



ČESKÁ REPUBLIKA  
ROZSUDEK  
JMÉNEM REPUBLIKY

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

žalobce: **HMK V AG**, identifikační číslo CHE-357.873.257, se sídlem Laubernstrasse 6, CHE-8280, Kreuzlingen, Švýcarská konfederace, zastoupeného Mgr. Denisou Valentovou, advokátkou, Duškova 164/45, 150 00 Praha 5,

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

o žalobě proti rozhodnutí žalované ze dne 24. 10. 2019, č.j. 135585/19/O100/2200/19/Ber/Št,

takto:

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

Odůvodnění:

[I] Předmět řízení

1. Rozhodnutím České obchodní inspekce, Inspektorátu Plzeňského a Karlovarského se sídlem v Plzni (dále jen „Inspektorát“), ze dne 10. 6. 2019, č.j. ČOI 76669/19/2200 (dále jen (prvoinstanční rozhodnutí“), byl žalobce uznán vinným z porušení zákazu užívání nekalé,

resp. agresivní obchodní praktiky dle § 4 odst. 4 v návaznosti na § 5b odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“ nebo „ZOS“), neboť předem vyplněným souhlasem s objednávkou ražby a režimem tzv. sběratelského servisu uvedeným v dokumentech zasílaných spotřebitelem prodávajícímu bylo spotřebiteli vnucováno zakoupení výrobků v rámci sběratelského režimu. Tím 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. 151506/18 (nabídkový leták „Jubilejní objednávkový kupon - č. rezervace D293-10 ze dne 14. 5. 2018“ – ražba „Zakladatelé Československa“ – zákaznické číslo 16.252.76),
- č.j. 153895/18 (nabídkový leták „Jubilejní objednávkový kupon - č. rezervace D314-10 ze dne 6. 7. 2018“ – ražba „Zakladatelé Československa“ – zákaznické číslo 16.481.36),
- č.j. 158199/18 (nabídkový leták „Žádanka ze dne 26. 10. 2018 - č. rezervace D337-01“ – ražba „Tomáš Garrigue Masaryk“ – zákaznické číslo 16.589.05),
- č.j. 155094/18 (nabídkový leták „Jubilejní objednávkový kupon - č. rezervace D293-70 ze dne 15. 5. 2018“ – ražba „Zakladatelé Československa“ – zákaznické číslo 13.337.80),
- č.j. 167416/18 (nabídkový leták „Žádanka ze dne 7. 6. 2018 - č. rezervace D299-40“ – ražba „Karel IV.“ – zákaznické číslo 12.857.26),
- č.j. 166350/18 (nabídkový leták „Rozhodnutí o výběru - č. rezervace DG1 - 01“ – ražba „Ražba s tisícikorunovou bankovkou“),

Tímto žalobcovým jednáním byla naplněna skutková podstata přestupku podle § 24 odst. 1 písm. a) ZOS.

I. Za spáchání výše uvedeného přestupku byla žalobci uložena:

- A. podle § 24 odst. 14 písm. d) ZOS ve spojení s § 41 odst. 1 a § 46 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o přestupcích“), úhrnná pokuta ve výši 200 000 Kč.
- B. podle § 95 odst. 1 zákona o přestupcích ve spojení s § 79 odst. 5 správního řádu a s § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb., o rozsahu hotových výdajů a ušlého výdělku, které správní orgán hradí jiným osobám, a o výši paušální částky nákladů řízení, ve znění pozdějších předpisů, povinnost uhradit náklady řízení ve výši 1 000 Kč.
2. K žalobcovu odvolání bylo rozhodnutím žalované ze dne 24. 10. 2019, č.j. ČOI 135585/19/O100/2200/19/Ber/Št (dále jen „napadené rozhodnutí“) rozhodnuto tak, že podle § 90 odst. 1 písm. a) zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád“), se prvoinstanční rozhodnutí, pokud jde o části, ve kterých byl žalobce viněn, že se dopustil předmětného protiprávního jednání dle zjištění z podnětu č.j. 166350/18 (nabídkový leták „Rozhodnutí o výběru - č. rezervace DG1-01“ – ražba „Ražba s tisícikorunovou bankovkou“), ruší a řízení se zastavuje (výrok I.); podle § 90 odst. 1 písm. c) správního řádu bylo prvoinstanční rozhodnutí zčásti změněno tak, že pokuta ve výši 200 000 Kč byla snížena na 160 000 Kč (výrok II.); podle § 90 odst. 5 správního řádu bylo prvoinstanční rozhodnutí ve zbytku potvrzeno (výrok III.).
3. Žalobou ze dne 18. 12. 2019, Krajskému soudu v Plzni (dále jen „soud“) doručenou téhož dne, se žalobce domáhal zrušení výroku II. a III. napadeného rozhodnutí žalované a též

rozhodnutí prvoinstančního.

