



ROZSUDOK V MENE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Najvyšší súd Slovenskej republiky v senáte zloženom z predsedníčky senátu JUDr. Eleny Berthotyovej, PhD. a členiek senátu Zuzany Ďurišovej a JUDr. Jany Henčekovej, PhD., v právnej veci žalobcu: **Speakers, s.r.o., IČO: 44 279 621**, Kutuzovova 5/A. Bratislava, *zastúpený: JUDr. Zuzana Kubalová, advokátka, Obchodná 40, Bratislava*, proti žalovanému: **Slovenská obchodná inšpekcia, Ústredný inšpektorát Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Bratislave**, Prievozská 32, Bratislava, o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovaného č. SK/0753/99/2012 zo dňa 05.03.2013, o odvolaní žalobcu proti rozsudku Krajského súdu v Bratislave č. k. 2S/127/2013-39 zo dňa 25. februára 2015, takto

r o z h o d o l :

Najvyšší súd Slovenskej republiky rozsudok Krajského súdu v Bratislave č. k. 2S/127/2013-39 zo dňa 25. februára 2015 **p o t v r d z u j e .**

Účastníkom náhradu trov odvolacieho konania **n e p r i z n á v a .**

O d ô v o d n e n i e

I.

P r e d m e t k o n a n i a

Krajský súd v Bratislave napadnutým rozsudkom podľa § 250j ods. 1 zákona č. 99/1963 Zb. (ďalej len „O.s.p.“) zamietol žalobu žalobcu, ktorou sa domáhal preskúmania napadnutého rozhodnutia žalovaného č. SK/0753/99/2012 zo dňa 05.03.2013. Týmto rozhodnutím žalovaný zamietol odvolanie žalobcu a potvrdil rozhodnutie Inšpektorátu Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Bratislave pre Bratislavský kraj (ďalej len „správny orgán 1. stupňa“) č. R/0315/01/2012 zo dňa 26.09.2012, ktorým bola žalobcovi uložená pokuta pre porušeníu § 3 ods. 7 zákona č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon reklame“).

V odôvodnení rozhodnutia krajský súd, pokiaľ ide o namietanú nepreskúmateľnosť rozhodnutia žalovaného pre nedostatok dôvodov, uviedol, že sa stotožnil so žalobcom a s jeho žalobnou námietkou len do tej miery, že zákon o reklame v dotknutých častiach je formulovaný natoľko široko a všeobecne, že výklad jeho jednotlivých ustanovení a interpretácia v ňom ustanovených práv a povinností účastníkov relevantných právnych vzťahov je úlohou orgánov aplikačnej praxe. Správne orgány sa v odôvodnení svojich rozhodnutí obmedzili len na konštatovanie, že je zrejme, že v predmetnom e-maily boli uvedené reklamné informácie, nakoľko žalobca v ňom prezentuje marketingové služby s priamym odkazom na internetovú stránku. Vzhľadom na vyššie uvedené by sa však od správneho orgánu očakávalo viac. Predovšetkým bolo na mieste vysvetliť, prečo správny orgán informácie uvedené v e-maily považoval za reklamné, teda za také, ktoré spĺňajú definíciu reklamy v zmysle § 2 ods. 1 písm. a/ zákona o reklame.

Napriek uvedenému nedostatku bol súd toho názoru, že odôvodnenie rozhodnutia žalovaného poskytuje dostatočný základ na jeho vecné preskúmanie. Súd však hodnotí preskúmateľnosť rozhodnutia správneho orgánu len v miere jeho minimálnej argumentačnej kvality a interpretačnej schopnosti, na základe akých logických úsudkov a zvážení všetkých dôkazov správny orgán vydal meritóme rozhodnutie. Skutočnosti, ku ktorým správny orgán dospel na základe voľnej úvahy treba v rozhodnutí dostatočne odôvodniť, aby bolo zrejme, čo bolo podkladom rozhodnutia a ako sa vyhodnotili vykonané dôkazy. Pre súd je rozhodujúce, či rozhodnutie vydané na základe zákonom povolenej úvahy nevybočilo z medzí

a hľadísk ustanovených zákonom. V danom prípade napriek tomu, že rozhodnutie žalovaného bolo odôvodnené len veľmi stroho, nemožno konštatovať jeho nepreskúmateľnosť pre nedostatok dôvodov. Odvolacie námietky žalobcu sú opísané v napadnutom rozhodnutí, žalovaný sa nimi zaoberal a vyhodnotil ich. Taktiež je z rozhodnutia zrejmé, čo považoval správny orgán za právne relevantné podklady pre svoje rozhodnutie a ako ich posúdil. Z odôvodnenia napadnutého rozhodnutia je zrejmé, na základe čoho žalovaný dospel k svojmu právnomu záveru.

