

ÚI - SOI, Kancelária ÚR Bratislava	
číslo:	21. 06. 2011
číslo:	978/51/2011
Príloha:	

21/2/09

14/09

I S 1/2009 - 100



Toto rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 24. 5. 2012

Krajský súd v Prešove

ROZSUDOK

dňa 19. 06. 2012

V MENE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Krajský súd v Prešove v senáte zloženom z predsedníčky senátu JUDr. Kataríny Morozovej Nemcovej a sudkýň Mgr. Magdalény Želinskej a JUDr. Ľuboslavy Mruškovičovej v právnej veci žalobcu Consumer Finance Holding, a.s., IČO: 35 923 130, so sídlom Kežmarok, Hlavné námestie č. 20, 060 01 Kežmarok, právne zastúpeného JUDr. Jozefom Beňom, advokátom so sídlom v Poprade, Námestie Sv. Egídia č. 95, 058 01 Poprad, proti žalovanej Slovenskej obchodnej inšpekcii, Ústredný inšpektorát, Prievozská č. 32, 827 99 Bratislava, o preskúmanie zákonnosti postupu a rozhodnutia žalovanej zo dňa 20. októbra 2008 č.k. SK 0531/99/08 na základe žaloby takto

rozhodol :

Žalobu z a m i e t a.

N e p r i z n á v a účastníkom náhradu trov konania.

Odôvodnenie

Včas podanou žalobou sa žalobca domáhal preskúmania rozhodnutia žalovanej citovaného v úvodnej časti rozsudku v spojení s rozhodnutím Slovenskej obchodnej inšpekcie, Inšpektorát Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Prešove zo dňa 26.05.2008 č.k. P/0195/07/08, ktoré žiadal zrušiť a vrátiť vec žalovanej na ďalšie konanie a priznať trovy konania.

Žalobu odôvodnil tým, že prvostupňový správny orgán uvedeným rozhodnutím mu uložil pokutu vo výške 200.000,- Sk za nedodržanie zákazu používania nekalých obchodných praktík v zmysle zákona o ochrane spotrebiteľa špecifikovaných vo výroku rozhodnutia. Na základe odvolania žalobcu žalovaná odvolanie zamietla a prvostupňové rozhodnutie potvrdila. Žalobca zdôraznil, že nesúhlasí s výrokom oboch rozhodnutí, pretože sú založené na nedostatočnom posúdení skutkového stavu. Dôvody nezákonnosti žalobca špecifikoval tak, že

namietal právny názor žalovanej, že svojim konaním v rámci reklamnej kampane „50% každý týždeň iné výrobky za polovicu“ porušil povinnosti uložené v § 7 ods. 1 v nadväznosti na § 8 ods. 1 písm. d) a § 8 ods. 4 zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona SNR č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov. Žalobca poukázal na to, že posúdením obsahu ponukového katalógu „Triangel najlepšie na splátky! zima 2007/jar 2008“ došiel žalovaný k zisteniu, že informácia „50% každý týždeň iné výrobky za polovicu“ je v rozpore s ustanovením § 8 ods. 1 písm. d) citovaného zákona, na základe ktorého ustanovenia sa obchodná praktika považuje za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, pretože obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom uvádza do omylu, alebo môže viesť do omylu priemerného spotrebiteľa, ako aj keď je táto informácia vecne správna vo vzťahu k cene alebo spôsobu výpočtu ceny, alebo existencií osobitnej cenovej výhody.

Žalobca namietal, že žalovaná odôvodnila porušenie predmetného ustanovenia zákona takým konaním žalobcu, že žalobca uviedol na titulnej strane katalógu Triangel zvýraznenú informáciu pre spotrebiteľa „50% každý týždeň iné výrobky za polovicu“, ďalej na druhej strane katalógu Triangel žalobca uviedol v ľavom hornom rohu veľkým žltým písmom zvýraznený údaj „50%“ pod ním text výrazným červeným písmom „Nový katalóg Triangel prináša skvelú akciu, ktorá nemá obdobu!“, pod ktorým textom uviedol žalobca informáciu uvedenú čiernym písmom v znení „Akcia platí pre kombináciu splácania „splatené za 33 mesiacov“.

Poukázal na záver žalovanej, že informácia „50%“ každý týždeň iné výrobky za polovicu“ na titulnej strane katalógu je uvedená bez ďalších podmienok akcie a preto je spôsobilá viesť do omylu spotrebiteľa tým, že môže u neho vyvolať mylný dojem o výhodnosti ceny ponúkaných výrobkov v čase akcie zníženej o polovicu a tým zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil.

Žalobca zdôraznil, že žalovaná pri tomto svojom tvrdení opomenula skutočnosť, že ponukový katalóg „Triangel“ je katalógom, tzn. je celkom, ktorý je potrebné posudzovať celistvo a nie jednotlivé ponuky separovať a posudzovať osobitne od ostatných ponúk uvedených v katalógu. Z tvrdenia žalovanej je možné usudzovať, že túto nekalú obchodnú praktiku s odkazom na § 8 ods. 1 písm. d) zákona vidí v konaní žalobcu v tom, že prvá strana katalógu Triangel neobsahuje všetky skutočnosti týkajúce sa prezentovanej reklamy. Žalobca opätovne poukázal na to, že katalóg je celok niekoľkých strán, a preto reklamu uvedenú na titulnej strane ako informáciu v znení „50% každý týždeň iné výrobky za polovicu“ nemožno posudzovať samostatne. Predmetnú ponuku žalobca ďalej rozvádza na tretej strane katalógu Triangel, kde presne, jasne, zrozumiteľne a čitateľne oboznamuje spotrebiteľa s tým, za akých podmienok ponuka platí.

Žalobca tvrdí, že text z druhej strany katalógu jasne zreteľne a čitateľne opisuje spotrebiteľovi podstatu akcie, kde sa uvádza, že „vďaka tejto akcii môžete získať váš vysnívaný výrobok iba za polovičné splátky. Dĺžka splácania sa nemení, po celú dĺžku splácania sa vám však splátka zníži na polovicu! Každý týždeň bude v akcii iná kategória výrobkov, napr. všetky televízory, práčky alebo bicykle. Ak bude výrobok v akcii, tak výška mesačnej splátky bude polovičná oproti splátke v cenovke“. Túto informáciu žalobca upresňuje tabuľkou, v ktorej je spotrebiteľ prehľadne informovaný o tom, aká je výška akontácie a splátky, ako aj počet splátok platí pre spotrebiteľa pre ním zvolenú formu splácania na 10, 12, 24 a 36 mesiacov. V tomto tabuľkovom prehľade má spotrebiteľ výrazne uvedené, že táto ponuka platí pre kombináciu splácania – „splatené za 33 mesiacov“. Spotrebiteľ má ďalej informáciu o tom, že ak je výrobok týždeň v akcii, mesačná splátka

uvedená v cenovke tabuľky neplatí a je polovičná (zvýraznenie textu je polovičná). Ďalej žalobca na druhej strane katalógu uvádza príklad polovičnej splátky názorne na LCD televízore Panasonic. Spotrebiteľ má aj v tomto prípade v tabuľkovej forme uvedené jednotlivé spôsoby splácania (10, 12, 24, 33 mesiacov) a taktiež má farebným rozlíšením zvýraznenú splátku akciovú, teda polovičnú v znení „ak by tento televízor nebol práve v akcii, mesačná splátka pri dĺžke splácania 33 mesiacov by bola 910,- Sk, ak sú ale v akcii televízory, vaša mesačná splátka pre tento televízor je iba 455,- Sk (910,- Sk na polovicu). Dĺžka splácania a akontácia sa pritom nemení a vy máte výrobok za polovičnú mesačnú splátku!“. Ďalej nasleduje informácia o tom, koľko spotrebiteľ vďaka prezentovanej akcii ušetrí.

Žalobca dôvodil aj tým, že v rozhodnutí o uložení sankcie žalovaná nepreukázala, akým konaním, prípadne opomenutím čoho došlo zo strany žalobcu k porušeniu ustanovenia § 8 ods. 1 písm. d) zákona a na základe akej skutkovej podstaty predmetnú reklamu považuje žalovaná za klamlivú. Podľa žalobcu, žalovanú zaujíma a dôvodí len farebným rozlíšením, rôznou veľkosťou písma použitého v reklame a zvýraznením jednotlivých častí reklamného textu. Žalobca vyslovil názor, že klamlivosť reklamy treba chápať ako spôsobilosť vyvolávať klamlivú predstavu, t. j. spôsobilosť vyvolať predstavu, ktorá je v rozpore so skutočnosťou. Zo strany žalobcu však k takémuto konaniu nedošlo. Žalobca vo svojej reklame, ktorú predstavuje celý katalóg detailne aj s príkladmi opísal, čo a za akých podmienok predmetná reklama prezentuje. Podľa názoru žalobcu, že správny orgán nesprávne zhodnotil (zaoberal sa hlavne hodnotením farebnej stránky ponukového katalógu), obsahovú stránku informácií podaných spotrebiteľovi na strane dve a tri ponukového katalógu, ktorý presne a detailne spotrebiteľa informuje o predmetnej akcii.

Žalobca ďalej namietal tvrdenia žalovanej, že pri kontrolách bolo spoľahlivo zistené, že zo strany žalobcu neboli rešpektované ustanovenia § 8 ods. 4 zákona, lebo žalovaná vo svojom rozhodnutí uviedla, že žalobca preukázateľne porušil ustanovenia zákona o ochrane spotrebiteľa a úmyselne zavádzal spotrebiteľa tým konaním, že na predmetnej strane katalógu je uvedený výrazný údaj „50%“, pod ktorým sa nachádza informácia „za polovicu“, ktorá je v porovnaní s jej prvou časťou zvýraznená dvojnásobnou veľkosťou písma, pričom malými písmenami sú uvedené bližšie podmienky ponúkaného produktu. Žalovaná vyslovila názor, že uvedená informácia má zavádzajúci charakter a je spôsobilá viesť spotrebiteľa do omylu a to tým, že môže vyvolať u neho dojem o výhodnosti ceny ponúkaných výrobkov v čase akcie, čím môže u spotrebiteľa zapríčiniť, že urobí rozhodnutie, ktoré by inak neurobil.

Žalobca argumentoval, že z uvedeného vyplýva, že žalovaná pri svojom tvrdení neposudzovala katalóg Triangel ako celok. Žalobca zdôraznil, že v žiadnom prípade nemohol a ani nechce viesť spotrebiteľa do omylu a v katalógu jednoznačne a s pomocou použitých príkladov určuje spotrebiteľovi, ktorý výrobok je v čase zvýhodnený a v čom táto cenová výhoda spočíva. Je to preukázateľné na príklade kúpy televízora, ktorý príklad je uvedený vyššie. Spotrebiteľ má v katalógu nielen slovne popísané, koľko by uhradil pri mesačnej splátke, ak by daný výrobok nebol v akcii a akú výšku bude mať jeho mesačná splátka pri využití akcie, ale túto informáciu má prezentovanú aj v tabuľkovej forme, kde má dokonca možnosť porovnať si jednotlivé spôsoby splácania, kde je konkrétne a detailne popísaný ponúkaný produkt. Žalobca poukázal na to, že žalovaná pri tvrdení uvedenia do omylu poukazuje a namieta len výraznosť a farebnú odlišnosť textu v katalógu, pričom pri svojej argumentácii opomenula samotnú podstatu reklamy, ktorá je prezentáciou produktov v každej podobe s cieľom uplatniť ich na trhu. Žalobca tvrdí, že etické zásady reklamnej praxe platné na území SR síce hovoria o tom, čo je reklama, aká má byť reklama a aké požiadavky má spĺňať, avšak nikde nie je vymedzené, či reklama môže, resp. nemôže byť farebná, prípadne výrazná a odlišná napr. aj veľkosťou písma. Rozdielna farebnosť a veľkosť písma v reklame

je otázkou dizajnu a nemá vplyv na obsah a čitateľnosť podávanej informácie. Zvýraznenie najpríťažlivejšej časti ponuky v reklame je v obchode bežne používaný spôsob prezentácie. Žalobca dôvodil tým, že ak by to tak nebolo, tak by mali byť nekalou obchodnou praktikou aj ponuky „mobil za korunu“, ktorá pozitívne zmenila trh s telefónmi na Slovensku, prípadne ponuky „auto za polovicu“, „auto za tretinu“ a podobne.