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

### [II] Žaloba

5. Žalobce namítal nezákonnost napadeného rozhodnutí, jenž má spočívat v nesprávném posouzení žalobcovy obchodní nabídky a následné aplikaci § 4 odst. 4 ZOS ve spojení s § 5b ZOS na obchodní nabídky žalobce, která vedla správní orgány k závěru, že se žalobce měl v postavení prodávajícího dopustit přestupku tím, že porušil zákaz používání nekalých obchodních praktik.
6. Žalobce připomněl, že je podnikatelem nabízejícím služby pro sběratele a prodávajícím sběratelské předměty. Rozhodně odmítl, že by se vůči svým zákazníkům v postavení spotřebitelů dopouštěl nekalých obchodních praktik.
7. (část V. žaloby) Žalobce připomněl, že oslovuje potenciální zákazníky mimo jiné 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. Součástí tohoto nabídkového kuponu je i možnost objednat primárně s nabízeným sběratelským zbožím i službu tzv. sběratelského servisu. Zařazení 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 (přibližně 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 zaslaný 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 žalobce zrušit (kontakt na zákaznickou linku je na všech materiálech žalobce včetně jeho internetových stránek).
8. 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. O agresivní obchodní praktiku se tak jedná, *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.*
9. Žalobce byl přesvědčen, že posuzovaná podoba nabídkových kuponů žádným způsobem, i s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem, výrazně nezhoršuje a nemůže výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k nákupu výrobku, a to nepatřičným ovlivňováním a donucováním. Svoboda volby spotřebitele je dle žalobcova názoru plně zachována. Je pouze a jenom na svobodné vůli spotřebitele, zda nabídku 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 žalobce (dále jen „VOP“) dostupných na internetových stránkách. Pro ty, kteří nemají přístup k internetu, jsou VOP dostupné v písemné podobě (možnost vyžádat si bezplatné zaslání na bezplatné zákaznické lince). Základní pravidla nabídky a objednávky také vyplývají z obsahu nabídkových kuponů a o jednotlivostech i za účelem vysvětlení systému sběratelského servisu se spotřebitel může kdykoliv informovat prostřednictvím zákaznického servisu, na který je v nabídkovém kuponu jasně uveden kontakt. Zákaznický servis je připraven na zodpovězení všech dotazů v jeho provozní době. Na dotazy zákazníků učiněné prostřednictvím e-mailové pošty pak zákaznický servis také obratem reaguje.

10. 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, jak již bylo uvedeno, rovněž kdykoliv zrušit samotný sběratelský servis a v budování sbírky nepokračovat.
11. Je tedy patrné, že svobodná volba spotřebitele není podobou (tedy ani předem zaškrtnutým souhlasem obsaženým v nabídkovém kuponu) nijak omezována a ovlivňována. Dle žalobcovy názoru, není ani možné, aby spotřebitel uvedené věty („*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 si spotřebitel myslel, že si objednává pouze jeden předmět, když v nabídkovém kuponu je výslovně uvedeno např.: „*Získejte exkluzivní mimořádnou ražbu ‚Svatováclavská koruna‘, zušlechtěnou ryzím zlatem - NEPLATÍTE POŠTOVNÉ! V rámci jedinečného sběratelského servisu obdržíte další vydání edice ‚České korunovační klenoty‘ k nahlédnutí za zvýhodněnou cenu*“. Je tedy zřejmé, že si spotřebitel objednává nejen minci „Svatováclavská koruna“, ale i další mince z edice „Českých korunovačních klenotů“. Text je uveden v jednom odstavci, stejnou velikostí písma a na základě gramatického výkladu nelze snad ani vyložit jinak, než je výše uvedeno.
12. Jak plyne z argumentace výše, zasílání nabídkových kuponů či dalších vydání sběratelských předmětů určité edice v rámci sběratelského servisu není ani nadměrným obtěžováním či nepatřičným ovlivňováním spotřebitele, které by způsobilo nebo mohlo způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil. Žalobce nemůže předjímat, jakou volbu spotřebitel provede, avšak jeho zájmem samozřejmě je, aby byli zákazníci s jeho službami spokojeni a využívali jeho služby k budování svých sbírek, případně jej dále doporučovali.
13. ČOI nesprávně posoudila obchodní nabídku žalobce a v důsledku toho nesprávně aplikovala ustanovení zákona o ochraně spotřebitele o agresivní obchodní praktice na nabídkový kupon zasláný spotřebitelům, kteří se se svými výše specifikovanými podněty obrátili na ČOI.