Ďalej uviedol, že v predmetnej veci po preskúmaní administratívneho spisu, predovšetkým obsahu e-mailov zasielaných žalobcom, ktoré boli podkladom pre rozhodnutie správnych orgánov, krajský súd dospel k záveru prisvedčujúcemu tvrdeniu žalovaného, že v danom prípade išlo o reklamu. I keď na prvý pohľad sa v texte e-mailu neuvádzala výslovná zmienka o produkte tak, ako ich definuje zákon o reklame, cieľom týchto e-mailových správ nebolo nič iné, ako upriamiť pozornosť adresáta na klienta žalobcu a jeho činnosť a ponúkané služby. V konečnom dôsledku teda išlo o informáciu o produkte o činnostiach poskytovateľa služieb (klienta žalobcu), pričom formulácia textu (uvedená na str. 3 tohto rozsudku) bola potenciálne schopná ovplyvniť ekonomické správanie sa adresáta a propagačnou technikou formulovania textu dokázala efektívne ovplyvniť jeho rozhodovanie bez toho, aby bol priamo schopný uvedomiť si reklamné pôsobenie obsahu predmetnej e-mailovej správy.

Poznamenal, že odkaz na internetovú stránku spolu s textom, ktorý upúta pozornosť adresáta na to, že využitím služieb klienta žalobcu by mohol zlepšiť v rámci podnikateľskej činnosti svoj hospodársky výsledok, kde sa dozvie potenciálny zákazník o ponúkaných službách v oblasti marketingu, je možné klasifikovať ako reklamu v zmysle § 2 ods. 1 písm. a/ zákona o reklame. I keď text z formálneho hľadiska vyvoláva dojem, že sa o reklamu nejedná, významný je úmysel žalobcu, ktorý je reklamnou agentúrou, odprezentovať svojho klienta na trhu, rozšíriť rady jeho obchodných partnerov (klientov) a priniesť tak pre neho s tým súvisiaci zisk, čo je nepochybne zmyslom a cieľom reklamy. Vyhnutím sa v § 2 ods. 1 písm. b/ zákona o reklame vymenovaním typov produktov, neporušil žalobca zákon o reklame len zdanlivo. Krajský súd skúmal logiku a zmysel žalobcovho konania, pričom jeho konanie možno označiť ako pokus o obchádzanie zákona, ktorý sa však bez pochyb prieči úmyslu zákonodarcu zakázať šírenie reklamy (elektronickou poštou) bez predchádzajúceho súhlasu jej užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy.

V prejednávanej veci krajský súd v intenciách žalobcových námietok nekonštatoval nesprávne právne posúdenie ako dôvod pre zrušenie napadnutého rozhodnutia. Preto po preskúmaní zákonnosti napadnutého rozhodnutia v medziach žalobných dôvodov dospel súd k záveru, že žalobu je potrebnú ako nedôvodnú podľa § 250j ods. 1 O.s.p. zamietnuť.

II.

Zhrnutie odvolacích dôvodov žalobcu

Proti rozsudku krajského súdu podal žalobca včas odvolanie z dôvodu, že súd prvého stupňa dospel na základe vykonaných dôkazov k nesprávnym skutkovým zisteniam, a rozhodnutie súdu prvého stupňa vychádza z nesprávneho právneho posúdenia veci.

Nesúhlasil s názorom krajského súdu, že odôvodnenie rozhodnutia žalovaného poskytuje dostatočný základ na jeho vecné preskúmanie a trval na tom, že v konaní správne orgány nepostupovali v súlade s ustanoveniami správneho poriadku a aj preto považoval ich rozhodnutia za nezákonné.

