

Váš dopis zn./ze dne:

Vyřizuje/tel.:

Č. j.:

JUDr. Irena Fleischmanová

MHMP 87396/2019

236 002 445

Sp. zn.:

Počet listů/příloh: 4/0

S-MHMP 1589262/2018



Datum:

29.1.2019

PŘÍKAZ

I.
Odbor živnostenský a občanskosprávní Magistrátu hlavního města Prahy jako věcně a místně příslušný správní orgán podle § 7 písm. i) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o regulaci reklamy“) v souladu s § 90 odst. 1 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich (dále jen „zákon o odpovědnosti za přestupky“), ve spojení s ustanovením § 150 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád“),

uznává vinnou z přestupku

společnost 
 (dále jen „obviněná“), a to ze spáchání přestupku podle ustanovení § 8a odst. 3 písm. b) zákona o regulaci reklamy, kterého se obviněná společnost dopustila jako „zpracovatel“ reklamy porušením § 2 odst. 1 písm. b) zákona o regulaci reklamy, jímž se zakazuje reklama, která je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního právního předpisu (§ 4 odst. 1 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“) tím, že zpracovala reklamu na nabídku zboží, které bylo prezentováno v době, kdy již bylo vyprodáno, tudíž nemohlo být k dispozici spotřebitelům, což je jednání, které je v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, který je jeho působení vystaven.

Obviněná společnost porušila výše citovanou právní úpravu tím, že v srpnu 2018 zpracovala reklamu na internetu, která minimálně od 30.8.2018 do 26.9.2018 nabízela v rámci „Výprodeje zimního oblečení“ modré bundy za 899,- Kč (původní cena 2.938,- Kč); posuzovaná reklama působila v době, kdy již nebyla platná (dne 26.9.2018), neboť bunda v uvedené ceně byla vyprodána, resp. nebylo ji možné koupit.



II.

Za spáchání uvedeného přestupku se obviněné společnosti podle ustanovení § 90 odst. 1 zákona o odpovědnosti za přestupky **ukládá správní trest pokuty ve výši 7.000,- Kč** (slovy: sedmtisícikorunčeských), ve vazbě na ustanovení § 35 písm. b), § 46 zákona o odpovědnosti za přestupky a ve spojení s ustanovením § 8a odst. 7 písm. c) zákona o regulaci reklamy.

Pokuta je splatná do patnácti dnů ode dne nabytí právní moci tohoto příkazu, na účet hlavního města Prahy u PPF banky a.s., číslo účtu **1400110005157998/6000** (platba bankovním převodem č.ú. 140011-5157998/6000), variabilní symbol **3600006022**, konstantní symbol **379** (placeno složenkou, složenka nepřiložena, doručováno do DS), **558** (placeno příkazem), specifický symbol **1589262**, nebo v hotovosti na přepážce u PPF banky a.s., na adrese: Mariánské nám. 2, Praha 1, přízemí, s uvedením příslušných symbolů.

O d ů v o d n ě n í

Odbor živnostenský a občanskosprávní Magistrátu hlavního města Prahy (dále jen „orgán dozoru“) obdržel podnět, ve kterém pisatel poukazuje na obsah internetové nabídky, kde v rámci „Výprodeje zimního oblečení“ společnost [redacted] nabízela zboží ve snížené ceně, která ve skutečnosti byla vyšší. Tato nabídka vyvolávala dojem výhodného nákupu, resp. reklama navozovala stav, že spotřebitel může učinit obchodní rozhodnutí o koupi zboží (modré zimní bundy), která byla ve skutečnosti vyprodána (snížená cena platila pouze pro některé barevné varianty zimních bund). Reklama tedy působila v době, kdy již nebyla platná a bundu v nabízené ceně nebylo možné koupit.

Orgán dozoru požádal společnost [redacted] o vysvětlení, a to přípisem ze dne 15.10.2018. K žádosti byla připojena reklamní internetová nabídka zobrazující zimní modrou bundu za 899,- Kč (původní cena činila 2.938,- Kč), na což jmenovaná společnost následně reagovala v podobě vysvětlení, které poskytl její statutární zástupce.

V rámci předmětné reklamní nabídky byla nabízena modrá zimní bunda za nižší cenu do okamžiku vyprodání tohoto konkrétního zboží. Přesto, že uvedená barevná varianta této bundy byla vyprodána, banner spuštěný od 30.8.2018 nabízel uvedené zboží minimálně do 26.9.2018, kdy na tento stav upozornil pisatel podnětu. Marketingové oddělení ani reklamní agentura si nevšimly, že zásoby inzerované modré bundy byly vyprodány a po „kliknutí“ se již zobrazovaly pouze zbývající dostupné barevné varianty, ale za cenu vyšší a nesníženou. Jednatel společnosti dále vysvětlil, že u sortimentu uvedeného typu je běžné, že cena jednotlivých barevných variant se liší, nicméně marketingové oddělení společnosti [redacted] dostatečně pružně nezareagovalo na změnu ceny. Záměrem jmenované společnosti však nebylo klamat spotřebitele. Zmíněný zástupce závěrem uvedl, že pokud by byla společnost spotřebitelem upozorněna na chybu v internetové nabídce, bylo by mu zboží nabídnuto za inzerovanou cenu a reklamu by společnost ukončila. Zjištěný protiprávní stav je dle vyjádření uvedeného zástupce výjimečný a pro společnost [redacted] nestandardní; po upozornění společnost tuto reklamu ukončila.