14. (část VI. žaloby) Stran možnosti snadného přehlédnutí, které je žalobci vytýkáno, žalobce předpokládá, že průměrný spotřebitel si před podpisem a objednáním celou nabídku přečte a zváží.
15. Dle judikatury českých soudů (viz například rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 30. 5. 2007, sp. zn. 32 Odo 2291/2006) je průměrným spotřebitelem spotřebitel, který má dostatek informací a je v rozumné míře pozorný a opatrný, s ohledem na sociální, kulturní a jazykové faktory (jak je vykládáno Evropským soudním dvorem). Také bylo judikováno (viz např. rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 23. 10. 2008, sp. zn. 32 Cdo 4661/2007), že míra pozornosti průměrného spotřebitele má být posuzována přísněji než dříve [již nepostačuje pouze povrchní či zběžná pozornost, ale „rozumná míra pozornosti a opatrnosti“ (viz bod 18 směrnice o nekalých obchodních praktikách)].
16. O vstupu do sběratelského servisu je spotřebitel na nabídkovém kuponu jednoznačně informován a rozhodně není žalobcovým cílem spotřebiteli cokoli vnucovat. Žalobce pouze seznamuje spotřebitele se svou nabídkou. Je to ale spotřebitel, který se pro ni musí rozhodnout. Žalobce nemůže předjímat, jakou volbu spotřebitel provede, zda si zboží a sběratelský servis objedná, či nikoliv.
17. Stran výtky, že informace o sběratelském servisu jsou psané tím nejdrobnějším písmem, žalobce uvedl, že při nahlédnutí do úředního záznamu je z kopie nabídkového kuponu, která je přílohou žaloby, zřejmé, že text týkající se sběratelského servisu je napsán stejně velkým písmem jako ostatní text. Navíc je ohraničen rámečkem, aby přilákal pozornost spotřebitele a upozornil ho na závazek, ke kterému se svým podpisem zavazuje. Žalobce se tedy nesnaží o to, aby si spotřebitelé výše uvedeného nevšimli, jak tvrdí ČOI v napadeném rozhodnutí.
18. Žalobce se domníval, že přečtení nabídky je naprosto legitimním požadavkem a že nelze argumentovat tak, že spotřebitel je nadměru obtěžován již tím, že si má přečíst, k čemu se zavazuje. Žalobce vychází z faktu, že průměrný spotřebitel umí číst a že má povědomí o tom, že je třeba si přečíst, co podepisuje. Tomu jsou také nabídky uzpůsobeny - písmo je dostatečně velké, aby průměrný spotřebitel měl možnost se s textem seznámit, a současně aby nabídka obsahovala maximum informací tak, aby žalobce dostal svým informačním povinností a současně nebyla nabídka doručena ve formátu, se kterým by se spotřebiteli již špatně pracovalo. Žalobce vychází z toho, že průměrný spotřebitel v ČR nechápe o nic méně, než průměrný spotřebitel v zahraničí, kde obdobné nabídky nejsou nijak zpochybňovány. Nemůže jít k tíži žalobce, že si spotřebitelé v daných případech nabídku pořádně nepřečetli a objednali si něco, o co nemají zájem.
19. (část VII. žaloby) Žalobce dále podotkl, že v případě posuzovaných spotřebitelských podnětů se v žádném případě nesnažil spotřebitele přimět k uzavření smlouvy o koupi výrobku systémem sběratelského servisu. Svobodná spotřebitelova volba k objednání pouze individuálního sběratelského předmětu bez zařazení do služeb sběratelského servisu nebo k neučinění objednávky zůstala v případě všech stěžovatelů nedotčena. Žalobci nebylo jasné, jakým postupem měl překročit při přesvědčování spotřebitelů ke koupi svého zboží limity dané zákonem o ochraně spotřebitele, jak tvrdí ČOI. Žalobce musí vycházet z toho, že všichni, kdo mají zájem o jeho služby, včetně průměrného spotřebitele, si pozorně přečtou nabídku, se kterou souhlasí (už jen aby věděli, co a za jakou cenu kupují) a není-li jim něco jasné, zavolají na telefonní číslo v nabídce uvedené nebo se informují na internetových stránkách. Pokud si nejsou čímkoliv jisti a nabídka se jim z jakéhokoli důvodu nelíbí, objednávku neučiní, a nevyplní tak v nabídkovém kuponu své osobní údaje

a vlastnoručně jej nepodepíše. Pokud průměrný spotřebitel ví o dozorové pravomoci ČOI, což vyplývá z podaných podnětů, není možné, aby si dostatečně nebyl vědom svých práv, že může smlouvu neuzavřít, či změnit rozhodnutí a od smlouvy odstoupit nebo že má v případě nejasností možnost se obrátit na zákaznickou linku. Všechny možnosti volby spotřebitele zůstávají zachovány a žalobce je plně respektuje. Žalobci záleží na spokojenosti zákazníků, neboť pouze spokojení zákazníci budou dále kupovat jeho výrobky a případně koupí sběratelského zboží doporučí svým známým. Spotřebiteli zůstává po obdržení a přečtení nabídkového kuponu volba mezi třemi základními možnostmi, resp. při koupi zboží a následném odstoupení od smlouvy má spotřebitel další tři možnosti volby svého jednání. Žalobce nemá zájem „podvádět“ své zákazníky, ale budovat stabilní základnu sběratelů, kterým může poskytovat své služby.