Žalobca v závere žaloby poukázal na to, že žalovaná si nespĺnila svoju zákonnú povinnosť uviesť, v čom bolo konanie žalobcu nekalé a ktorým konaním uviedol spotrebiteľa do omylu. Žalobca vyslovil názor, že ak žalovaná vo výroku rozhodnutia konštatuje, že reklama je v rozpore so zákonom o ochrane spotrebiteľa, musí v odôvodnení uviesť, v čom porušenie vidí. Žalobca tvrdí, že žalovaná nevyhodnocovala dôkazy a skutkový stav veci vo vzájomnej súvislosti, lebo vo svojom odôvodnení sa opiera iba o zistenia, ktoré sa žalovanej pre posúdenie veci účelovo hodili.

Žalovaná vo vyjadrení v žalobe zo dňa 07.04.2009 a 05.05.2011 navrhla žalobu zamietnuť a nepriznať žalobcovi náhradu trov konania.

Poukázala na to, že inšpektormi SOI bolo v dňoch 05.12.2007, 23.01.2008 a 01.02.2008 počas kontroly prevádzky žalobcu zistené, že žalobca porušil zákaz používania nekalých obchodných praktík formou klamlivej obchodnej praktiky vo vzťahu k cene, alebo k spôsobu výpočtu ceny alebo existencii osobnej cenovej výhody a poskytovaním podstatných informácií nejasným, nezrozumiteľným a nevhodným spôsobom podľa § 7 ods. 1 v nadväznosti na § 8 ods. 1 písm. d) a § 8 ods. 4 zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene a zákona SNR č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov. Na základe zisteného skutkového stavu vydal Inšpektorát SOI so sídlom v Prešove pre Prešovský kraj dňa 26.05.2008 Rozhodnutie č. P/0195/07/08 o uložení pokuty vo výške 200.000,- Sk pre porušenie vyššie citovaných ustanovení zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa. Žalovaná ďalej poukázala na to, že proti rozhodnutiu o uložení pokuty podal žalobca odvolanie, o ktorom rozhodla žalovaná napadnutým rozhodnutím. Žalovaná ako odvolací orgán preskúmala napadnuté rozhodnutie, pričom sa v rozhodnutí riadne a podrobne vyporiadala so všetkými námietkami vznesenými žalobcom. Odvolanie žalobcu zamietla a prvostupňové rozhodnutie potvrdila.

K námietkam žalobcu v žalobe žalovaná uviedla, že rozhodla v súlade a v medziach zákona a má za to, že skutkový a právny stav bol vykonanou kontrolou SOI v dňoch 05.12.2007, 23.01.2008 a 01.02.2008 spoľahlivo zistený. Námietky uvedené žalobcom v žalobe pokladá žalovaná za tendenčné, ktoré nemajú vplyv na skutkové zistenia, ani na jeho zodpovednosť za porušenie zákona. Dôvodila tým, že porušenie zákonnej povinnosti žalobcu bolo zistené pri vykonaných kontrolách a nadobudlo znaky nekalých obchodných praktík. Citovala ustanovenie § 2 písm. p), ako aj ustanovenia § 7 ods. 2, § 7 ods. 4, § 8 ods. 1 písm. d) a § 8 ods. 4 Zákona o ochrane spotrebiteľa.

Žalovaná zdôraznila, že účelom zákonných ustanovení § 7, § 8 a § 9 je zvýšiť ochranu spotrebiteľa pred konaním predávajúceho, ktoré naruša, alebo môže narušiť ekonomické správanie spotrebiteľa a ktoré naplňa znaky nekalých obchodných praktík v dôsledku čoho sú ohrozené práva spotrebiteľa chránené zákonom. Žalovaná má za to, že žalobca preukázateľne porušil vyššie citované ustanovenia zákona o ochrane spotrebiteľa a to tým, že úmyselne zavádzal spotrebiteľa v tom, že na titulnej strane katalógu Triangel zima 2007/jar 2008 je obsiahnutá osobitne zvýraznená informácia pre spotrebiteľa „50% každý týždeň iné výroby za polovicu“. Príslušná informácia na titulnej strane katalógu je uvedená bez ďalších podmienok

akcie a je spôsobilá uviesť do omylu spotrebiteľa tým, že môže u neho vyvolať mylný dojem o výhodnosti ceny ponúkaných výrobkov v čase akcie, zníženej o polovicu a tým zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil.

Ďalej žalovaná dôvodila tým, že znaky nekalých obchodných praktík spĺňa aj ďalšia informácia a to z katalógu zima 2007/jar 2008 nachádzajúca sa v pravej časti druhej strany katalógu, kde je uvedený výrazný údaj „50%“ veľkým písmom na červenom podklade, pod ktorým sa nachádza informácia „50% každý týždeň iné výrobky za polovicu“ červeným písmom na bielom podklade. Druhá časť tejto informácie (za polovicu) v porovnaní s jej prvou časťou zvýraznená dvojnásobnou veľkosťou písma, pričom malými písmenami sú uvedené bližšie podmienky ponúkaného produktu, t.j. akcia platí kombináciou splácania „splatené za 33 mesiacov“. Uvedená informácia je spôsobilá uviesť spotrebiteľa do omylu a to tým, že môže u neho vyvolať dojem o výhodnosti ceny ponúkaných výrobkov v čase akcie, čím môže u spotrebiteľa zapríčiniť, že urobí rozhodnutie, ktoré by inak neurobil, pričom len malými písmenami vzhľadom na veľkosť ostatného textu sú uvedené bližšie podmienky akcie, ktoré však majú podstatný význam pre spotrebiteľa a to v tom, že ho informujú o ďalších podrobnostiach akcie.

Žalovaná poukázala aj na to, že žalobca zavádzal spotrebiteľa aj tým, že informácia v katalógu, že „50% zľava“ sa netýka ceny výrobku, ale výšky mesačných splátok, ktoré uviedol žalobca nejasným a nezrozumiteľným spôsobom, vzhľadom na výraznosť a farebnú odlišnosť vo vzťahu k ostatnému textu týkajúceho sa podmienok akcie. Vzhľadom na spôsob poskytnutia informácie o 50% - nej zľave, možno bez pochyby dospieť k záveru, že priemerný spotrebiteľ si bude uvedenú informáciu vykladať tak, že má možnosť kúpy výrobkov za polovičnú cenu, čo je v spotrebiteľskom prostredí chápané ako veľmi výhodná ponuka. Prezentácia v uvedenej podobe teda určite splní svoj cieľ tým, že pritiahne pozornosť spotrebiteľa poskytnutím informácie v podobe, ktorá ho je spôsobilá uviesť do omylu. Podľa názoru žalovanej, že žalobca tendenčne poukazuje aj na tabuľky výpočtov jednotlivých výrobkov, v ktorých je spotrebiteľ prehľadne informovaný o tom, aká výška akontácie a splátky, ako aj počet splátok platí pre spotrebiteľa pre ním zvolenú formu splácania na 10, 12, 24 a 33 mesiacov. Žalovaná zdôraznila, že na prvých troch stránkach katalógu sa nachádzajú len dve takéto tabuľky, pričom prvá z nich neobsahuje žiadne prepočty týkajúce sa ponúkanej akcie a druhá z tabuliek obsahuje v porovnaní s prvou tabuľkou len jednu zmenu a to vo výške mesačnej splátky pri splácaní za 33 mesiacov, keď pôvodná výška splátky je v druhej tabuľke znížená o polovicu. Pri bližšom preštudovaní podmienok predmetnej akcie teda možno dospieť k záveru, že akcia sa netýka 50% zľavy z cien výrobkov, ale výška splátky pri splátkovom predaji výrobkov v trvaní 33 mesiacov, čo je pre spotrebiteľa vzhľadom na výšku preplatenia kúpnej ceny najnevýhodnejší variant. Rovnako znaky nekalých obchodných praktík vykazujú aj dôležité informácie uvedené na strane 278 – 285 v katalógu týkajúce sa všeobecných obchodných podmienok a cien výrobkov vrátane spôsobu ich tvorby, ktoré sú vzhľadom na veľkosť písma absolútne nečitateľné, pričom spôsob poskytovania týchto informácií je neprehľadný a nejasný, a preto pre bežného spotrebiteľa nevhodný.

Námietku zo strany žalobcu, že je treba chápať katalóg ako celok, a preto informácie uvedené na prednej strane nemožno posudzovať samostatne, považuje žalovaná za irelevantnú, keďže práve klamlivá prezentácia informácie na prednej strane katalógu okamžite zaujme bežného spotrebiteľa a navodí u neho mylný dojem o iných podmienkach akcie, aké v skutočnosti sú. Práve úvodné strany katalógu sú tie, s ktorými spotrebiteľ prichádza ako s prvými do styku a práve preto na nich by sa mali nachádzať informácie zodpovedajúce skutočným podmienkam uvedenej akcie, čo zo strany žalobcu splnené nebolo. Žalovaná

takisto poukázala na skutočnosť, že práve prvé tri strany katalógu obsahujú informácie ohľadom ponúkanej 50% zľavy, pričom zostávajúcu časť katalógu tvoria len informácie o ponúkaných výrobkoch, všeobecné obchodné podmienky k jednotlivým typom uzatváraných zmlúv, ako aj vzory tlačív potrebných pre uzatvorenie jednotlivých zmlúv bez bližšej spojitosti s prezentovanou akciou.

Žalovaná uviedla, že nesúhlasí s námietkami žalobcu podrobne uvedenými v žalobe, že „dostatočným spôsobom nepreukázala, akým konaním prípadne opomenutým došlo k porušeniu ustanovenia § 8 ods. 1 písm. d) zákona a na základe akej skutkovej podstaty ho považuje za klamlivé“. Uvedené námietky žalovaná považuje za neopodstatnené a pravidelne sa opakujúce a má za to, že v rozhodnutí prvostupňového ako aj druhostupňového správneho orgánu bolo jasne charakterizované konanie, ktoré je v rozpore so zákonom o ochrane spotrebiteľa a ktoré má znaky nekalých obchodných praktík. Zároveň žalovaná zdôraznila, že rozhodnutie prvostupňového správneho orgánu, ako aj žalovanej splňa všetky náležitosti stanovené Správnym poriadkom, je tam uvedený výrok, odôvodnenie ako aj poučenie o opravnom prostriedku, ako to vyplýva zo zákona o správnom konaní. V odôvodnení správny orgán uviedol skutočnosti, ktoré boli podkladom pre rozhodnutie, úvahy, ktorými bol vedený pri hodnotení dôkazov pri použití právnych predpisov, na základe ktorých rozhodoval. Práve žalobca svojím konaním, ktoré napĺňa znaky nekalých obchodných praktík sa dopustil nesplnenia zákonnej povinnosti, na ktoré sám upozorňuje.

Žalovaná poukázala na to, že nesúhlasí s námietkami žalobcu, že nevyhodnotila dôkazy a skutkový stav vo vzájomnej súvislosti, ale v odôvodnení rozhodnutia sa opiera iba o zistenia, ktoré sa účelovo hodili, lebo práve žalobca vo svojich vyjadreniach používa ničím nepodloženú argumentáciu s úmyslom zľahčiť nedostatky preukázané správnym orgánom. Žalovaná upozornila na to, že v správnom konaní bolo spoľahlivo preukázané porušenie povinnosti, za nesplnenie ktorej je žalobca sankcionovaný. Opätovne zdôraznila skutočnosť, že žalobca bol v správnom konaní postihovaný za to, že klamlivo prezentoval informácie zavádzajúceho charakteru vo vzťahu k cene, alebo k spôsobu výpočtu ceny, alebo existencii osobitnej cenovej výhody a poskytoval podstatné informácie nejasným, nezrozumiteľným a nevhodným spôsobom, ktoré napĺňajú znaky nekalých obchodných praktík.