Taktiež nepovažoval za správny názor súdu, že aj keď na prvý pohľad sa v texte e-mailu neuvádzala výslovná zmienka o produkte tak, ako ho definuje zákon o reklame, cieľom týchto e-mailových správ nebolo nič iné, ako upriamiť pozornosť adresáta na klienta žalobcu a jeho činnosť a ponúkané služby. Podľa žalobcu uvedená komunikácia nie je reklamou, a preto nemôže spadať pod zákon o reklame, ale pod zákon 351/2011 Z.z. o elektronických komunikáciách. Trval na tom, že v komunikácii nebol prezentovaný žiadny produkt, teda ani služba s konkrétnymi znakmi podľa vyššie uvedenej definície, tzn. že zasielanú komunikáciu nie je možné považovať za reklamu. Nestotožnil sa s extenzívnym výkladom súdu, ktorý tvrdí, že tým, že právne významným bol samotný fakt, že žalobca mal v úmysle odprezentovať svojho klienta na trhu, rozšíriť rady jeho obchodných partnerov (klientov) a priniesť tak pre neho s tým súvisiaci zisk, čo je nepochybne zmyslom a cieľom reklamy.

V tejto súvislosti ďalej namietal, že zákon o reklame v ustanovení §2 ods. 1. písm. a) a b) hovorí jednoznačne a pri definícii produktu neuvádza len príkladmo čo pod produktom treba rozumieť, ale absolútne konkrétne uvádza, že produkt je tovar, služby, nehnuteľnosti, obchodné meno, ochranná známka, označenie pôvodu výrobkov a iné práva a záväzky

súvisiace s podnikaním. Malo by sa podľa žalobcu jednoznačne prihliadať na právny princíp CONTRA PROFERENTEM v súvislosti s výkladom a aplikáciou právnych noriem, pričom poukázal na rozhodnutie Najvyššieho súdu Slovenskej republiky zo dňa 01.07.2010 sp. zn. 8Sžp/l/2010: „...v zmysle ustálenej judikatúry Ústavného súdu Slovenskej republiky nemožno nepripomenúť, že Slovenská republika je právny štát, čo priamo vyplýva z čl. 1 ods. 1 Ústavy Slovenskej republiky a je zakotvený na princípoch právnej istoty a predvídateľnosti právnych noriem, pričom nejasné a neurčité právne normy nemožno aplikovať a vykladať na ťarchu adresáta právnej normy, ale vždy na ťarchu tvorcu právnej normy.“

Ďalej poukázal na ostatnú kodifikačnú príručku slovenského jazyka - Krátky slovník slovenského jazyka, vydavateľstvo VEDA, r. 2003, ktorá definuje slovo reklama ako prezentáciu produktu, kde prezentácia znamená predvedenie, predstavenie a reklama je verejné odporúčanie niečoho obyčajne na kúpu.

Poznamenal, že v konaní argumentuje od počiatku aj tým, že k žiadnemu predstaveniu produktu nepišlo a adresát mal reálnu šancu sa mu vyhnúť. Čo v podstate je veľmi podobné požiadaniu o možnosť zaslania informácii, ktoré už sú reklamou.

Opätovne upozornil, že v konkrétnom prípade na získanie skutočného reklamného posolstva si ho musel adresát aktívne vyžiadať. Zároveň mal možnosť informovať zasielajúceho, že si nežiada v budúcnosti dostávať takéto e- maily. Preto bol toho názoru, že k zaslaniu reklamy nedošlo, len bola ponúknutá možnosť ju získať, čo je zásadným rozdielom. A táto skutočnosť preto neoprávňovala správny orgán k udeleniu pokuty.

Žalobca namietal aj skutočnosť, že krajský súd konanie žalobcu označil ako pokus o obchádzanie zákona. Bol presvedčený, že cieľom zákonodarcu implementovať do zákona ustanovenie o obmedzení zasielania reklamy elektronickou cestou bolo ochrániť adresátov pred neprimeranou a obťažujúcou komunikáciou. Predmetný e-mail bol poslaný výlučne riaditeľom firiem a dával možnosť prostredníctvom vykonania následnej aktivity získať informácie o podnikateľsky prospešnej veci, ktorou bola reálne prednáška medzinárodne uznávaného odborníka na marketing. Nejednalo sa teda o predaj pokútnych tovarov alebo služieb, ktoré sú určené na súkromné využitie. Jednalo sa o vec zlepšujúcu podnikanie, ktorá bola adresovaná presne špecifikovanej cieľovej skupine, ktorá mala potenciál ju využiť k svojmu prospechu.