20. Žalobce v neposlední řadě uvedl, že spotřebitelé často dávají své podněty na ČOI v momentě, kdy několikrát nereagují na upomínku ze strany žalobce, tedy v momentě, kdy je celá pohledávka předána inkasní společnosti. Často se jedná o spotřebitele, kteří si zakoupili několik předmětů a zřejmě zapomněli vrátit ten, který koupit nechtěli. Žalobce, s ohledem na to, že spokojenost zákazníků je pro něj na prvním místě, je ochoten celý spor ukončit tím, že zákazník mu zašle zpět na náklady žalobce předměty, které nechce, a žalobce ho následně přestane upomínat, a to dokonce i po uplynutí uvedené doby. Toto řešení je však možné pouze v případě, že se zákazník ozve včas, nejlépe zareaguje na první upomínku. Jakmile na upomínky nereaguje, celá věc je za nějakou dobu předána inkasní společnosti.
21. (část VIII. žaloby) Závěrem žalobce zopakoval, že možnost volby zákazníka, zda služeb sběratelského servisu využije, není předem zatrženým souhlasem a textem či podobou nabídkového kuponu dotčena ani výrazně zhoršena. Zákazník je v příslušném odstavci nabídky jasně informován o základních principech sběratelského servisu včetně poučení, že sběratelský servis je možné kdykoliv ukončit. Poučení je předepsáno písmem standardní velikosti, ne nápadně menším, než je použito ve zbytku nabídkového kuponu. Souhlas je v nabídce patřičně zvýrazněn a zákazník si jej při vyplňování osobních údajů do objednávky všimne a lehce přečte.
22. Žalobce z výše uvedených důvodů tvrdil, že byl rozhodnutím ČOI zkrácen na svých právech a domáhal se jeho zrušení z důvodu nezákonnosti. Podoba a znění nabídkového kuponu žalobce není agresivní obchodní praktikou ve smyslu § 5b odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele, a nedošlo tedy k naplnění skutkové podstaty přestupku dle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele.

### [III] Vyjádření žalované k žalobě

23. Žalovaná se k žalobě vyjádřila v podání ze dne 11. 2. 2020. Vzhledem k tomu, že se obsah žaloby do značné míry kryl s obsahem odvolání proti prvoinstančnímu rozhodnutí, přičemž s odvolacími námitkami se žalovaná vypořádala již v odůvodnění napadeného rozhodnutí, odkázala v podrobnostech na obsah svého rozhodnutí, jakož i na zbylý obsah spisu.
24. Stran námitky, že nesprávně posoudila obchodní nabídku žalobce, žalovaná uvedla, že žalobci není vytýkáno, jaký druh zákazníků zamýšlel oslovit ani princip fungování služby sběratelský servis. Žalobci je vytýkán způsob, jakým se snažil spotřebitele přimět, aby si tuto službu objednali. Skutečností, že spotřebitel může sběratelský servis ukončit, že se může seznámit na internetových stránkách se všeobecnými obchodními podmínkami,

telefonicky či v zákaznickém centru si je vyžádat, přispívají nanejvýš ke zmírnění následků protiprávního jednání žalobce, ovšem nebrání jeho vzniku. Žalobce zaslal spotřebitelům nabídky nazvané jako „*Jubilejní objednávkový kupon*“, „*Žádanka*“, apod., jímž 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). Z obsahu všech nabídkových letáků, které jsou předmětem tohoto řízení a tvoří přílohy úředních záznamů, je zjevné, že informace o tom, že spotřebitel při akceptaci nabídky (někdy i podpořeném tvrzením, že se jedná o časově omezenou, mimořádně výhodnou nabídku speciálně pro konkrétního spotřebitele) výrobku za zvýhodněnou cenu vstupuje rovněž do sběratelského servisu, byla vždy uvedena drobným písmem a na místě snadno přehlédnutelném v záplavě obrázků a informací o jedinečnosti a výhodnosti nabídky pouze toho konkrétního sběratelského předmětu.

25. Rovněž není pravdou, že by součástí informace o vstupu do sběratelského servisu byla vždy informace o objednávaném výrobku za výhodnou cenu a o výši poštovného. Na některých letácích byly tyto informace umístěny odděleně. Navíc, ve všech případech byl pojem sběratelský servis zmiňován jen na okraj, jakoby mimochodem, ačkoliv se jednalo z pohledu spotřebitele o hlavní závazek, a to daleko významnější, než objednání rozsáhle prezentovaného sběratelského výrobku za zvýhodněnou cenu.
26. Nabídky tedy byly vždy koncipovány tak, že spotřebitel snadno přehlédl nebo si neuvědomil, že prostým vyplněním svých údajů a odesláním letáku si neobjednává pouze jeden 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 nějaký omyl, a mnohdy, než se ve všem zorientují, promeškají lhůtu, ve které jim žalobce výrobky umožňuje vrátit. V podstatě ve většině podnětů, které byly impulsem ke kontrolám provedeným v posuzovaném případě, ale i v podnětech, které byly předmětem jiných správních řízení vedených s žalobcem, se opakuje stále stejný scénář, tedy že si spotřebitel stěžuje na skutečnost, že jsou mu ze strany žalobce zasílány z jeho pohledu neobjednané výrobky a je požadována úhrada za ně, přičemž si nevybavuje, že by si objednal službu, kterou žalobce obchodně nazývá sběratelským servisem. Pro úplnost je pak namístě dodat, že v posuzovaných případech nebyla zachycena nabídka na ražbu mince „*Svatováclavská koruna*“, o které se žalobce zmiňuje v části V. žaloby.
27. Pokud žalobce v části VII. žaloby tvrdil, že se v žádném případě nesnažil spotřebitele přimět k uzavření smlouvy o koupi výrobku systémem sběratelského servisu, je nutno říci, že předmětné nabídky vyznívají přesně opačně. U žádné z nich navíc nebylo ani možné objednat si nabízený výrobek bez sběratelského servisu.
28. Dle názoru žalované, z grafické úpravy nabídek a způsobu, jakým jsou spotřebiteli poskytnuty významné informace o povaze závazku (nejdůležitější informace jsou poskytnuty spíše menší velikostí písma a zakomponovány do ostatního textu) je patrna snaha o to, aby si spotřebitelé nevšimli, že kromě výrobku za zvýhodněnou cenu si zároveň prostým podpisem nabídky automaticky objednávají i sběratelský servis. Pokud by žalobce skutečně chtěl vytvořit a zaslat spotřebitelům transparentní, srozumitelné nabídky vstupu do sběratelského servisu, stěží by mohly vzniknout nabídky v podobě, v jaké jsou zachyceny v protokolu o kontrole. Vytvoření jasné, srozumitelné a přehledné nabídky je výrazně jednodušší než vytvoření předmětných nabídek rozeslaných spotřebitelům v