Z obsahu administratívneho spisu vyplýva, že Inšpektorát Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Prešove pre Prešovský kraj podľa § 3 ods. 4, § 4 ods. 1, 2 písm. g) Zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov a podľa § 46 Zákona č. 71/1967 Zb. o správnom konaní v znení neskorších predpisov ako príslušný správny orgán žalobcovi uložil pre porušenie zákazu používania nekalých obchodných praktík formou klamlivej obchodnej praktiky vo vzťahu k cene alebo k spôsobu výpočtu ceny alebo existencie osobnej cenovej výhody a poskytovaním podstatných informácií nejasným, nezrozumiteľným a nevhodným spôsobom podľa § 7 ods. 1 v nadväznosti na § 8 ods. 1 písm. b) a § 8 ods. 4 zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona SNR č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov podľa § 24 ods. 1 zákona pokutu vo výške 200.000,- Sk. Výrok rozhodnutia odôvodnil správny orgán tým, že v dňoch 05.12.2007, 27.01.2008 a 01.02.2008 vykonali inšpektori Inšpektorátu Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Prešove v prevádzkarni žalobcu kontrolu zameranú na dodržiavanie ustanovení zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa v znení neskorších predpisov, ako aj zákona SNR č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov zákona č. 258/2001 Z. z. o spotrebiteľských úveroch, zákona č. 108/2000 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri podomovom

a zásielkovom predaji v znení neskorších predpisov, zákona č. 266/2005 Z. z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov. Zároveň bolo predmetom kontroly prešetrenie podnetov spotrebiteľov evidovaných pod č. 729/07, 778/08, 28/2008 týkajúcich sa prebiehajúcej akcie účastníka konania produkt Triangel – každý týždeň iné výrobky za polovicu – 50% prezentovanej formou ponukových katalógov na internetovej stránke www.triangel.sk a formou reklamných televíznych blokov.

Na základe podkladov (ponukový katalóg „Triangel najlepšie na splátky z letáku za polovicu! 50%“ platný od 19.11.2007 do 23.12.2007, ponukový katalóg Triangel najlepšie na splátky zima 2007/jar 2008, zmluvy o spotrebiteľských úveroch uzatvorené na základe výberu výrobkov z ponukových katalógov) bolo zistené, že žalobca je predávajúcim v zmysle zákona č. 250/2007 Z. z., dodávateľom, zmluvným poskytovateľom finančných služieb prostredníctvom prostriedkov diaľkovej komunikácie na základe zmluvy na diaľku v zmysle zákona č. 266/2005 Z. z. a zároveň veriteľom, ktorý poskytuje spotrebiteľovi úver v zmysle zákona č. 258/2001 Z. z.

Posúdením obsahu ponukového katalógu „Triangel najlepší na splátky! zima 2007/jar 2008“ ako prostriedku diaľkovej komunikácie bolo zistené, že jeho titulná strana obsahuje osobitne zvýraznenú informáciu pre spotrebiteľa „-50% Každý týždeň iné výrobky za polovicu“. Druhá strana katalógu obsahuje v ľavom hornom rohu veľkým žltým písmom zvýraznený údaj „-50%“, pod ním text výrazným červeným písmom „nový katalóg Triangel prináša skvelú akciu, ktorá nemá obdobu!“, pod ktorým sa nachádza informácia podstatne menším čiernym písmom: „Akcia platí pre kombináciu splácania „Splatené za 33 mesiacov“. V pravej časti druhej strany katalógu je uvedený výrazný údaj „-50%“ žltým písmom na červenom podklade, pod ktorým sa nachádza informácia „každý týždeň iné výrobky za polovicu“ červeným písmom na bielom podklade. Druhá časť tejto informácie (za polovicu) je v porovnaní s jej prvou časťou zvýraznená dvojnásobnou veľkosťou písma. V ďalšom texte druhej strane katalógu sú malým písmom uvedené bližšie podmienky ponúkaného produktu, v zmysle ktorých každý týždeň bude v akcii iná kategória výrobkov, u ktorých výška mesačnej splátky bude polovičná oproti splátke uvedenej v cenovke. Dĺžka splácania a akontácia sa pritom nemenia. Pod týmto textom sa nachádza vzorová tabuľka o výške akontácie a mesačné splátky pri počte splátok č. 10, 12, 24 a 33 splatná mimo akcie. Z uvedenej tabuľky vyplýva, že výška akontácie je najvyššia a mesačná splátka najnižšia pri dĺžke splácania 33 mesiacov.

Pod tabuľkou pri údají o dĺžke splácania 33 mesiacov je uvedený text: „Akcia KAŽDÝ TÝŽDEŇ INÉ VÝROBKÝ ZA POLOVICU“, platí pre kombináciu splácania „Splatené za 33 mesiacov“. Pod tabuľkou pri číselnom údají o výške splátky pri dobe splácania 33 mesiacov je uvedený text: „Ak je výrobok daný týždeň v akcii, mesačná splátka uvedená v cenovke neplatí, a JE POLOVIČNÁ. Jednoducho si splátku v cenovke vydeľte dvoma“. Okrem uvedených informácií sú na tejto strane uvedené kontaktné údaje, na ktorých je možnosť získať ďalšie informácie vrátane informácií o výrobkoch, ktoré budú v daný týždeň v akcii (telefónne číslo, internetová stránka, médiá).

Ďalej prvostupňový správny orgán poukázal na to, že informácia „-50% každý týždeň iné výrobky za polovicu“ uvedená bez ďalšieho na titulnej strane katalógu je spôsobilá uviesť do omylu spotrebiteľa tým, že môže u neho vyvolať mylný dojem o výhodnosti ceny ponúkaných výrobkov v čase akcie zníženej o polovicu a tým zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil. Rovnaký charakter má táto informácia na druhej strane katalógu vzhľadom na svoju výraznosť a farebnú odlišnosť vo vzťahu k ostatnému textu týkajúceho sa podmienok akcie. Akcia sa však vzťahuje len na vybrané výrobky v danom týždni (uvedené na internetovej stránke alebo médiách) pri dobe

splácania 33 mesiacov a pri zaplatení akontácie v stanovenej výške, pričom 50% - ná zľava sa týka len mesačných splátok a nie ceny výrobkov.

Správny orgán argumentoval tým, že kontrolou obsahu ponukového katalógu bolo zároveň zistené, že dôležité informácie uvedené na stránke 278 – 285 týkajúce sa všeobecných obchodných podmienok a cien výrobkov vrátane spôsobu ich tvorby sú vzhľadom na veľkosť písma absolútne nečitateľné, pričom spôsob poskytovania týchto informácií je neprehľadný a nejasný, a preto pre bežného spotrebiteľa nevhodný. Uvedené nedostatky zistené kontrolou vykazujú znaky nekalých obchodných praktík v zmysle § 7 ods. 1 zákona v nadväznosti na § 8 ods. 1 písm. d) a § 8 ods. 4. Podľa § 7 ods. 1 zákona sú nekalé obchodné praktiky zakázané.

Za zistený nedostatok a preukázané porušenie zákona uvedené vo výrokovej časti rozhodnutia, žalobca ako predávajúci v zmysle § 2 písm. b) zákona č. 250/2007 Z. z. zodpovedá v plnom rozsahu. Z uvedeného dôvodu bolo voči nemu dňa 19.03.2008 začaté správne konanie, v ktorom sa k podkladu rozhodnutia zo dňa 04.02.2008 žalobca písomne vyjadril dňa 26.03.2008 a žiadal správne konanie voči nemu zastaviť z tých istých dôvodov, na ktoré poukázal aj neskôr v žalobe.

Inšpektorát Slovenskej obchodnej inšpekcie Prešov preskúmal podklady rozhodnutia a dospel k záveru, že dôvody uvádzané vo vyjadrení žalobcu ho nezbavujú zodpovednosti za kontrolou zistený protiprávny stav. Citoval ustanovenia § 7 ods. 1, 2 zákona č. 250/2007 Z. z., ako aj ustanovenia § 2 písm. p), r) a u), § 7 ods. 4, § 8 ods. 1 písm. d) a § 8 ods. 4 citovaného zákona.

Vychádzajúc z citovaných ustanovení zákona, ako aj z výsledkov kontroly spôsobu prezentácie akcie „Každý týždeň iné výrobky za polovicu v ponukovom katalógu Triangel zima 2007/jar 2008“ dospel správny orgán k záveru, že tento spôsob vykazuje znaky nekalej obchodnej praktiky vo forme klamlivého konania podľa § 8 ods. 1 písm. d) zákona z dôvodu, že môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie, ktoré by inak neurobil, pretože uvádza do omylu alebo môže uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k cene a spôsobu výpočtu ceny a existencii osobitnej cenovej výhody. Dôkazom tohto charakteru konania žalobcu je i obsah šetrených podnetov spotrebiteľov, z ktorého jednoznačne vyplýva, že spôsob prezentácie tejto akcie vyvolal u nich mylný dojem o možnosti zakúpiť si ponúkané výrobky za polovičnú cenu. Prvostupňový správny orgán dôvodil aj tým, že záver o charaktere obchodnej praktiky použitej pri uvedenej akcii podporuje aj výsledok prešetrenia sťažnosti týkajúcej sa tejto reklamnej kampane Arbitrážnou komisiou Rady pre reklamu, ktorá na svojom zasadnutí dňa 16.01.2008 skonštatovala, že „reklama 50% za výrobky z katalógov“ spoločnosti žalobcu je v rozpore s etickými zásadami reklamnej praxe v Slovenskej republike z dôvodu, že ponuka nie je komunikovaná zreteľne a môže bežného spotrebiteľa uviesť do omylu.

Prvostupňový správny orgán v odôvodnení zdôraznil, že kontrolou zistené poskytovanie dôležitých informácií v Ponukovom katalógu nečitateľným spôsobom v zmysle citovaných zákonných ustanovení má znaky nekalej obchodnej praktiky vo forme klamlivého opomenutia podľa § 8 ods. 4 zákona z dôvodu, že v dôsledku tohto nejasného, nezrozumiteľného a nevhodného spôsobu poskytovania podstatných informácií môže priemerný spotrebiteľ prijať rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neprijal. Správny orgán presne a úplne zistil skutočný stav vecí z podkladov rozhodnutia, ktoré si za týmto účelom zabezpečil a má za to, že prejednávacia vec bola náležite objasnená a pri hodnotení dôkazov každého jednotlivu a všetky dôkazy v ich vzájomnej súvislosti vychádzal najmä zo skutkového stavu zisteného pri kontrole a zaznamenaného v inšpekčnom zázname, ktorý považuje za nepochybne zistený.

Po posúdení všetkých okolností prejednávanej veci správny orgán dospel k záveru, že ustanovenia citované vo výrokovej časti rozhodnutia boli preukázateľne žalobcom porušené a podľa § 24 ods. 1 zákona za porušenie povinnosti uložil žalobcovi pokutu, pričom prihliadal najmä na charakter protiprávneho konania a závažnosť porušenia povinnosti, spôsob a následky porušenia povinnosti žalobcu (§ 24 ods. 5 zákona).

Správny orgán pri určení výšky pokuty vzal do úvahy aj použitie nekalých obchodných praktík pri ponuke a predaji výrobkov, ktoré sú spôsobilé privodiť spotrebiteľovi majetkovú ujmu tým, že naruší alebo môže narušiť jeho ekonomické správanie a urobí rozhodnutie o transakcii, ktoré by inak neurobil, ako aj na účel sledovaný zákonom v ustanovení § 3 ods. 1, podľa ktorého každý spotrebiteľ okrem iného má právo na informácie, na ochranu svojho zdravia a bezpečnosti a na ochranu ekonomických záujmov vzhľadom na zistené nedostatky, v zákonom požadovanej miere a úrovni dosiahnutý nebol. Uložil pokutu v spodnej hranici zákonom stanovenej sadzby podľa § 24 ods. 1 prvej časti vety zákona a má za to, že pokuta uložená v tejto výške je vzhľadom na je represívno výchovnú funkciu ako aj s prihliadnutím na zákonom stanovené medze a hľadiská pokutou primeranou a zároveň pokutou zodpovedajúcou zistenému protiprávnemu stavu a charakteru porušenia zákona.

Rozhodnutie prvostupňového správneho orgánu napadol včas podaným odvolaním žalobca, v ktorom namietal identické skutočnosti, ako sú uvedené v žalobe.