III.

Vyjadrenie žalovaného k odvolaniu žalobcu

K odvolaniu žalobcu sa vyjadril žalovaný podaním zo dňa 30.06.2015. Uviedol, že správny orgán uložil pokutu v súlade s ustanovením § 3 ods. 7 zákona o reklame, z ktorého vyplýva, že za zistené nedostatky je možné uložiť pokutu až do výšky 66.387,83 Eur. Žalovaný sa domnieval, že v inšpekčnom zázname je skutkový stav opísaný presne a spoľahlivo. Mal za to, že skutkový stav bol správne právne kvalifikovaný, a teda postih žalobcu bol dôvodný.

Uviedol, že reklama je podľa Krátkeho slovníka slovenského jazyka odporúčanie niečoho obyč. na kúpu; prostriedky použité na to (plagáty, prospekty, inzeráty, ap.): využívať tlač, televíziu na reklamu, robiť niečomu niekomu reklamu i prenesene vychvaľovať. Na základe uvedeného mal za to, že je zrejmé, že v predmetnom prípade išlo o reklamu a to aj napriek tomu, že v texte e-mailu neuvádzal žalobca informácie o produkte tak ako to definuje zákon o reklame (§ 2 ods. 1 písm. b).

Ďalej mal za to, že cieľom týchto e-mailov bolo získať pozornosť adresáta na klienta žalobcu a jeho činnosť a ním ponúkané služby. Domnieval sa, že úmysel žalobcu - ponúkať svoje služby potencionálnemu klientovi, a tak získať zákazku, je zrejmy a žalobca ho ani nepopiera. Mal za to, že zaslanie predmetného e-mailu vnímal adresát ako obťažujúce, a to aj napriek tomu, že žalobca tvrdí, že adresát mal zakaždým možnosť odmietnuť komunikáciu a vyjadriť svoj záujem ju nedostávať.

Konštatoval, že žalobca plne zodpovedá za protiprávny skutkový stav zistený v čase kontroly. Žalovaný správny orgán zastáva názor, že správny orgán 1. stupňa v predmetnom rozhodnutí náležite odôvodnil právne závery, ku ktorým dospel pri posudzovaní prípadu a pri určovaní výšky pokuty zohľadnil okolnosti daného prípadu, ako aj dôvody zisteného porušenia zákona. Bol toho názoru, že ako kontrolný orgán postupoval v zmysle zákona č. 128/2002 Z. z. a zákona o reklame. Správne zistil skutkový stav a vyvodil právny záver v tom zmysle, že kontrolovaný subjekt porušil uvedený právny predpis. Na základe tohto zistenia bola žalobcovi uložená pokuta, ktorú považuje za primeranú k zistenému porušeniu zákona a rozsahu dopadu na spotrebiteľa.

Vzhľadom na uvedené skutočnosti navrhol, aby odvolací súd rozhodnutie krajského súdu potvrdil.

IV.

Argumentácia rozhodnutia správneho orgánu 1. stupňa

Správny orgán 1. stupňa rozhodnutím č. R/0315/01/2012 zo dňa 26.09.2012, uložil žalobcovi peňažnú pokutu vo výške 500 Eur podľa § 11 ods. 3 písm. c/ zákona o reklame pre porušenie zákazu šíriť reklamu elektronickou poštou bez predchádzajúceho súhlasu jej užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy. Inšpektormi SOI bola dňa 19.07.2012 vykonaná kontrola na základe podnetu č. 1221/2012 v spoločnosti žalobcu. Kontrolou bolo zistené, že z e-mailovej adresy žalobcu info@konzultacie.eu bola užívateľovi na jeho e-mailovú adresu vbd.ba@vbd.sk dňa 13.02.2012, 03.03.2012 a 13.03.2012 zaslaná e-mailová správa s obsahom: „*Nie je umenie vyrobiť, ale predat'. Predávate dostatočne? Predaju predchádza marketing. Vzbudzuje záujem. Naše skúsenosti hovoria, že 8 z 10 - tich ľudí, ktorí majú vo firmách na starosti marketing, nepoznajú jeho základy. Ako chcete predávať, keď nevytvárate dopyt? V priebehu troch dní môžete všetko zmeniť. Kliknite sem www.konzultacie.eu a dozviete sa ako. V prípade, že si neželáte odoberať uvedené informácie, kliknite na tento odkaz.*“ Podľa správneho orgánu 1. stupňa išlo o šírenie elektronickou poštou bez predchádzajúceho súhlasu užívateľa - prijímateľa reklamy, čím došlo k porušeniu § 3 ods. 7 zákona o reklame.