posuzovaném případě.

29. Pokud jde o výši pokuty, žalovaná ji s ohledem na počet zajištěných nabídek a s přihlédnutím ke skutečnosti, že předmětné dokumenty byly zjevně záměrně koncipovány tak, aby se spotřebitel nechal zlákat výhodnou nabídkou konkrétního předmětu a nevšiml si, že prostým podpisem a odesláním nabídky vstupuje rovněž do sběratelského servisu, v rámci kterého mu budou po dobu neurčitou zasílány další a další výrobky, považovala za přiměřenou. Žalobce se předmětného protiprávního jednání dopustil, a proto žalovaná navrhl, aby soud žalobu zamítl.

#### [IV] Posouzení věci soudem

30. Řízení ve správním soudnictví je upraveno zákonem č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, ve znění pozdějších předpisů (dále též jen „soudní řád správní“ nebo „s. ř. s.“).
31. Podle § 75 odst. 1 soudního řádu správního, soud při přezkoumání rozhodnutí vychází ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době rozhodování správního orgánu.
32. Podle § 75 odst. 2 věty první soudního řádu správního, soud přezkoumá napadené výroky rozhodnutí v mezích žalobních bodů.
33. Ve věci bylo soudem rozhodnuto v souladu s § 51 odst. 1 věty první s. ř. s., neboť s tím souhlasili oba účastníci řízení.
34. Žaloba není důvodná.
35. Soud v úvodu připomíná, že žalobce napadal výslovně pouze výroky II. a III. napadeného rozhodnutí. Výrok I. napadeného rozhodnutí, kterým bylo prvoinstanční rozhodnutí v části, ve kterých byl žalobce viněn, že se dopustil předmětného protiprávního jednání dle zjištění z podnětu č.j. 166350/18 (nabídkový leták „Rozhodnutí o výběru - č. rezervace DG1-01“ – ražba „Ražba s tisíci korunovou bankovkou“), zrušeno a řízení bylo zastaveno, žalobou napaden nebyl.
36. Podle § 24 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele, *„výrobce, dovozce, vývozce, dodavatel, prodávající nebo jiný podnikatel se dopustí správního deliktu tím, že poruší zákaz používání nekalých obchodních praktik.“*
37. Podle § 4 odst. 1 zákona na ochranu spotřebitele platí, že *„obchodní praktika je nekalá, je-li v rozporu s požadavky odborné péče a podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, kterému je určena, nebo který je jejímu působení vystaven, ve vztahu k výrobku nebo službě. Je-li obchodní praktika zaměřena na určitou skupinu spotřebitelů, posuzuje se podle průměrného člena této skupiny.“*
38. Podle § 4 odst. 3 zákona na ochranu spotřebitele platí, že *„nekalou obchodní praktikou se rozumí zejména klamavé konání podle § 5 nebo klamavé opomenutí podle § 5a a agresivní obchodní praktika podle § 5b.“*
39. Podle § 4 odst. 4 zákona na ochranu spotřebitele, *„užívání nekalé obchodní praktiky před rozhodnutím ohledně koupě, v průběhu rozhodování a po učinění rozhodnutí se zakazuje.“*
40. Podle § 5b odst. 1 zákona na ochranu spotřebitele, *„obchodní praktika se považuje za agresivní, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem výrazně zhoršuje nebo může výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku nebo službě, a to obtěžováním, donucováním včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel*

*učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.“*

41. Podle § 5b odst. 2 zákona na ochranu spotřebitele se *„přiblíží při posuzování, zda je obchodní praktika agresivní, k načasování, místu, povaze nebo době trvání obchodní praktiky, ke způsobu jednání, jeho výhrůžnosti nebo urážlivosti, k vědomému využití nepříznivé situace spotřebitele, která vede ke zhoršení úsudku spotřebitele, k ovlivnění jeho rozhodnutí ve vztahu k výrobku nebo službě, 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 k výhrůžce právně nepřipustným jednáním.“*
42. Leitmotivem žaloby byla tvrzení, že podoba nabídkových kuponů, resp. žalobcova nabídka výrazně nezhoršily ani nemohly zhoršit svobodu nebo chování spotřebitele ve vztahu k nákupu výrobku nepatřičným ovlivňováním a donucováním – svoboda volby spotřebitele, zda zvolí spotřebitelský servis, byla plně zachována, nebyla omezována ani ovlivňována. Spotřebitel se podle žalobce mohl rozhodnout, zda žalobcovu nabídku přijme či nikoliv.
43. Soud se ztotožnil s hodnocením věci, jak ho učinily správní orgány, a to co do skutkových zjištění, tak i o jejich právní posouzení.
44. Žalovaná obdobnou odvolací námitku vypořádala, když v napadeném rozhodnutí srozumitelně a výstižně uvedla, že protiprávního jednání se žalobce dopustil tím, jakým způsobem ve svých nabídkách vnucoval spotřebitelům objednávku sběratelského servisu, tzn. praktikami, kterými se žalobce snažil spotřebitele přimět k objednávce sběratelského servisu.
45. Žalovaná mj. uvedla, že informace o tom, že spotřebitel při akceptaci nabídky (někdy i podpořené tvrzením, že se jedná o časově omezenou, mimořádně výhodnou nabídku speciálně pro konkrétního spotřebitele) výrobku za zvýhodněnou cenu vstupuje rovněž do sběratelského servisu, byla vždy uvedena drobným písmem a na místě snadno přehlédnutelném v záplavě obrázků a informací o jedinečnosti a výhodnosti nabídky pouze tohoto konkrétního sběratelského předmětu (k tomu srov. str. 5 napadeného rozhodnutí). Soud v té souvislosti konstatuje, že není pravdivé tvrzení žalobce o tom, že *„text týkající se sběratelského servisu je napsán stejně velkým písmem jako ostatní text“*, nadto je *„obhraničen rámečkem, aby přilákal pozornost spotřebitele a upozornil ho na závazek, ke kterému se svým podpisem zavazuje.“* Všechny prostor letáku obsahuje text různých velikostí a obsahu, nadto text se nachází v bezprostřední blízkosti dalších informací o jedinečnosti a výhodnosti nabídky nabízeného konkrétního výrobku. Žalovaná tak má pravdu, když konstatovala, že pojem sběratelský servis byl ve všech případech *„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“* (str. 5 napadeného rozhodnutí).
46. Dále, automatické zasílání sběratelských předmětů přitom nezaniká ani v případě, že zákazník určitý sběratelský předmět vrátí. Inspektorát v prvoinstančním rozhodnutí (str. 6) přílehavě vyjevil, že *„(...) použitím předem zaškrtnutého (předvyplněného) souhlasu, popř. nutnosti v případě nezájmu o objednání sběratelského servisu vyškrtávat část textu z pasáže opatřené předem zaškrtnutým (předvyplněným) souhlasem, je patrná snaha o to, aby si spotřebitelé nevšimli, že kromě sběratelského výrobku (např. mince) za zvýhodněnou cenu si*

zároveň prostým podpisem nabídky automaticky objednávají i sběratelský servis. Nabídky v podobě, v jaké jsou kontrolovanou osobou užívány, nejsou jasné, srozumitelné a přehledné.“. Žalovaná pak konstatovala, že je „tedy celkem nerozhodné, zda bylo možné pasáž o objednávkě sběratelského servisu vyškrtnout či nikoliv, neboť podstatné je, že 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.“ Soud se s těmito závěry ztotožnil.