Žalovaná rozhodnutím zo dňa 20.10.2008 č.: SK/0531/99/08 rozhodla o odvolaní tak, že odvolanie zamietla a prvostupňové rozhodnutie potvrdila. V odôvodnení rozhodnutia okrem iného poukázala na to, že v odvolacom konaní nebol zistený dôvod na zmenu alebo zrušenie napadnutého rozhodnutia. Povinnosťou žalobcu bolo dodržať zákaz používania nekalých obchodných praktík vo vzťahu k cene alebo k spôsobu výpočtu ceny alebo existencii osobitnej cenovej výhody; poskytovať podstatné informácie jasným, zrozumiteľným a vhodným spôsobom, čo žalobca porušil. Žalovaná dôvodila tým, že inšpektori SOI dňa 05.12.2007, 27.01.2008 a 01.02.2008 vykonali v prevádzkarni žalobcu kontrolu zameranú na prešetrovanie spotrebiteľských podnetov č. 729/07, 778/07 a 28/2008 týkajúcich sa akcie účastníka konania produkt Triangel – Každý týždeň iné výrobky za polovicu – 50% prezentovanej formou ponukových katalógov na internetovej stránke www.triangel.sk a formou reklamných televíznych blokov. Posúdením obsahu ponúkaných katalógov „Triangel najlepšie na splátky zima 2008/jar 2008“ ako prostriedku diaľkovej komunikácie bolo zistené, že na titulnej strane katalógu je obsiahnutá osobitne zvýraznená informácia pre spotrebiteľa „50% Každý týždeň iné výrobky za polovicu“. Druhá strana katalógu obsahuje v ľavom hornom rohu veľkým žltým písmom zvýraznený údaj „-50%“, pod ním text výrazným červeným písmom „nový katalóg Triangel prináša skvelú akciu, ktorá nemá obdobu!“, pod ktorým sa nachádza informácia nachádza podstatne menším čiernym písmom: „Akcia platí pre kombináciu splácania „Splatené za 33 mesiacov“. Informácia „ 50% každý týždeň iné výrobky za polovicu“ na titulnej strane katalógu je uvedená bez ďalších podmienok akcie, je spôsobilá viesť do omylu spotrebiteľa tým, že môže u neho vyvolať mylný dojem o výhodnosti ceny ponúkaných výrobkov v čase akcie, zníženej o polovicu a tým zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil. V pravej časti druhej strany katalógu je uvedený výrazný údaj „-50%“ žltým písmom na červenom podklade, pod ktorým sa nachádza informácia „každý týždeň iné

výrobky za polovicu“ červeným písmom na bielom podklade. Druhá časť tejto informácie (za polovicu) je v porovnaní s jej prvou časťou zvýraznená dvojnásobnou veľkosťou písma. Uvedená informácia má rovnaký charakter ako informácia na titulnej strane katalógu vzhľadom na svoju výraznosť, farebnú odlišnosť vo vzťahu k samostatnému textu týkajúcemu sa podmienok akcie. Akcia sa vzťahuje len na vybrané výrobky v danom týždni (uvedené na internetovej stránke alebo v médiách) pri dobe splácania 33 mesiacov a pri zaplatení akontácie v stanovenej výške, pričom 50% - ná zľava sa týka len mesačných splátok, nie ceny výrobkov. V ďalšom texte druhej strany katalógu sú malým písmom uvedené bližšie podmienky ponukového katalógu, v zmysle ktorých, každý týždeň bude v akcii iná kategória výrobkov, u ktorých výška mesačnej splátky bude polovičná oproti splátke uvedenej v cenovke. Dĺžka splácania a akontácia sa nemenia. Pod týmto textom sa nachádza vzorová tabuľka o výške akontácie mesačnej splátky pri počte splátok 10, 12, 24 a 33, platná mimo akcie. Z uvedenej tabuľky vyplýva, že výška akontácie je najvyššia a mesačná splátka najnižšia pri dĺžke splácania 33 mesiacov. Pod tabuľkou pri údají o dĺžke splácania 33 mesiacov je uvedený text: „Akcia každý týždeň iné výrobky za polovicu“ platí pre kombináciu splácania „Splatené za 33 mesiacov“. Pod tabuľkou pri číselnom údají o výške splátky pri dobe splácania 33 mesiacov je uvedený text „Ak je výrobok daný týždeň v akcii mesačná splátka uvedená v cenovke neplatí, a je polovičná. Jednoducho si splátku vydelite dvoma.“

Žalovaná poukázala na to, že kontrolou obsahu Ponukového katalógu bolo zároveň zistené, že dôležité informácie uvedené na strane 278-285 týkajúce sa všeobecných obchodných podmienok a cien výrobkov vrátane spôsobu ich tvorby sú vzhľadom na veľkosť písma absolútne nečitateľné, pričom spôsob poskytovania týchto informácií je neprehľadný a nejasný a preto pre bežného spotrebiteľa nevhodný. Uvedené nedostatky vykazujú znaky nekalých obchodných praktík v zmysle ustanovenia § 7 ods. 1 v nadväznosti na § 8 ods. 1 písm. d) a § 8 ods. 4 Zákona o ochrane spotrebiteľa. Za zistené nedostatky ako predávajúci v zmysle § 2 písm. b) Zákona o ochrane spotrebiteľa v plnom rozsahu zodpovedá žalobca. V odvolaní žalobca neuviedol žiadne nové skutočnosti ani dôkazy, ktoré by žalobcu zbavovali zodpovednosti za zistené nedostatky.

Žalovaná ako odvolací správny orgán po preštudovaní obsahu spisu a odvolania žalobcu zistila, že námietky žalobcu nemajú žiadny vplyv na zistený skutkový stav a jeho zodpovednosť zaň. Zdôraznila skutočnosť, že žalobca bol v zmysle platnej právnej úpravy povinný dodržať zákonom požadovaný zákaz používania nekalých obchodných praktík. Skutkový stav popísaný v inšpekčnom zázname vykonaných kontrol pokladá žalovaná za spoľahlivo zistený. Námietky uvedené žalobcom v odvolaní žalovaná vyhodnotila ako právne bezvýznamné a nemajúce vplyv na skutkové zistenia ako aj na jeho zodpovednosť a porušenie zákona.

Žalovaná je toho názoru, že žalobca v odvolaní zistené nedostatky nespochybnil ani nevyvrátil rozhodnutie prvostupňového správneho orgánu. Posúdením postupu a rozhodnutia prvostupňového správneho orgánu žalovaná zistila, že žalobca preukázateľne porušil zákonom stanovené povinnosti. Zo zákona o ochrane spotrebiteľa jasne vyplýva, že nekalé obchodné praktiky sú zakázané. Ďalej v odôvodnení rozhodnutia žalovaná citovala ustanovenie § 2 písm. p) zákona o ochrane spotrebiteľa ako aj ustanovenie § 7 ods. 2, § 7 ods. 4, § 8 ods. 1 písm. d) a § 8 ods. 4 citovaného zákona.

Žalovaná dôvodila tým, že pri kontrolách SOI bolo spoľahlivo zistené, že vyššie citované zákonné ustanovenia neboli rešpektované žalobcom. Nesúhlasila s námietkami žalobcu, ktorými poukazuje na neopodstatnenosť argumentácie kontrolného orgánu. Podľa názoru odvolacieho orgánu žalobca preukázateľne porušil ustanovenia zákona o ochrane

spotrebiteľa a úmyselne zavádzal spotrebiteľa tým, že na prednej strane katalógu je uvedený výrazný údaj „50%“, pod ktorým sa nachádza informácia za polovicu je v porovnaní s jej prvou časťou zvýraznená dvojnásobnou veľkosťou písma, pričom malými písmenami sú uvedené bližšie podmienky ponúkaného produktu. Uvedená informácia má zavádzajúci charakter a je spôsobilá uviesť spotrebiteľa do omylu a to tým, že môže vyvolať u neho dojem o výhodnosti ceny ponúkaných výrobkov v čase akcie, čím môže u spotrebiteľa zapríčiniť, že urobí rozhodnutie, ktoré by inak neurobil. Uvedený účinok prezentovaný v informácii dokazujú aj podnety od spotrebiteľov, z ktorých jednoznačne vyplýva, že spomínaná akcia u nich vyvolala dojem, že si ponúkané výrobky mohli zakúpiť za polovičnú cenu.

Námietka žalobcu, že v katalógu nie je možné posudzovať jednotlivé strany samostatne je scestná už len z toho dôvodu, že bežného spotrebiteľa zaujme hlavne spomínaná akcia, ktorá sa nachádza práve na úvodných stranách katalógu a práve úvodné strany katalógu u spotrebiteľa vyvolávajú mylný dojem, že si ponúkané výrobky môže zakúpiť za polovičnú cenu, rovnako zavádzajúci charakter mala aj vzorová tabuľka o výške akontácie a mesačnej splátky, ktorá však bola splatná mimo akciu.

Žalovaná zdôraznila, že sa nemôže stotožniť s názorom žalobcu, že informácie v katalógu boli poskytované jasne, zrozumiteľne a čitateľne, pretože má za to, že takýto charakter určite nemali informácie na druhej strane katalógu vzhľadom na svoju odlišnosť, výraznosť vo vzťahu k ostatnému textu týkajúceho sa podmienok akcie. Obdobný charakter mali aj informácie dôležité pre spotrebiteľa týkajúce sa všeobecných obchodných podmienok zadnej časti katalógu, ktoré sú vzhľadom na veľkosť písma nečitateľné, neprehľadné, nejasné a bežný spotrebiteľ sa v nich ťažko orientuje.

K formálnym námietkam žalobcu žalovaná uviedla, že rozhodnutie prvostupňového správneho orgánu spĺňalo všetky náležitosti stanovené Správnym poriadkom a správny orgán v ňom uviedol skutočnosti, ktoré boli podkladom pre rozhodnutie, úvahy, ktorými bol vedený pri hodnotení dôkazov pri použití právnych predpisov, na základe ktorých rozhodoval. Žalovaná argumentovala tým, že v rozhodnutí prvostupňový správny orgán poukázal na rozhodnutie iného orgánu v danej veci t. j. Rady pre reklamu, ktorá obdobne ako Slovenská obchodná inšpekcia skonštatovala porušenie zákona žalobcom.

Žalovaná zdôraznila, že žalobca zistený skutkový stav nepopiera, ani neuvádza žiadne nové skutočnosti ani dôkazy, ktoré by ho zbavovali zodpovednosti za nedostatky a mali by vplyv na zmenu vydaného rozhodnutia. Na základe uvedených skutočností preto žalovaná skutkový stav pokladá za spoľahlivo zistený a žalobcovu protiprávnosť za nepochybne preukázanú. Výšku uloženej pokuty považuje žalovaná za primeranú a má za to, že uloženie pokuty má mať nielen sankčný, ale najmä preventívny účinok. Podkladom pre vydanie rozhodnutia bol presne a spoľahlivo zistený skutkový stav veci na základe čoho podľa § 59 ods. 2 Správneho poriadku žalovaná ako druhostupňový správny orgán odvolanie zamietla ako nedôvodné.

Dňa 26. februára 2010 Krajský súd v Prešove pod č.k. 1 S 1/2009-60 rozsudkom rozhodol tak, že žalobu zamietla a nepriznáva účastníkovi náhradu trov konania. Najvyšší súd SR rozhodol dňa 30. februára 2011 č.k. 8 Sžo 144/2010-88 o odvolaní žalobcu tak, že rozsudok Krajského súdu v Prešove 1 S 1/2009-60 zo dňa 26. februára 2010 zrušil a vrátil mu vec na ďalšie konanie. V zmysle dôvodov rozsudku NS SR, Krajský súd v Prešove opätovne preskúmal napadnuté rozhodnutie a postup žalovanej a vo veci rozhodol.

Z uvedeného je nepochybné, že žalobca sa domáha preskúmania rozhodnutia

žalovanej v spojení s prvostupňovým rozhodnutím podľa druhej hlavy piatej časti Občianskeho súdneho poriadku.

Občiansky súdny poriadok v ustanovení § 244 ods. 1 upravuje, že v správnom súdnictve preskúmavajú sudy na základe žalôb alebo opravných prostriedkov zákonnosť rozhodnutí a postupov orgánov verejnej správy.

V správnom súdnictve preskúmavajú sudy zákonnosť rozhodnutí a postupov orgánov štátnej správy, orgánov územnej samosprávy, ako aj orgánov záujmovej samosprávy a ďalších právnických osôb, ako aj fyzických osôb, pokiaľ im zákon zveruje rozhodovanie o právach a povinnostiach fyzických a právnických osôb v oblasti verejnej správy. Rozhodnutiami správnych orgánov sa rozumejú rozhodnutia vydané nimi v správnom konaní, ako aj ďalšie rozhodnutia, ktoré zakladajú, menia alebo zrušujú oprávnenia a povinnosti fyzických alebo právnických osôb alebo ktorými môžu byť práva, právom chránené záujmy alebo povinnosti fyzických osôb alebo právnických osôb priamo dotknuté. Postupom správneho orgánu sa rozumie aj jeho nečinnosť (§ 244 ods. 2, 3 O.s.p.).