Podle § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy se „reklamou rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti. Společnost [redacted] vlastní živnostenské oprávnění k předmětu podnikání „Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona“. Prostřednictvím komunikačního média, kterým je v tomto případě internetová stránka, byla šířena reklama na zboží, které společnost prodává, a to s cílem podpory své podnikatelské činnosti.

Podle § 2 odst. 1 písm. b) zákona o regulaci reklamy se zakazuje reklama, která je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního právního předpisu, jímž je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů.

Podle § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele je obchodní praktika 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 jejím působení vystaven, ve vztahu k výrobku nebo službě.

Podle § 8a odst. 7 písm. c) zákona o regulaci reklamy se zpracovateli reklamy uloží pokuta do 5 000 000,- Kč, pokud právnická nebo podnikající fyzická osoba v rozporu s § 2 odst. 1 písm. b) tohoto zákona zpracuje reklamu, která je nekalou obchodní praktikou.

V daném případě společnost [REDAKCE] prokazatelně porušila výše citovanou právní úpravu regulace reklamy při zpracování internetové reklamní prezentace nabízející výprodej zimního oblečení. Nabízené zboží v nižší ceně bylo vyprodáno, takže cena bund dostupných pro prodej, byla vyšší a netýkala se vybraného zboží (modrých zimních bund). Jedná se o nekalou obchodní praktiku, neboť reklama nabízela zboží, které bylo vyprodáno, tudíž nemohlo být k dispozici spotřebitelům.

Toto jednání je v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, který je jeho působení vystaven. Společnost této reklamě nevěnovala potřebnou pozornost a předmětnou reklamní nabídku včas neukončila.

Orgán dozoru považuje popsané skutkové zjištění za prokázané, což nezpochybnuje ani společnost [REDAKCE] jak je již výše vysvětleno. Vzhledem k tomu, že se jmenovaná společnost nezříká odpovědnosti, orgán dozoru rozhodl o uložení pokuty v podobě zkráceného příkazního řízení. Při určení částky pokuty vycházel orgán dozoru ze zákonných hledisek, která jsou stanovena pro uplatnění sankčního postihu (§ 37 zákona č. 250/2016 Sb., o odpovědnosti za přestupky a řízení o nich).

Orgán dozoru přitom přihlédl k závažnosti protiprávního jednání, zejména ke způsobu jeho spáchání (tj. reklama na internetu) a k jeho následkům (tj. byl zjištěn jediný spotřebitel). Podstatnou, a to polehčující okolností je v daném případě skutečnost, že zjištěné pochybení společnost sama uznala a chybu se snažila odstranit.

V tomto případě nebyly zjištěny závažné škodlivé následky, zástupce společnosti sdělil, že pokud by spotřebitel upozornil na předmětnou chybu, společnost by mu nabídla zboží za inzerovanou cenu. Všechny tyto skutečnosti orgán dozoru promítl do uložení pokuty, kterou s ohledem na možnou zákonnou sazbu uložil při dolní hranici. Výše pokuty splňuje svůj účel, neboť bude na společnost [REDAKCE] působit tak, aby se v budoucnu obdobného pochybení v reklamní činnosti nedopustila a věnovala jí zvýšenou pozornost.

Při posuzování povahy a závažnosti uvedeného jednání orgán dozoru přihlédl k významu a rozsahu jeho následku, který neovlivnil chráněný společenský zájem závažným způsobem. Tímto stavem nebyl zjištěn závažný následek, neboť posuzované protiprávní jednání se bezprostředně dotýkalo pouze jediného zjištěného spotřebitele, který na tento stav upozornil.

Popsané protiprávní jednání společnosti je prvním pochybením tohoto typu, což je významnou okolností při posuzování tohoto přestupku. Orgán dozoru v daném případě nezjistil úmysl společnosti [REDAKCE] jednat v rozporu se zákonem o regulaci reklamy.

Poučení:

Proti tomuto příkazu lze podat odpor ve lhůtě 8 dnů ode dne jeho oznámení (doručení), přičemž za první den lhůty se považuje den následující po dni, kdy byl příkaz oznámen. Případně-li

konec lhůty na sobotu, neděli nebo svátek, je posledním dnem lhůty nejbližší pracovní den. Podáním odporu se příkaz ruší a správní řízení pokračuje. Odpor se podává u odboru živnostenského a občanskosprávního Magistrátu hlavního města Prahy, Jungmannova 29/35, 110 00 Praha 1. Příkaz, proti němuž nebyl podán odpor, se stává pravomocným a vykonatelným rozhodnutím.

JUDr. Eva Nováková

ředitelka odboru živnostenského a občanskosprávního
Magistrátu hlavního města Prahy