47. Soud ve shodě se správními orgány dospěl k závěru, že ony kupony skutečně tendují k určité manipulaci, k určitému podsouvání sběratelského servisu tomu, kdo si objednáva jednu minci za zvýhodněnou cenu, jak je zde uvedeno.
48. Žalobcova nabídka prezentovaná skrze letáky obsahovala ve všech případech předvyplněný souhlas spotřebitele s objednávkou mimořádné (exklusivní) ražby za zvýhodněnou cenou a současně sdělení, že se jedná o režim sběratelského servisu, v jehož rámci obdrží spotřebitel k nahlédnutí další vydání (edice). Soud se ztotožnil s názorem prezentovaným v prvoinstančním rozhodnutí (str. 6), podle něhož: „*Použitím předem zaškrtnutého (předvyplněného) souhlasu, popř. nutnosti v případě nezájmu o objednání sběratelského servisu vyškrtávat část textu z pasáže opatřené předem zaškrtnutým (předvyplněným) souhlasem, je patrná snaha o to, aby si spotřebitelé nevšimli, že kromě sběratelského výrobku (např. mince) za zvýhodněnou cenu si zároveň prostým podpisem nabídky automaticky objednávají o sběratelský servis. Nabídky v podobě jakou jsou kontrolovanou osobou užívány, nejsou jasné, srozumitelné a přehledné. Spotřebitelé mohli velice snadno přehlédnout, že prostým vyplněním požadovaných údajů a podpisem nabídky si automaticky objednávají nejen výrobek (např. mince) za zvýhodněnou cenu (výrobek spotřebitelem požadovaný), ale zároveň vstupují do systému sběratelského servisu, v rámci kterého jim budou zasílány další mince, a to až do doby, než sami informují společnost (kontrolovanou osobu), že si sběratelský servis přejí ukončit.*“.
49. Značná nepřehlednost textu a obrázků minimalizovala možnost určitého varování spotřebitele. Nadto, v různých státech je sběratelská (i laická) veřejnost uvyklá na určitý zaužívaný způsob nabídky sběratelského artiklu a rovněž na specifickou právní úpravu takových nabídek a prodejů. V našich podmínkách se používá různých způsobů, např. v případě objednání některých mincí před jejich vydáním se přistupuje na zaváděcí nebo zlevněné ceny, existují různé klubové slevy, je možné si předplatit mince na základě ročního plánu od určitého emitenta (např. podle toho, co vydá v nejbližším období nebo kalendářním roce), je možné si předplatit určité série apod. Pojem sběratelský servis je tuzemským sběratelům nejasný, musí se teprve dopátrat jeho obsahu a podle názoru soudu jsou jim jeho podmínky v žalobcově případě podsouvány. Koupě na zkoušku (tak, jak je sběratelský servis vymezen v bodě 3 VOP) v našem sběratelském prostředí není a nebyla obvyklá.
50. Shrnutí, naplnění skutkové podstaty žalobcova protiprávního jednání bylo správními orgány identifikováno v tom, že nabídkové letáky užívané žalobcem k oslovení spotřebitelů byly slovně formulovány a graficky zpracovány tak, že spotřebitel mohl přehlédnout, že spolu s akceptací nabídky na dodání zvýhodněné sběratelské mince objednáva současně i tzv. sběratelský servis. A to v situaci, kdy závazek ze spotřebitelského servisu je povinností významnější než koupě jedné sběratelské mince. Podle svého obsahu a grafické úpravy byl nabídkový leták primárně určen k objednávkě jedné sběratelské mince za zvýhodněnou cenu. Sběratelský servis však spočívá v povinnosti odebírat až do zrušení této služby bez

výslovné objednávky spotřebitele další sběratelské předměty za nezvýhodněnou cenu. Z důvodů, o něž žalovaná opřela své rozhodnutí a které soud aprobejme, je nedůvodnou žalobní námitka, že nabídky výrazně nezhoršily ani nemohly zhoršit svobodu nebo chování spotřebitele ve vztahu k nákupu výrobku nepatřičným ovlivňováním a donucováním. Svoboda volby spotřebitele, zda zvolí spotřebitelský servis, totiž nebyla plně zachována, jelikož byla obsahem a grafickým zpracováním nabídky nepřipustným způsobem ovlivňována. Spotřebitel se sice mohl rozhodnout, zda nabídku žalobce přijme či nikoliv, nicméně úsilí a pozornost, jaké by musel věnovat obsahu nabídky a odmítnutí sběratelského servisu, po něm nelze spravedlivě požadovat. Popsanou konkrétní argumentaci žalované v napadeném rozhodnutí (týkající se obsahu nabídkových letáků) žalobce v žalobě nijak nevyvracel, i když odůvodnění napadeného rozhodnutí obsahuje přesvědčivé a logické závěry, pokud jde o nepřipustné ovlivnění spotřebitele vyplývající z žalobcovy nabídky.