Podľa § 247 ods. 1 O.s.p., podľa ustanovení tejto hlavy sa postupuje v prípadoch, v ktorých fyzická alebo právnická osoba tvrdí, že bola na svojich právach ukrátená rozhodnutím a postupom správneho orgánu, a žiada, aby súd preskúmal zákonnosť tohto rozhodnutia a postupu.

Podľa ods. 2 citovaného ustanovenia, pri rozhodnutí správneho orgánu vydaného v správnom konaní je predpokladom postupu podľa tejto hlavy, aby išlo o rozhodnutie, ktoré po vyčerpaní riadnych opravných prostriedkov, ktoré sa preň pripúšťajú, nadobudlo právoplatnosť.

Pri preskúmaní zákonnosti rozhodnutia je pre súd rozhodujúci skutkový stav, ktorý tu bol v čase vydania napadnutého rozhodnutia. Súd môže vykonať dôkazy nevyhnutné na preskúmanie napadnutého rozhodnutia (§ 250i ods. 1 O.s.p.).

Zákon č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov v ustanovení § 1 ods. 1 upravuje

- a) štátnu kontrolu predaja výrobkov a poskytovania služieb spotrebiteľom na vnútornom trhu
- b) pôsobnosť Slovenskej obchodnej inšpekcie pri kontrole vnútorného trhu,
- c) ochranné opatrenia a pokuty za porušenie zákona,
- d) spoluprácu Slovenskej obchodnej inšpekcie s inými orgánmi verejnej správy a občianskymi združeniami.

Podľa § 2 citovaného zákona, kontrolou vnútorného trhu sa zisťuje,

- a) či výrobky a služby pri ich predaji a poskytovaní sú v súlade so všeobecne záväznými právnymi predpismi, najmä či sa predávajú a poskytujú bezpečné, v správnom množstve, miere, hmotnosti a kvalite ...

i) dodržiavanie obchodných podmienok veriteľov a zmluvných podmienok ponúkaných spotrebiteľom podľa osobitného predpisu.

Pôsobnosť Slovenskej obchodnej inšpekcie v ustanovení § 4 ods. 1 je upravená tak, že Slovenská obchodná inšpekcia kontroluje vnútorný trh podľa § 2 a podľa osobitných predpisov s opätovným odkazom na poznámku pod bodom 1, ktorý uvádza aj zákon o ochrane spotrebiteľa.

Podľa ods. 2 tohto ustanovenia Slovenská obchodná inšpekcia pri kontrole vnútorného trhu u fyzických a právnických osôb predávajúcich alebo dodávajúcich výrobky na vnútorný trh alebo poskytujúcich služby

- a) zisťuje nedostatky pri výkone kontroly podľa ods. 1
- b) vyžaduje odstránenie zistených nedostatkov a škodlivých následkov, ukladá ochranné opatrenia na ich odstránenie...
- g) ukladá pokuty
- h) vybavuje sťažnosti spotrebiteľov
- i) objasňuje priestupky.

Zákon č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona SNR č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov v ustanovení § 1 ods. 1 v predmete a rozsahu úpravy zakotvuje, že tento zákon upravuje práva spotrebiteľov a povinnosti výrobcov, predávajúcich, dovozcov a dodávateľov, pôsobnosť orgánov verejnej správy v oblasti ochrany spotrebiteľa, postavenie právnických osôb založených alebo zriadených na ochranu spotrebiteľa.

Podľa ods. 2 tohto ustanovenia, tento zákon sa vzťahuje na predaj výrobkov a poskytovanie služieb, ak k plneniu dochádza na území SR, alebo ak splnenie súvisí s podnikaním na území SR.

Spotrebiteľom sa rozumie na účely tohto zákona fyzická osoba alebo právnická osoba, ktorá nakupuje výrobky alebo používa služby pre osobnú potrebu alebo pre potrebu príslušníkov svojej domácnosti (§ 2 písm. a) citovaného zákona).

Podľa § 2 písm. b) citovaného zákona, predávajúcim na účely tohto zákona sa rozumie 1. podnikateľ, ktorý spotrebiteľovi ponúka alebo predáva výrobky, alebo poskytuje služby,... § 2 písm. i) citovaného zákona, na účely tohto zákona sa rozumie službou akákoľvek činnosť alebo výkon, ktorý je ponúkaný spotrebiteľovi odplatne alebo bezodplatne s výnimkou činností upravených osobitnými predpismi, nad ktorými vykonávajú dozor profesijné komory alebo iné orgány štátnej správy, ako sú uvedené v § 19.

Podľa § 2 písm. p) citovaného zákona, na účely tohto zákona sa rozumie obchodnou praktikou konanie, opomenutie konania, spôsob správania alebo vyjadrovania, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu predávajúceho, priamo spojené s propagáciou, ponukou, predajom a dodaním výrobku spotrebiteľovi,

Podľa § 2 písm. r) citovaného zákona, na účely tohto zákona sa rozumie podstatným narušením ekonomického správania spotrebiteľa využitie obchodnej praktiky na značné obmedzenie schopnosti spotrebiteľa urobiť rozhodnutie, ktoré by pri dostatku informácií inak neurobil,

Podľa § 2 písm. u) citovaného zákona, na účely tohto zákona sa rozumie odbornou starostlivosťou úroveň osobitnej schopnosti a starostlivosti, ktorú možno rozumne očakávať od predávajúceho pri konaní vo vzťahu k spotrebiteľovi, zodpovedajúca čestnej obchodnej praxi alebo všeobecnej zásade dobrej viery uplatňovanej v jeho oblasti činnosti, ...

Podľa § 7 ods. 1 citovaného zákona, nekalé obchodné praktiky sú zakázané.

Ustanovenie § 7 ods. 4 citovaného zákona upresňuje, že za nekalú obchodnú praktiku sa považuje najmä klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania podľa § 8 a agresívna obchodná praktika podľa § 9. Zoznam obchodných praktík, ktoré sa za každých okolností považujú za nekalé, je v prílohe č. 1.

Podľa § 8 ods. 1 písm. d) citovaného zákona, obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, pretože obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom uvádza do omylu alebo môže uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa, a to aj ak je táto informácia vecne správna vo vzťahu k cene alebo k spôsobu výpočtu ceny alebo existencie osobitnej cenovej výhody,

Podľa § 8 ods. 4 citovaného zákona, za klamlivé opomenutie sa tiež považuje, ak predávajúci skrýva alebo poskytuje nejasným, nezrozumiteľným, viacvýznamovým alebo nevhodným spôsobom podstatné informácie uvedené v odseku 1, alebo neoznámí obchodný účel obchodnej praktiky, ibaže je zrejмый z kontextu, pričom v dôsledku klamlivého opomenutia priemerný spotrebiteľ prijme rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neprijal.

§ 20 ods. 1 citovaného zákona upravuje, dozor nad dodržiavaním povinností ustanovených týmto zákonom vykonávajú orgány dozoru. Ak nemožno pôsobnosť orgánu dozoru určiť, je na výkon dozoru a kontroly príslušná Slovenská obchodná inšpekcia.

Podľa § 24 ods. 1 citovaného zákona, za porušenie povinností ustanovených týmto zákonom alebo právnymi aktmi Európskych spoločenstiev v oblasti ochrany spotrebiteľa uloží orgán dozoru výrobcovi, predávajúcemu, dovozcovi alebo dodávateľovi alebo osobe uvedenej v § 26 pokutu do 2 000 000 Sk; za opakované porušenie povinností počas 12 mesiacov uloží pokutu do 5 000 000 Sk.

Podľa § 24 ods. 5 citovaného zákona, pri určení výšky pokuty sa prihliada najmä na charakter protiprávneho konania, závažnosť porušenia povinnosti, spôsob a následky porušenia povinnosti.

Podľa § 27 citovaného zákona, na konanie podľa tohto zákona sa vzťahuje všeobecný predpis o správnom konaní, ak tento zákon neustanovuje inak.

Z obsahu administratívneho spisu, predložených listinných dôkazov a rozhodnutí oboch správnych orgánov mal súd za preukázané, že zo strany žalobcu jednoznačne došlo k porušeniu citovaných ustanovení zákona č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa v znení účinnom ku dňu realizácie kontroly, pretože žalobca porušil zákaz používania nekalých

obchodných praktík formou klamlivej obchodnej praktiky vo vzťahu k cene alebo k spôsobu výpočtu ceny alebo existencii osobitnej cenovej výhody a poskytovaním podstatných informácií nejasným, nezrozumiteľným a nevhodným spôsobom v rozpore s ustanovením § 7 ods. 1 v spojení s § 8 ods. 1 písm. d, a § 8 ods. 4 zákona č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona SNR č. 372/1990 o priestupkoch v znení účinnom ku dňu vydania prvostupňového rozhodnutia.

Rozhodnutie krajský súd odôvodnil s poukazom na pôvodne vydaný rozsudok vydaný zo dňa 28. februára 2010 a dôvody uvedené pôvodne v rozsudku, ktoré spresňuje. Poukazuje v prvom rade na to, že podstatou vykonania kontrol zo dňa 05. decembra 2007, 27. januára 2008 a 01. februára 2008 inšpektormi Slovenskej obchodnej inšpekcie, so sídlom v Prešove na prevádzkarní žalobcu, so sídlom Poprad, Bernoláková č. 17 bolo prešetrenie dodržiavania ustanovení zákona č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa v znení neskorších predpisov, ako aj zákona č. 258/2001 Z.z. o spotrebiteľských úveroch v znení neskorších predpisov na základe prešetrení spotrebiteľských podaní č. 729/07, 778/07 a 28/2008, ktoré sa konkrétne týkali katalógu produkt TRIANGEL (Triangel – zima 2007/jar 2008) a produkt „všetko z letáku za polovicu. špeciálna akcia až do Vianoc! „. Leták „ Najlepší na splátky ! Triangel“, kde ponuka platí od 19. novembra 2007 do 23. decembra 2007 alebo do vypredania zásob.

Posúdením ponukového katalógu „Triangel Najlepší na splátky! zima 2007/jar 2008“ konkrétne jeho konkrétnej prednej strany, na ktorej je osobitne zvýraznená informácia pre spotrebiteľa „50% Každý týždeň iné výrobky za polovicu“. Ako aj druhá strana katalógu v ľavom hornom rohu veľkým žltým písmenom zvýraznený údaj „-50%“ pod ním text výrazným červeným písmom na červenom podklade, pod ktorým sa nachádza informácia „ Každý týždeň iné výrobky za polovicu „, červeným písmom na bielom podklade. Druhá časť tejto informácie (za polovicu) je v porovnaní s prvou časťou zvýraznená dvojnásobnou veľkosťou písma. Pod tabuľkou pri údají dĺžky splácania 33 mesiacov je uvedený text : „akcia Každý týždeň iné výrobky za polovicu platí pre kombináciu splácania“ splatené za 33 mesiacov“. Ďalšia informácia „-50% Každý týždeň iné výrobky za polovicu“ je uvedená bez ďalšieho textu na titulnej strane katalógu a práve tieto údaje vyššie citované vyvolali v spotrebiteľovi mylnú informáciu o výrobkoch, ktoré si môže kúpiť za polovicu, resp. za „-50%“. Toto klamlivé konanie a klamlivé opomenutie zo strany žalobcu považoval kontrolný správny orgán za nekalú obchodnú praktiku, ktorú takto vyhodnotil a konanie žalobcu posúdil ako porušenie ustanovení § 7 ods. 1 zákona v nadväznosti na § 8 ods. 4 zákona. S týmto názorom sa v plnom rozsahu stotožnil aj súd, pretože tak isto považuje podanie týchto informácií v katalógu za informácie o výrobkoch, ako aj o možnosti splácania 33 mesačných splátok, ktoré vyvolali u spotrebiteľoch mylnú informáciu podanú žalobcom v katalógu.