V.

Argumentácia rozhodnutia žalovaného

Žalovaný rozhodnutím č. SK/0753/99/2012 zo dňa 05.03.2013 zamietol odvolanie žalobcu a potvrdil rozhodnutie správneho orgánu 1. stupňa č. R/0315/01/2012 zo dňa 26.09.2012. Argumentoval tým, že je zrejmé, že v predmetnom e-maily boli uvedené reklamné informácie, nakoľko žalobca v ňom prezentoval marketingové služby s priamym odkazom na svoju internetovú stránku. Poznamenal, že to, že je elektronická adresa verejne prístupná na internete ešte neznamená, že na ňu môže ktokoľvek bez súhlasu zasielať elektronickou poštou reklamu, tak ako to bolo v prípade žalobcu. K zamedzeniu výskytu obdobných prípadov slúži ustanovenie § 3 ods. 7 zákona o reklame, ktoré žalobca

preukázateľne porušil. Konstatoval, že skutkový stav bol spoľahlivo zistený a protiprávnosť konania žalobcu nepochybne preukázaná a preto nezistil v odvolacom konaní dôvod na zrušenie alebo zmenu rozhodnutia.

VI.

Právny názor NS SR

Najvyšší súd Slovenskej republiky ako súd odvolací (§ 10 ods. 2 O.s.p.) preskúmal rozsudok krajského súdu, ako aj konanie, ktoré mu predchádzalo a jednomyseľne (§ 3 ods. 9 zákona č. 757/2004 Z.z.) dospel k záveru, že odvolaniu žalobcu nemožno priznať úspech. Rozhodol bez nariadenia odvolacieho pojednávania podľa ustanovenia § 250ja ods. 2 O.s.p. s tým, že deň vyhlásenia rozsudku 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 26.10.2016 (§ 156 ods. 1 a ods. 3 O.s.p.).

Podľa § 2 ods. 1 písm. a/ zákona o reklame reklama je prezentácia produktov v každej podobe s cieľom uplatniť ich na trhu.

Podľa § 2 ods. 1 písm. b/ zákona o reklame produkt je tovar, služby, nehnuteľnosti, obchodné meno, ochranná známka, označenie pôvodu výrobkov a iné práva a záväzky súvisiace s podnikaním.

Podľa § 2 ods. 2 zákona o reklame reklamou nie je

- a) označenie sídla právnickej osoby, trvalého pobytu fyzickej osoby,
- b) označenie prevádzkarne alebo organizačnej zložky právnickej osoby alebo fyzickej osoby obchodným menom, ako aj označenie budov, pozemkov a iných nehnuteľných vecí alebo hnutel'nych vecí vo vlastníctve alebo v nájme týchto osôb,
- c) označenie listov a obálok obchodným menom alebo ochrannou známkou,
- d) označenie produktov alebo ich obalov údajmi, ktoré sa musia na nich uvádzať podľa osobitného predpisu,
- e) zverejnenie výročnej správy o hospodárení, účtovnej závierky, auditu podniku alebo iných informácií o podniku, ak povinnosť ich zverejnenia vyplýva z osobitného predpisu.

Podľa § 3 ods. 7 zákona o reklame reklama sa nesmie šíriť automatickým telefonickým volacím systémom, telefaxom a elektronickou poštou bez predchádzajúceho súhlasu ich užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy.

Podľa § 11 ods. 3 písm. c/ zákona o reklame okrem opatrení podľa odsekov 1 a 2 orgán dozoru uloží pokutu do 2 000 000 Sk šíriteľovi reklamy za porušenie všeobecných požiadaviek na reklamu podľa § 3 ods. 1 a 3, ods. 5 okrem písmen d) a e), ods. 7 až 9 a požiadaviek na reklamu niektorých produktov podľa § 5 až 7, § 8 ods. 4 a § 9 a držiteľovi rozhodnutia o registrácii lieku, ktorá je predmetom reklamy, za porušenie ustanovení § 8 ods. 11,15,16,19 až 22 a 24.

