištění dalších informací, včetně takových při uzavírání formulářových smluv zcela nestandardních kroků, jako je škrtnutí některých polí obsahujících smluvní ujednání. V běžném smluvním styku se formulář užívá jako usnadnění, resp. zřehlednění smluvní dokumentace tak, aby uzavření typizované smlouvy s sebou neslo co nejmenší transakční náklady na obou smluvních stranách. V posuzovaném případě se však tento formulář stal naopak nástrojem sloužícím ke zneřehlednění a znesnadnění určité konkrétní volby spotřebitele, a to tím hůře, že šlo o zcela zásadní ujednání, z ekonomického hlediska pro žalobkyni i spotřebitele nepochybně mnohem významnější než samotný prodej zlevněného artefaktu (jak ostatně správně dovodila i žalovaná).
41. Správní orgány obou stupňů tak podle názoru soudu ve světle těchto zjištění dospěly ke správným závěrům. Žalobkyně ve své žalobě neuvedla žádná konkrétní tvrzení, která by byla způsobila tyto závěry vyvrátit.
42. Jestliže žalobkyně odkazuje na rozsudek Soudního dvora EU ve věci C-210/96 Gut Springenheide a Tusky proti Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt ze dne 16. 7. 1998, pak k tomuto rozsudku zdejší soud uvádí, že se týká zcela odlišného případu (týkající se klamavého označení věcí a služeb a vyvolání nebezpečí záměny). Tento rozsudek nemůže zvrátit správné závěry správních orgánů týkajících se konkrétní praxe prováděné žalobkyní, která byla detailně zachycena a správně hodnocena ve vztahu ke konkrétní situaci konkrétních spotřebitelů. K tomu pak soud pouze dodává, že tím správní orgány zcela vyhověly i požadavkům Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES ze dne 11. května 2005 o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu a o změně směrnice Rady 84/450/EHS, směrnic Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004, která mj. v bodě 18 své preambule uvádí, že *„Pojem průměrného spotřebitele není statistickým pojmem. Pro stanovení typické reakce průměrného spotřebitele v daném případě budou muset vnitrostátní soudy a orgány vycházet z vlastního úsudku, s přihlédnutím k judikatuře Soudního dvora.“* Právě to se v projednávaném případě stalo a je to mj. i důvodem, proč není důvodná ani námitka žalobkyně, spočívající v tvrzení, že podobný sběratelský servis poskytuje i v jiných zemích, aniž by v nich byl shledáván nekalou praktikou. Žalobkyně o tom především nepředložila žádné důkazy; i bez toho je ovšem nutno uvést, že posouzení každého případu se musí dít individuálně a nelze závěry, ke kterým snad dospěly správní orgány v jedné zemi, mechanicky bez dalšího přenášet do zcela jiných podmínek v jiném státě, a to ani na podkladě do určité míry harmonizované právní úpravy.
43. Správné závěry, k nimž dospěly správní orgány, nemohlo zvrátit ani (navíc nijak neprokázané) tvrzení žalobkyně o tom, že drtivá většina jejích klientů je spokojena. I kdyby toto tvrzení bylo pravdivé, nemá ve vztahu k nekalé obchodní praxi, za kterou byla žalobkyně postižena, očividně žádnou relevanci.

44. Žalobu soud shledal nedůvodnou, proto ji podle § 78 odst. 7 s. ř. s. zamítl.

VI.

Náklady řízení

45. Podle § 60 odst. 1 s.ř.s. by měla právo na náhradu nákladů řízení žalovaná, když měla ve věci plný úspěch. Jelikož žalované žádné důvodně vynaložené náklady řízení nad rámec běžné úřední činnosti nevznikly, rozhodl soud, že žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení.

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 18. 3. 2021

Mgr. Lukáš Pišvejc v.r.
předseda senátu