51. Důvodnou není ani námitka, že spotřebitel mohl od smlouvy uzavřené s žalobcem odstoupit, zboží vrátit nebo závazek ze sběratelského servisu zrušit. Žalovaná v napadeném rozhodnutí (str. 7) přiléhavě uvedla následující: *„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 situací řešit, informovat se, jak k takové události vůbec mohlo dojít, zboží vrátet, 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. 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 porušujícího zákaz nekalých obchodních praktik vyvázat. Navíc vrácení sběratelského předmětu ve lhůtě 21 dnů nelze stavět na roveň institutu odstoupení od smlouvy, neboť tím, že spotřebitel nechtěný výrobek vrátí, neruší se od počátku jeho závazek v podobě účasti ve sběratelském servisu, tudíž mu mohou být zasílány další výrobky, dokud sběratelský servis sám neukončí.“* Soud je toho názoru, že pro posouzení naplnění skutkové podstaty stíhaného jednání je právně bezvýznamné, zda a jak může spotřebitel od uzavřené smlouvy odstoupit, zrušit ji či sběratelský předmět dodaný v rámci sběratelského servisu vrátit. Žalobci bylo kladeno za vinu, že jeho nabídkové letáky byly způsobily podstatně narušit ekonomické chování spotřebitelů ve vztahu ke sběratelskému servisu tím, že výrazně zhoršily nebo mohly zhoršit svobodu jejich volby nebo chování nepatřičným ovlivňováním obsahem nabídkových letáků, které způsobily nebo mohly způsobit, že spotřebitelé učinili rozhodnutí ohledně objednání sběratelského servisu, která by jinak neučinili. Možnost od smlouvy odstoupit, zrušit službu nebo sběratelský předmět vrátit nemá vliv na stíhaný způsob nabídky skrze letáky, kterými se žalobce snažil přimět spotřebitele k účasti na spotřebitelském servisu. Vracením sběratelského výrobku účast ve sběratelském servisu neskončila a nezbavilo to spotřebitele tíživého dopadu spočívajícího v dodání dalších a dalších sběratelských předmětů, u nichž byl nucen provádět další kroky k jejich vrácení.
52. Námitka, že není možné, aby spotřebitel ujednání o spotřebitelském servisu a jeho obsahu nevěnoval pozornost, protože bylo zařazeno do textu, z něhož jediné lze zjistit, který výrobek si spotřebitel objednává a zda bude platit poštovné a balné, nemůže obstát. Vzhledem k textové a grafické koncepci letáků je totiž právě informace o sběratelském servisu na první pohled upozaděna. Nabídkové letáky zcela zřejmě směřují k tomu, aby byl vstup do sběratelského servisu co nejjednodušší, spotřebitelé k němu nemuseli vyvíjet

vůbec žádnou aktivitu, přičemž skrytě je vázán na objednávku výrazně zlevněného prvního sběratelského kusu. Od spotřebitele, který by o vstup do sběratelského servisu zájem neměl, se očekává zcela nadměrná 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. zpřehlednění smluvní dokumentace tak, aby uzavření typizované smlouvy s sebou neslo co nejmenší transakční náklady na obou smluvních stranách. V posuzovaném případě se však formulářová nabídka stala nástrojem sloužícím ke zneprůhlednění a znesnadnění určité konkrétní volby spotřebitele, a to tím hůře, že šlo o zcela zásadní ujednání, z ekonomického hlediska pro žalobce i spotřebitele nepochybně mnohem významnější než samotný prodej první zlevněné sběratelské mince.

53. Konečně, odvolával-li se žalobce na tzv. průměrného spotřebitele, pak ani tato argumentace nebyla důvodná. Z rozsudku Krajského soudu v Brně ze dne 1. 2. 2019, č.j. 62 A 164/2017-49, publ. ve Sb. NSS pod č. 3892/2019, vyplývá mj. následující: „*Při úvahách o průměrném spotřebiteli je nutné vycházet z toho, že průměrný spotřebitel je v rozumné míře opatrný a pozorný (ve smyslu směrnice Evropského parlamentu a Rady 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu). Rozumnou míru opatrnosti a pozornosti je třeba dovozovat i ve vztahu k charakteru obchodu, jehož se spotřebitel účastní.*“. Soud nepochybně, že průměrný spotřebitel je osobou přiměřeně dobře informovanou, opatrnou a obezřetnou. Ve shodě se správními orgány má však soud, především vzhledem k obsahu a formě žalobcových nabídkových letáků, za to, že žalobce svobodu volby a rozhodování právě takového spotřebitele nepřijatelným způsobem ovlivnil a omezil ve vnučení sběratelského servisu. Jinými slovy, nebyly-li by žalobcovy nabídkové letáky formulovány shora popsáním způsobem, mohl průměrný spotřebitel učinit svobodné rozhodnutí ohledně vstupu do sběratelského servisu. Žalobcův požadavek na to, jak moc pozorně a pečlivě si měl spotřebitel jeho nabídku přečíst, neodpovídá grafické a textové úpravě jeho nabídky. Míru pozornosti a pečlivosti kladenou žalobcem na spotřebitele soud stejně jako správní orgány neshledává za přiměřenou.
54. Soud se vzhledem k výše uvedenému plně ztotožnil se závěry, jaké v žalobcově věci přijaly správní orgány obou stupňů a vyjevily je v prvoinstančním a napadeném rozhodnutí. V podrobnostech proto na jejich obsah plně odkazuje. Soud neměl důvodu se při posouzení projednávané věci odchýlit od svých závěrů přijatých v rozsudcích v obdobných věcech (např. rozsudky ze dne 29. 1. 2020, č.j. 30 A 10/2018-57, ze dne 30. 4. 2019, č.j. 57 A 25/2018-61, nebo ze dne 29. 1. 2020, č.j. 30 A 107/2019-50, ze dne 31. 8. 2020, sp. zn. 77 A 55/2020), kdy tam řešený skutkový stav byl obdobný skutkovému stavu posuzovanému v tomto řízení.
55. Soud neshledal žádný z žalobních bodů důvodným, a proto žalobu na základě § 78 odst. 7 soudního řádu správního zamítl.

#### [V] Náklady řízení

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

**Poučení:**

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

Plzeň dne 24. 11. 2021

Mgr. Jaroslav Škopek v.r.  
předseda senátu