Podľa § 62 ods. 2 zákona č. 351/2001 Z.z. na účely priameho marketingu je dovolené volanie alebo používanie automatických volacích a komunikačných systémov bez ľudského zásahu, telefaxu, elektronickej pošty vrátane služby krátkych správ účastníkovi alebo užívateľovi len s jeho predchádzajúcim súhlasom, pričom tento súhlas musí byť preukázateľný. Udelený súhlas možno kedykoľvek odvolať.

Podľa § 62 ods. 3 zákona č. 351/2011 Z.z. o elektronických komunikáciách predchádzajúci súhlas príjemcu elektronickej pošty podľa odseku 2 sa nevyžaduje, ak ide o priamy marketing vlastných podobných tovarov a služieb osoby, ktorého kontaktné informácie na doručenie elektronickej pošty tá istá osoba získala v súvislosti s predajom tovaru alebo služieb a v súlade s týmto zákonom alebo s osobitným predpisom. Príjemcovi elektronickej pošty sa musí poskytnúť možnosť jednoducho a bezplatne kedykoľvek odmietnuť také používanie kontaktných informácií v čase ich získavania a pri každej doručenej správe, ak také použitie predtým neodmietol. Je zakázané zasielanie elektronickej pošty, z ktorej nie je známa totožnosť a adresa odosielateľa, na ktorú môže príjemca zaslať žiadosť o skončenie zasielania takých správ, a nabádanie k návšteve webového sídla v rozpore s osobitným predpisom.

Podľa § 62 ods. 4 zákona č. 351/2011 Z.z. elektronických komunikáciách, odsek 2 sa vzťahuje na účastníkov a užívateľov, ktorí sú fyzickými osobami.

V predmetnej veci je potrebné predostrieť, že predmetom odvolacieho konania bolo rozhodnutie krajského súdu, ktorým bola zamietnutá žaloba žalobcu o preskúmanie napadnutého rozhodnutia žalovaného č. SK/0753/99/2012 zo dňa 05.03.2013, ktorým žalovaný zamietol odvolanie žalobcu a potvrdil napadnuté rozhodnutie správneho orgánu 1. stupňa o uložení pokuty žalobcovi za porušenie zákazu podľa § 3 ods. 7 zákona o reklame.

Preto primáme v medziach odvolania Najvyšší súd Slovenskej republiky ako súd odvolací preskúmal rozsudok krajského súdu ako aj konanie, ktoré mu predchádzalo, pričom v rámci odvolacieho konania skúmal aj napadnuté rozhodnutie žalovaného, najmä z toho pohľadu, či sa krajský súd vysporiadal so všetkými námietkami žalobcu uplatnenými v žalobe a z takto vymedzeného rozsahu či správne posúdil zákonnosť a správnosť napadnutého rozhodnutia.

Najvyšší súd Slovenskej republiky dospel k záveru, že krajský súd sa zaoberal všetkými námietkami žalobcu a pokiaľ dospel k záveru, že skutkový stav veci bol v správnom konaní spoľahlivo zistený a postup ako aj rozhodnutia správnych orgánov v oboch stupňoch považoval za vydané v súlade so zákonom, bolo potrebné rozhodnutie súdu, ktorý zamietol žalobu žalobcu, považovať za správne. V postupe krajského súdu nezistil odvolací súd žiadne pochybenie.

Odvolací súd sa stotožňuje so záverom správnych orgánov, že v predmetnej veci išlo o reklamu. V súvislosti s tým poukazuje odvolací súd na to, že e-mail, ktorý bol žalobcom odoslaný na adresu vbd.ba@vbd.sk dňa 13.02.2012, 03.03.2012 a 13.03.2012, obsahoval odkaz na webovú stránku klienta žalobcu spolu s textom, v ktorom prezentoval činnosť svojho klienta a ponúkané služby. Ai keď v texte e-mailu nie je výslovne uvedený produkt v zmysle zákona o reklame, obsah e-mailu má za cieľ upútať konkrétneho adresáta v súvislosti s možnosťou zlepšenia jeho hospodárskeho výsledku v podnikaní a to spolu s odkazom na konkrétnu internetovú stránku