Daný marketingový spôsob realizovania reklamy žalobcom je podľa súdu nekalou obchodnou praktickou, čo vyplýva aj z ustanovenia čl. 6 Smernice Európskeho parlamentu a rady 2006/09/ES z 11. mája 2005. Z citovaného článku smernice vyplýva, že táto smernica nemá vplyv na uznanie reklamné a marketingové praktiky, akými sú oprávnené umiestnenia produktu, odlíšenie značky alebo ponuka podnetov, ktoré môžu oprávnené pôsobiť na vnímanie produktov spotrebiteľmi a ovplyvniť ich správanie bez toho, aby im znižovali schopnosť spotrebiteľov urobiť kvalifikované rozhodnutie, čo sa však netýka predmetnej veci, v ktorej ide o použitie a využitie klamlivého konania a klamlivého opomenutia žalobcu vo svoj prospech ale nie v prospech spotrebiteľa, ktorým je v zmysle zákona č. 250/2007 Z.z. fyzická osoba a toto konanie žalobcu v konkrétnom prípade je aj v rozpore s citovaným článkom 6 smernice. Ako ďalej vyplýva z článku 8 prvá veta smernice „táto Smernica priamo

ochraňuje ekonomické záujmy spotrebiteľov pred nekalými obchodnými praktikami podnikateľov voči spotrebiteľom.

Súd zdôrazňuje, že s poukazom na čl. 10 Smernice táto sa uplatní iba vtedy, ak neexistujú iné osobitné práva Spoločenstva upravujúce osobitné aspekty nekalých obchodných praktík, akými sú napríklad požiadavky na informácie a pravidlá o spôsobe poskytovania informácií spotrebiteľom.

Ďalej v zmysle čl. 14 Smernice je žiaduce, aby klamlivé obchodné praktiky zahŕňali tieto praktiky vrátane klamlivej reklamy, ktorá tým, že spotrebiteľa uvádza do omylu, bráni mu urobiť kvalifikovanú a tým aj efektívnu voľbu. V súlade s právom a praxou členských štátov o klamlivej reklame rozdeľuje táto Smernica klamlivé praktiky na klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania. Presne takto definuje konanie žalobcu, ktoré je považované v týchto konkrétnych prípadoch, kedy boli prešetrované sťažnosti spotrebiteľov za nekalú obchodnú praktiku aj ustanovenie § 7 ods. 4 zákona č. 250/2007 Z.z. pričom za nekalú obchodnú praktiku aj toto ustanovenie zákona považuje klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania. Ďalej § 8 ods. 1 citovaného zákona definuje, že obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, pretože obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom uvádza do omylu alebo môže uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa a to aj ak je táto informácia vecne správna vo vzťahu k cene alebo k spôsobu výpočtu alebo existencie osobitnej cenovej výhody. V tejto súvislosti súd poukazuje na výsledky prešetrovania sťažnosti spotrebiteľov, kde práve tieto nesprávne informácie ich uviedli do omylu ako priemerného spotrebiteľa, ktorý na základe týchto informácií uvedených jednak v katalógu, ako aj v letáku uzatvorili na základe uvedenej sumy, resp. výpočtu ceny uzatvorili spotrebiteľský úver za účelom zakúpenia výrobkov uvedených v katalógu Triangel, ak aj v letáku Triangel „Všetko z letáku za polovicu“.

Takýmto vnútroštátnym predpisom, ktorý vychádza priamo z jednotlivých článkov Smernice č. 2005/29/ES z 11. mája 2005 je na území Slovenskej republiky práve zákon č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa, v zmysle ktorého ustanovení, ktoré boli aplikované v rozhodnutiach správnych orgánov boli dôvody porušenia týchto ustanovení zo strany žalobcu presne špecifikované.

Vo všeobecných ustanoveniach čl. 2 písm. a, Smernice je uvedená definícia spotrebiteľa, ktorým je akákoľvek fyzická osoba, ktorá v rámci obchodných praktík, na ktoré sa vzťahuje táto smernica konaná na účely spadajúce mimo rámca jej obchodnej, podnikateľskej, remeselnej alebo profesijnej činnosti.

Podľa čl. 2 písm. d, citovanej Smernice obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom sú akékoľvek konanie, opomenutie, spôsobom správania alebo vyjadrenie, obchodná komunikácia vrátane reklamy a marketingu obchodníka, priamo spojené s podporou, predajom alebo dodávkou produktu spotrebiteľom.

Vo všeobecných ustanoveniach ďalej v čl. 3 ods. 1 vyplýva, že táto smernica sa uplatňuje na nekalé obchodné praktiky podnikateľov voči spotrebiteľom tak, ako sú ustanovené v čl. 5, pred, počas a po uskutočnení obchodnej transakcie vo vzťahu k produktu.

Čo sa týka definície nekalých obchodných praktík, tieto obsahuje kapitola II., čl. 5 citovanej smernice, kde v ods. 2 písm. b, je definované, že obchodná praktika je nekalá, ak podstatne narušuje alebo je spôsobilá podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného

spotrebiteľa vo vzťahu k produktu, ku ktorému sa dostane alebo ktorému je adresovaná, alebo priemerného člena skupiny, ak je obchodná praktika orientovaná na určitú skupinu spotrebiteľov.

S poukazom na ponukový katalóg Triangel „najlepšie na splátky“ Všetko z letáku za polovicu! – 50% platný od 19. novembra 2007 do 23. decembra 2007, ako aj ponukového katalógu Triangel najlepšie na splátky zima 2007/jar 2008 a letáku k tomuto ponukovému katalógu je jednoznačne preukázané, že informácie, ktoré sú poskytované na jednotlivých listoch ponukového katalógu ako aj na prednej strane ponukového katalógu v súvislosti s cenou -50% a aj 33 mesačným splátkovým kalendárom, sú informácie nepravdivé, zavádzajúce, spôsobilé viesť do omylu priemerného spotrebiteľa presne tak, ako to definuje ustanovenie § 8 ods. 1 zákona č. 250/2007 Z.z. čo sa týka ceny a spôsobu výpočtu ceny alebo existencie osobitnej cenovej výhody, ktorá sa tu preukazuje ako výhodná ponuka zo strany žalobcu.

Čo sa týka oblasti reklamy, kritérií ohľadom klamlivej reklamy a porovnávacej reklamy tieto sú stanovené Smernicou rady 84/450/EHS z 10. septembra 1984. Účelom tejto smernice je chrániť spotrebiteľa, osoby vykonávajúcich obchodnú činnosť, remeslo alebo vykonávajúcich slobodné povolanie, ako aj záujmy širokej verejnosti, proti klamlivej reklame a jej nekalým účinkom. Smernica upravuje jednu zo skutkových podstát nekalosúťažného konania, klamlivú reklamu v oblasti podnikateľov vzájomne, nie spotrebiteľa ako fyzickej osoby. Z týchto dôvodov preto nemôže byť aplikovaná na konanie v tomto danom prípade.

Podľa už vyššie citovaných článkov Smernice 2005/29/ES z 11. mája 2005, ako aj priamo z ustanovenia § 7 ods. 4 a § 8 ods. 1 písm. d, a § 8 ods. 4 zákona č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa možno jednoznačne definovať daný marketingový spôsob zviditeľnenia produktov Triangel do pozornosti spotrebiteľa ako „nekalú obchodnú praktiku“ spočívajúcu v tom, že spotrebiteľ urobí, resp. v konkrétnych prípadoch prešetrovaných inšpektormi žalovaného urobili spotrebiteľia rozhodnutie a uzatvorili zmluvu o pôžičke so žalobcom za účelom zakúpenia výrobku, ktorý bol produktom predmetného katalógu Triangel, konkrétne : notebook Pavilion s počtom mesačných splátok 33 zo dňa 11. decembra 2007 zmluvy o pôžičke, ktorej predmetom je zakúpenie kuchynskej linky s drezom Elbyt na 33 mesačných splátok z 12. decembra 2007 a umývačky riadu Bosch tiež na 33 mesačných splátok z 12. decembra 2007. Predmetné zmluvy boli spotrebiteľmi namietané ako uzatvorené v omyle práve na základe obchodnej praktiky žalobcu použitej v katalógu vo forme nejasných, nezrozumiteľných, viacvýznamových alebo nevhodným spôsobom podaných podstatných informácií, ktoré boli zo strany spotrebiteľov chápané ako nesprávne, nepravdivé, čo spôsobilo, že predmetné zmluvy následne uzatvorili. Je dôležité poukázať práve na údaje v katalógu zvýraznené žltou, červenou farbou veľkým, resp. väčším typom písma, ktorý upútal spotrebiteľa nie len obsahom informácie ale práve farbou a danou veľkosťou písma. Informácia pre spotrebiteľa za polovicu „-50%“ bola podaná takou formou, že mylne vzbudila dojem, že predmetný výrobok je možné zakúpiť za polovicu, teda o 50% lacnejšie ako pôvodne bola jeho cena. Zo šetrených sťažností vyplýva, že spotrebiteľ sa práve touto informáciou dostal do omylu a následne uzatvoril predmetnú zmluvu. Je pravdou, že informácie majú svojou výraznosťou a farebnosťou upútať spotrebiteľa, avšak nie priviesť ho do omylu čo sa týka obsahu informácie.

Aj s výpočtov v ponukovom katalógu uvádzaných „akcia za polovicu“ vyplýva, že 33 mesačných splátok spotrebiteľ zaplatí síce v polovičnej sume, ale príslušnej mesačnej splátky, avšak výška akontácie v sumáre nie je cenou výrobku za polovicu, ale len zníženú o určitú finančnú čiastku, ktorá ani po jednom prepočte nie je polovica, resp. 50 % z ceny výrobku.

Tabuľka náhodne vybraná:

Philips HTS 3357, systém domáceho kina

	akontácia	poč. spl.	mes. spl.	výsledná suma	rozdiel
Nepreplatíte ani korunu	3 020,-	10	706,-	10 080,-	872,-
Splatené za 12 mesiacov	850,-	12	820,-	10 660,-	1 452,-
Splatené za 24 mesiacov	450,-	24	450,-	11 250,-	2 042,-
Akcia sa polovicu	3 598,-	33	170,-	9 208,-	

Z prednej strany katalógového letáku Špeciálnej akcie až do Vianoc! TRIANGEL poukazuje súd na tabuľku s výpočtom

Vyberte si	akontácia	poč. spl.	mes.spl.	výsledná suma
Nepreplatíte ani korunu	1 590,-	10	371,-	5 300,-
Splatené za 12 mesiacov	430,-	12	430,-	5 590,-
Splatené za 24 mesiacov	250,-	24	250,-	6 250,-
Akcia sa polovicu	1 851,-	33	180,- 90,-	4 821,-

„Všetko z letáku za polovicu! - 50 %“

Uvedené informácie sú podané ako nepravdivé, zavádzajúce, pretože celková suma je oproti prípadom s akontáciou 1 590 a desiatimi splátkami po 371 Sk – 479 Sk, s akontáciou 430 Sk a 12 mesačnými splátkami po 430 Sk – 769 Sk a s akontáciou 250 Sk a 24 mesačnými splátkami po 250 Sk – 1 429 Sk, nie polovica ako je uvedené Akcia za polovicu, resp. Všetko z letáku za polovicu.

Všeobecné podmienky uvedené v katalógu na strane 278 – 285 sú oproti ostatnému textu v katalógu výraznosťou a farebnosťou na prednej strane katalógu uvedeného písma a letáku veľmi malým písomnom uvedené tak, že spotrebiteľ má problém voľným okom tento text prečítať.

Všetky tieto skutočnosti boli uvedené v oboch rozhodnutiach správnych orgánov, v ktorých sa s jednotlivými námietkami žalobcu uvádzanými v odvolaní dôsledne vyporiadali. Námietky uvádzané žalobcom v žalobe súd dôsledne a detailne preskúmal a v písomnom vyhotovení rozsudku sa s týmito v súlade s právnym názorom vysloveným Najvyšším súdom Slovenskej republiky, ako aj Ústavným súdom SR v citovaných nálezhoch s poukazom na upozornenie arbitrárnosti rozsudku pre nereagovanie súdu na zásadnú, relevantnú námietku

žalobcu či daný marketingový spôsobom žalobcu je alebo nie je „nekalou obchodnou praktikou“ vyporiadali v intenciách Zákona o ochrane spotrebiteľa a Smernice Európskeho parlamentu a rady 2005/29/ES z 11. mája 2005.

Z popísaných náhodných výpočtov, ktoré sú obsahom katalógu Triangel zima 2007/jar 2008, ako aj prílohového letáku Triangel „Všetko z letáku za polovicu! – 50 %“ mal súd za preukázané, že konania, ktoré správne orgány správne subsumovali pod ustanovenie § 7 ods. 1 v spojení s § 8 ods. 1 písm. b, a § 8 ods. 4 zákona č. 250/2007 o ochrane spotrebiteľa sa žalobca dopustil a jeho marketingový spôsob je nekalou obchodnou praktikou, čo nesporne vyplýva jednak z obsahu sťažností spotrebiteľov, ako aj vyššie citovaných ustanovení zákona č. 250/2007 Z.z., ako aj Smernice Európskeho parlamentu a rady č. 2005/29/ES z 11. mája 2005.

Čo sa týka uloženia sankcie správnymi orgánmi tieto zohľadnili mieru porušenia povinností žalobcu a v zmysle ustanovenia § 24 citovaného zákona uložili pokutu na dolnej hranici zákonom stanovenej možnej sadzby, pričom v plnej miere zohľadnili závažnosť porušenia. Podľa názoru súdu tri sťažnosti v priebehu troch mesiacov sú dostatočne závažné na takýto postih.

O trovách konania súd vzhľadom k tomu, že žalobca v konaní nemal úspech rozhodol podľa § 250k ods. 1 O.s.p., že náhradu trov konania účastníkom nepriznal, pretože žalovaná aj pri úspechu v konaní nárok na náhradu trov zo zákona nemá.

Poučenie: Proti tomuto rozsudku je prípustné odvolanie do 15 dní odo dňa jeho doručenia na Najvyšší súd Slovenskej republiky v Bratislave prostredníctvom Krajského súdu v Prešove a to písomne v dvoch vyhotoveniach.

V odvolaní sa má popri všeobecných náležitostiach (§ 42 ods. 3) uviesť, proti ktorému rozhodnutiu smeruje, v akom rozsahu sa napáda, v čom sa toto rozhodnutie alebo postup súdu považuje za nesprávny a čoho sa odvolateľ domáha, teda ako navrhuje, aby vo veci rozhodol odvolací súd.

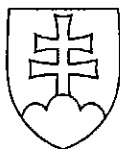
V Prešove dňa 20. mája 2011



JUDr. Katarína Morozová Nemcová
predsedníčka senátu

Za správnosť vyhotovenia :

1S 1/109



Toto rozhodnutie nadobudlo právoplatnosť dňa 24. 5. 2012
Krajský súd v Prešove
dňa 19. 06. 2012

ÚI - SOI, Kancelária ÚR Bratislava
Dátum: 24. 05. 2012
Číslo: 903/109/2012
24/02/09 Pril.: 14/109

ROZSUDOK

V MENE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Najvyšší súd Slovenskej republiky v senáte zloženom z predsedníčky senátu JUDr. Evy Babiakovej, CSc. a členov senátu JUDr. Jaroslavy Fúrovej a Mgr. Petra Melichera, v právnej veci žalobcu: **Consumer Finance Holding, a.s.**, Hlavné námestie 12, Kežmarok, IČO: 35 923 130, zast. Beňo & partners advokátska kancelária, s.r.o., so sídlom Nám. sv. Egídia 95, Poprad, v mene ktorej koná JUDr. Jozef Beňo, advokát, proti žalovanej: **Slovenská obchodná inšpekcia, Ústredný inšpektorát Slovenskej obchodnej inšpekcie** so sídlom v Bratislave, Prievozská 32, poštový priechinok 29, Bratislava, v konaní o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovanej č. SK/0531/99/08 zo dňa 20. októbra 2008, o odvolaní žalobcu proti rozsudku Krajského súdu v Prešove č. k. 1S 1/2009 – 100 zo dňa 20. mája 2011, jednohlasne, takto

rozhodol:

Najvyšší súd Slovenskej republiky rozsudok Krajského súdu v Prešove č. k. 1S 1/2009 – 100 zo dňa 20. mája 2011, **potvrďuje**.

Žalobcovi náhradu trov odvolacieho konania **nepriznáva**.

Odôvodnenie:

Krajský súd v Prešove napadnutým rozsudkom zamietol žalobu, ktorou sa žalobca domáhal preskúmania rozhodnutia žalovanej č. SK/0531/99/08 zo dňa 20.10.2008, ktorým zamietla odvolanie žalobcu a potvrdila rozhodnutie správneho orgánu prvého stupňa, Inšpektorátu Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Prešove pre Prešovský kraj,

č. P/0195/07/08 zo dňa 26.05.2008, ktorým bola žalobcovi pre porušenie zákazu používania nekalých obchodných praktík formou klamlivej obchodnej praktiky vo vzťahu k cene alebo k spôsobu výpočtu ceny alebo existencii osobitnej cenovej výhody a poskytovaním podstatných informácií nejasným, nezrozumiteľným a nevhodným spôsobom podľa § 7 ods. 1 v nadväznosti na § 8 ods. 1 písm. d/, § 8 ods. 4 zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov v znení neskorších predpisov (ďalej v texte rozsudku len „Zákon“) uložená pokuta vo výške 200 000 Sk.

V odôvodnení krajský súd uviedol, citujúc relevantné zákonné ustanovenia, že posúdením ponukového katalógu „Triangel Najlepší na splátky! Zima 2007/jar 2008“, konkrétne jeho prednej strany, na ktorej je osobitne zvýraznená informácia pre spotrebiteľa „50 % Každý týždeň iné výrobky za polovicu“, taktiež druhej strany katalógu, ktorá obsahovala v ľavom hornom rohu veľkým žltým písmom zvýraznený údaj „-50 %“, pod ním text výrazným červeným písmom na červenom podklade, pod ktorým sa nachádza informácia „Každý týždeň iné výrobky za polovicu“, červeným písmom na bielom podklade, pričom druhá časť tejto informácie bola v porovnaní s prvou časťou zvýraznená dvojnásobnou veľkosťou písma, pod tabuľkou pri údají dĺžky splácania 33 mesiacov bol uvedený text: „akcia Každý týždeň iné výrobky za polovicu platí pre kombináciu splácania „Splatené za 33 mesiacov“, dospel k záveru, že marketingový spôsob realizovania reklamy bol nekalou obchodnou praktikou.

Krajský súd poukázal na výsledky prešetrovania sťažností spotrebiteľov, kde práve tieto nesprávne informácie ich uviedli do omylu ako priemerného spotrebiteľa a na základe týchto informácií uvedených jednak v katalógu ako aj v letáku, uzatvorili na základe uvedenej sumy, resp. výpočtu ceny, spotrebiteľský úver za účelom zakúpenia výrobkov uvedených v katalógu Triangel ako aj v letáku Triangel, „Všetko z letáku za polovicu“. Informácie poskytované na jednotlivých listoch ponukového katalógu ako aj na prednej strane ponukového katalógu v súvislosti s cenou – 50 % a aj 33 mesačným splátkovým kalendárom, sú informácie nepravdivé, zavádzajúce, spôsobilé uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa presne tak, ako to definuje § 8 ods. 1 Zákona čo sa týka ceny a spôsobu výpočtu ceny alebo existencie osobitnej cenovej výhody, ktorá sa tu preukazuje ako výhodná ponuka zo strany žalobcu. Daný marketingový spôsob zviditeľnenia produktov Triangel do pozornosti spotrebiteľa možno jednoznačne definovať ako nekalú obchodnú praktiku spočíva v tom, že spotrebiteľ môže urobiť resp. v konkrétnych prípadoch prešetrovaných inšpektormi žalovanej urobili spotrebiteľia rozhodnutie a so žalobcom uzatvorili zmluvu o pôžičke za účelom

zakúpenia výrobku, ktorý bol produktom predmetného katalógu Triangel. Predmetné zmluvy boli spotrebiteľmi namietané ako uzatvorené v omyle práve na základe obchodnej praktiky žalobcu použitej v katalógu vo forme nejasných, nezrozumiteľných, viacvýznamových alebo nevhodným spôsobom podaných podstatných informácií, ktoré boli zo strany spotrebiteľov chápané ako správne, pravdivé, čo spôsobilo, že predmetné zmluvy uzatvorili.

Krajský súd poukázal, že práve údaje v katalógu zvýraznené žltou, červenou farbou, veľkým resp. väčším typom písma upúťali spotrebiteľa nielen obsahom informácie, ale práve farbou a danou veľkosťou písma. Informácia pre spotrebiteľa „ – 50 %“, bola podaná takou formou, že mylne vzbudila dojem, že predmetný výrobok je možné zakúpiť za polovicu, teda o 50 % lacnejšie ako pôvodne bola jeho cena. Zo šetrených sťažností vyplýva, že spotrebiteľ sa práve touto informáciou dostal do omylu a následne uzatvoril predmetnú zmluvu. Informácie majú svojou výraznosťou a farebnosťou upútať spotrebiteľa, avšak nie priviesť ho do omylu, čo sa týka obsahu informácie. Aj z výpočtov v ponukovom katalógu uvádzaných „akcia za polovicu“ vyplýva, že 33 mesačných splátok spotrebiteľ zaplatí síce v polovičnej sume, ale z príslušnej mesačnej splátky, avšak výška akontácie v sumáre nie je cenou výrobku za polovicu, ale len zníženú o určitú finančnú čiastku, ktorá ani po jednom prepočte nepredstavovala polovicu resp. 50 % z ceny výrobku. Všeobecné podmienky uvedené v katalógu na s. 278 – 285 sú oproti ostatnému textu v katalógu veľmi malým písmom uvedené tak, že spotrebiteľ má problém voľným okom tento text prečítať.

Ohľadne uloženej sankcie krajský súd uviedol, že správne orgány zohľadnili mieru porušenia povinností žalobcu a v zmysle § 24 Zákona uložili pokutu na dolnej hranici zákonom stanovenej sadzby, pričom v plnej miere zohľadnili závažnosť porušenia. Súd vyjadril názor, že tri sťažnosti v priebehu troch mesiacov sú dostatočne závažné na takýto postih.

O trovách konania rozhodol krajský súd podľa § 250k ods. 1 zákona č. 99/1963 Zb. Občianskeho súdneho poriadku v znení neskorších predpisov (ďalej v texte rozsudku len „O. s. p.“) tak, že ich náhradu účastníkovi nepriznal.

Proti predmetnému rozsudku podal v zákonnej lehote dňa 7.7.2011 žalobca odvolanie domáhajúc sa zrušenia napadnutého správneho rozhodnutia a vrátenia veci žalovanej na ďalšie konanie, alternatívne zrušenia rozsudku krajského súdu a vrátenia mu veci na ďalšie konanie. Zároveň si uplatnil trovy konania spočívajúce v zaplatenom súdnom poplatku a trovách právneho zastúpenia.

Uviedol, že v danej obchodnej akcii išlo o 50% zníženie splátok a nie o 50 % zníženie cien. Žalobca v produkte Triangel poskytuje predaj katalógového tovaru na splátky, jeho služba pritom spočíva v tom, že spotrebiteľom umožní získať ponúkaný tovar okamžite a splatiť jeho cenu vo vopred dohodnutých splátkach. Tento produkt je spotrebiteľom dobre známy, na trhu existuje viac ako 15 rokov. Jediné, čo môže žalobca zmeniť vo vzťahu ku kúpnej cene je výška a počet splátok. Spotrebiteľ nemá dôvod dôjsť k inému záveru. K tomuto záveru musí dôjsť každý spotrebiteľ, ktorý má vážny záujem o uzavretie kúpnej zmluvy najneskôr v čase, keď si spočíta výšku akontácie spolu s výškou a počtom splátok. Po tomto jednoduchom úkone musí byť spotrebiteľovi zrejmé, koľko zaplatí v splátkach navyše oproti platbe v hotovosti. Žalobcovi nebolo známe k akému inému záveru by mal spotrebiteľ dôjsť, pričom k rovnakému záveru došiel aj krajský súd, keď poskytol prehľad jednotlivých konečných cien tovaru pri rôznych variantoch splácania.

Žalobca ďalej uviedol, že nikdy netvrdil, že v rámci akcie „Všetko za polovicu“ bude konečná cena o polovicu nižšia ako jeho cena pri platbe v hotovosti alebo ako jeho cena pri iných variantoch splácania. Žiadal, aby odvolací súd posúdil, či je možné dôvodne predpokladať domnienku priemerného spotrebiteľa, že pri splátkovom predaji bude konečná cena tovaru o polovicu nižšia ako pri predaji toho istého tovaru v hotovosti. Rovnako aj to, či je možné predpokladať, že by sa priemerne súdny spotrebiteľ domnieval, že pri nižšej splátke s dlhšou lehotou splatnosti bude končená cena o polovicu nižšia ako pri vyššej splátke s kratšou lehotou splatnosti. Podľa názoru žalobcu by takto priemerný spotrebiteľ v r. 2007 t. j. po takmer 20 ročnom fungovaní splátkového predaja, uvažovať nemohol. Splátkový predaj drobného spotrebného tovaru je službou všeobecne známou, ľudovou, nejde tu o výnimočný spôsob predaja, pri ktorom by spotrebiteľ potreboval osobitné znalosti. Konečná výška kúpnej ceny pri nižších splátkach s dlhšou lehotou splatnosti je pochopiteľne vyššia ako konečná cena pri vyšších splátkach s kratšou lehotou splatnosti.

Žalobca nespochybnil, že označenie „Všetko za polovicu“ bolo v predmetnej reklame výrazné, pokiaľ možno atraktívne a lákavé. Úlohou reklamy nie je poskytnúť spotrebiteľovi všetky dostupné informácie o výrobku, službe alebo podmienkach ich získania. Z povahy veci by to ani nebolo možné a priemerný súdny spotrebiteľ s touto možnosťou počíta a pri rozhodnutí o uzavretí konečnej zmluvy zvažuje všetky ďalšie okolnosti, ktoré je dodávateľ povinný mu už v tomto štádiu poskytnúť. Inzerenti sa snažia uvádzať najlepšie vlastnosti čo najvýraznejšie, aby primáli spotrebiteľa aspoň reklamu čítať resp. vnímať. Z tejto skupiny sa potom môže vytvoriť menšia skupina, ktorá si produkt skutočne zakúpi. Tejto skupine sa musia dostať všetky relevantné informácie o vlastnostiach produktu.

K podanému odvolaniu sa písomným podaním zo dňa 1.8.2011 vyjadrila žalovaná tak, že navrhla napadnutý rozsudok krajského súdu potvrdiť.

Uviedla, že trvá na obsahu svojho vyjadrenia k žalobe a konanie žalobcu považovala za nekalú obchodnú prax, v ktorej žalobca využil klamlivé konanie a klamlivé opomenutie vo svoj prospech. Uvedený účinok prezentovaných informácií dokazujú aj množiace sa podnety od spotrebiteľov, z ktorých vyplynulo, že spotrebiteľia pochopili propagovanú akciu tak, že im bude znížená cena o polovicu. Marketingový spôsob zviditeľnenia produktov použitý v katalógoch vo forme nevhodne podaných informácií spôsobil to, že spotrebiteľia predmetné zmluvy so žalobcom následne uzatvorili. Žalobca môže používať prostriedky, ktorými sa snaží zaujať konečného spotrebiteľa, nesmie však spotrebiteľa uvádzať do omylu rozporne podanými informáciami, ktoré ho zvädzajú urobiť rozhodnutie, ktoré by za iných okolností neurobil. Pokiaľ šlo o informáciu 50 % zľava, žalovaná uviedla, že vzhľadom na spôsob poskytnutia, si priemerný spotrebiteľ bude túto informáciu vykladať tak, že má možnosť kúpy výrobkov za polovičnú cenu, čo je v spotrebiteľskom prostredí chápané ako veľmi výhodná ponuka. Prezentácia v uvedenej podobe určite splní svoj účel tým, že pritiahne pozornosť spotrebiteľa poskytovaním informácie v podobe, ktorá je spôsobilá viesť do omylu.

Žalovaná tiež uviedla, že pre priemerného spotrebiteľa je oblasť splátkovo – finančných vzťahov často veľmi zložitou problematikou, preto je potrebné, aby žalobca vo vzťahoch so spotrebiteľom vystupoval so zvlášť odbornou starostlivosťou a hlavne, aby poskytované informácie o propagovanej akcii boli jednoznačné, čitateľné a prehľadné, čo v uvedenom prípade nemožno konštatovať.

Najvyšší súd Slovenskej republiky ako súd odvolací (§ 246c ods. 1 veta prvá O. s. p. v spojení s § 10 ods. 2 O. s. p.), preskúmal napadnutý rozsudok a konanie, ktoré mu predchádzalo (podľa § 246c ods. 1 veta prvá O. s. p. v spojení s § 211 a nasl. O. s. p.) a dospel k záveru, že odvolanie žalobcu nie je dôvodné.

Rozhodol bez nariadenia odvolacieho pojednávania v zmysle § 250ja ods. 2 O. s. p. s tým, že deň vyhlásenia rozhodnutia bol zverejnený minimálne päť dní vopred na úradnej tabuli súdu a na internetovej stránke Najvyššieho súdu Slovenskej republiky www.nsud.sk. Rozsudok bol verejne vyhlásený dňa 26.4.2012 (§ 156 ods. 1 a ods. 3 O. s. p.).

Podľa § 244 ods. 1 O. s. p. v správnom súdnictve preskúmajú sudy na základe žalôb alebo opravných prostriedkov zákonnosť rozhodnutí a postupov orgánov verejnej správy.

Podľa § 244 ods. 3 O. s. p. rozhodnutiami správnych orgánov sa rozumejú rozhodnutia vydané nimi v správnom konaní, ako aj ďalšie rozhodnutia, ktoré zakladajú, menia alebo zrušujú oprávnenia a povinnosti fyzických alebo právnických osôb alebo ktorými môžu byť práva, právom chránené záujmy alebo povinnosti fyzických osôb alebo právnických osôb priamo dotknuté. Postupom správneho orgánu sa rozumie aj jeho nečinnosť.

Z obsahu pripojených spisov odvolací súd zistil, že predmetom preskúmania je rozhodnutie žalovanej č. k. SK/0531/99/08 zo dňa 20.10.2008, ktorým zamietla odvolanie žalobcu a potvrdila rozhodnutie Inšpektorátu Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Prešove č. k. P/0195/07/08 zo dňa 26.5.2008, ktorým bola žalobcovi pre porušenie zákazu používania nekalých obchodných praktík formou klamlivej obchodnej praktiky vo vzťahu k cene alebo k spôsobu výpočtu ceny alebo existencii osobitnej cenovej výhody a poskytovaním podstatných informácií nejasným, nezrozumiteľným a nevhodným spôsobom podľa § 7 ods. 1 v nadväznosti na § 8 ods. 1 písm. d/ a § 8 ods. 4 Zákona, uložená pokuta vo výške 200 000,000 Sk podľa § 24 ods. 1 Zákona.

Podľa § 219 ods. 2 O. s. p. ak sa odvolací súd v celom rozsahu stotožňuje s odôvodnením napadnutého rozhodnutia, môže sa v odôvodnení obmedziť len na skonštatovanie správnosti dôvodov napadnutého rozhodnutia, prípadne doplniť na zdôraznenie správnosti napadnutého rozhodnutia ďalšie dôvody.

Najvyšší súd Slovenskej republiky sa v celom rozsahu stotožnil so závermi vyslovenými v napadnutom rozsudku súdu prvého stupňa, pričom v podrobnostiach naň odkazuje a pre zdôraznenie jeho správnosti len uvádza:

Podstatou námietok uvedených v odvolaní bolo tvrdenie žalobcu, že priemerný spotrebiteľ nemohol v súvislosti s akciou „Všetko za polovicu“ dôjsť k záveru, že sa jednalo o 50% zníženie cien určitých výrobkov.

Podľa § 7 ods. 1 Zákona, nekalé obchodné praktiky sú zakázané.

Podľa § 7 ods. 4 vety prvej Zákona, za nekalú obchodnú praktiku sa považuje najmä klamlivé konanie a klamlivé opomenutie konania podľa § 8 a agresívna obchodná praktika podľa § 9.

Podľa § 8 ods. 1 Zákona, obchodná praktika sa považuje za klamlivú, ak zapríčiňuje alebo môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil, pretože obsahuje nesprávne informácie a je preto nepravdivá, alebo akýmkoľvek spôsobom uvádza do omylu alebo môže uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa, a to aj ak je táto informácia vecne správna vo vzťahu k

a) existencii výrobku alebo k povahe výrobku,

b) hlavným znakom výrobku, ako sú jeho dostupnosť, výhody, riziká, vyhotovenie, zloženie, príslušenstvo, servis zákazníkovi po predaji výrobku a vybavovanie reklamácie, výrobný postup a dátum výroby alebo dodávky, spôsob dodania, účel použitia, možnosti využitia, množstvo, špecifikácia, jeho zemepisný alebo obchodný pôvod alebo očakávané výsledky použitia, alebo výsledky a podstatné ukazovatele skúšok alebo kontrol vykonaných na výrobku,

c) rozsahu záväzkov predávajúceho, motívom pre obchodnú praktiku a k charakteru procesu predaja, akékoľvek vyhlásenie alebo symbol týkajúci sa priameho alebo nepriameho sponzorstva alebo schválenia predávajúceho alebo výrobku,

d) cene alebo k spôsobu výpočtu ceny alebo existencie osobitnej cenovej výhody,

e) potrebe servisu, náhradného dielu, výmeny alebo opravy,

f) osobe, vlastnosti a právu predávajúceho alebo jeho splnomocnenca, ako sú jeho totožnosť a majetok, kvalifikácia, postavenie, uznanie, členstvo v organizáciách alebo jeho väzby a vlastníctvo práv vyplývajúcich z priemyselného, obchodného alebo duševného vlastníctva alebo jeho ocenenia a vyznamenania, alebo

g) právu spotrebiteľa vrátane práva na výmenu dodaného výrobku alebo vrátenie peňazí podľa osobitného predpisu alebo k rizikám, ktorým môže byť vystavený.

Najvyšší súd Slovenskej republiky považuje za potrebné zdôrazniť, že klamlivá obchodná praktika musí mať schopnosť aspoň teoreticky */...môže zapríčiniť, že spotrebiteľ urobí rozhodnutie,.... ktoré by inak neurobil..môže uviesť do omylu priemerného spotrebiteľa.../* ovplyvniť správanie spotrebiteľov, nemusí byť aj skutočnou príčinou, na základe ktorej sa spotrebiteľ rozhodol pre určitý tovar alebo službu.

V prejednávanej veci je však zrejmé, že uvedená obchodná praktika použitá žalobcom nielen teoreticky, ale aj **reálne uviedla spotrebiteľov do omylu o cene alebo o spôsobe jej výpočtu**. Použitie hesla „- 50% Každý týždeň iné výrobky za polovicu“ je práve pre použité výrazové prostriedky /farba a veľkosť písma, obsah textu/ nekalou obchodnou praktikou, keďže priemerný spotrebiteľ predpokladá, že ak obchodník použije slovné spojenie

„...výrobky za polovicu“, znamená to, že dané výrobky sú za polovicu ceny. Spotrebiteľ nemôže predpokladať, že použitím spojenia „...výrobky za polovicu“, mal žalobca na mysli **polovičné splátky**. Na tento záver nemá žiaden vplyv to, či sa žalobca zaoberá predajom tovaru na splátky alebo nie. Priemerný spotrebiteľ sa primárne orientuje podľa cien tovarov, pričom je potrebné uviesť, že nie každý spotrebiteľ pravidelne nakupuje tovar na splátky alebo má s takýmto spôsobom predaja skúsenosti.

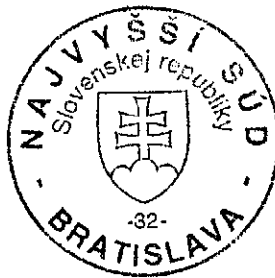
Vznesené odvolacie námietky žalobcu neboli spôsobilé podľa názoru odvolacieho súdu spochybniť správnosť záverov napadnutého rozsudku, a preto bolo potrebné rozhodnúť tak, ako je uvedené vo výroku tohto rozsudku.

O náhrade trov konania rozhodol Najvyšší súd Slovenskej republiky podľa § 250k ods. 1 O. s. p. v spojení s § 224 ods. 1 O. s. p. a § 246c ods. 1 vety prvej O. s. p., keď žalobcovi, ktorý nemal úspech vo veci, náhradu trov konania nepriznal a žalovanej v takomto konaní náhrada trov neprináleží.

P o u č e n i e : Proti tomuto rozsudku odvolanie nie je prípustné.

V Bratislave 26. apríla 2012

Za správnosť vyhotovenia
Dagmar Bartalská



JUDr. Eva Babiaková, CSc., v. r.
predsedníčka senátu