Odvolací súd považuje za správny názor krajského súdu, že „...*formulácia textu bola potenciálne schopná ovplyvniť ekonomické správanie sa adresáta a propagačnou technikou formulovania textu dokázala efektívne ovplyvniť jeho rozhodovanie bez toho, aby bol priamo schopný uvedomiť si reklamné pôsobenie obsahu predmetnej e-mailovej správy.*“

Napriek tomu, že text e-mailu z formálnej stránky nevyvoláva dojem, že sa jedná o reklamu, je potrebné skúmať aj úmysel žalobcu, ktorý ako reklamná agentúra má záujem o odprezentovanie svojho klienta s cieľom získať nových klientov, či obchodných partnerov a dosiahnuť s tým súvisiaci zisk, čo jednoznačne možno považovať za zmysel a cieľ reklamy.

V zmysle dôvodovej správy k zákonu o reklame: *„Pojem reklamy sa zužuje len na prezentáciu produktov podnikania. Prezentáciou produktov podnikania sa rozumie akákoľvek forma predvedenia, predstavenia, či priblíženia produktov podnikania so zámerom upútania pozornosti potenciálnych spotrebiteľov. Za produkt sa považujú všetky výsledky podnikateľskej činnosti, ale aj práva a záväzky nehmotnej povahy súvisiace s podnikateľskou činnosťou.“*

Odvolačný súd má rovnako ako krajský súd za to, že konanie žalobcu možno označiť za pokus o obchádzanie zákona. Žalobca v texte e-mailu neuviedol konkrétny produkt podľa zákona o reklame a týmto konaním sa snažil obísť zákon. Konanie „in fraudem legis“ predstavuje postup, kedy sa niekto správa podľa práva, ale tak, aby zámerne dosiahol výsledok právnu normou nepredvídaný a nežiaduci. Obchádzanie zákona obsahom alebo účelom urobeného právneho úkonu spravidla znamená, že právny úkon neodporuje síce výslovnému zneniu ustanovenia, avšak svojimi dôsledkami sleduje ten cieľ, aby zákon dodržaný nebol.

Odvolačný súd poznamenáva, že obsah zákonnej právnej normy nemôže byť interpretovaný izolovane, mimo zmyslu a účelu zákona, cieľa právnej regulácie, ktorý zákon sleduje. Požiadavka na ústavnú konformnú aplikáciu a výklad zákona je podmienkou zákonnosti rozhodnutia ako individuálneho správneho aktu. Z dôvodovej správy k zákonu o reklame vyplýva:

„Na šírenie reklamy určitými médiami, napríklad automatickým telefónnym volacím systémom, telefaxom a elektronickou poštou, tzv. e-mailom, je potrebný predchádzajúci súhlas ich užívateľov. Má sa tým predísť neprimeranému obťažovaniu a zásahu do súkromia alebo do majetkových práv adresátov reklamy“

Konanie žalobcu je v rozpore s týmto úmyslom zákonodarcu. Podľa predmetného e-mailu môžu byť na e-mail sťažovateľa zasielané predmetné informácie s tým, že on sám má

byť tým aktívnym, ktorý, pokiaľ so zasielaním nebude súhlasiť, môže o tom informovať zasielajúceho. Dotknuté zákonné ustanovenie však výslovne požaduje súhlas užívateľa e-mailu daný vopred, t. j. najprv má širiteľ reklamy súhlas vyžiadať a až po obdržaní výslovného súhlasu, môže týmto spôsobom reklamu šíriť. O tom, že reklamu zo strany žalobcu považoval sťažovateľ za obťažovanie, svedčí i skutočnosť, že v predmetnej veci išlo o šetrenie podnetu.

V súvislosti s namietaným nedostatočným odôvodnením rozhodnutia správneho orgánu je potrebné uviesť, že nie je nevyhnutné, aby sa správny orgán zaoberal každou vznesenou námietkou, avšak musí byť z neho zrejmé, na základe čoho dospel k právnenému záveru vo svojom rozhodnutí. Z napadnutého rozhodnutia žalovaného uvedené vyplýva. Odvolací súd sa preto stotožňuje s názorom krajského súdu, že z o odôvodnenia rozhodnutia žalovaného, aj keď stručného je zrejmé čo považoval správny orgán za právne relevantné podklady pre svoje rozhodnutie, ako ich posúdil a na základe čoho dospel k svojmu právnenému záveru.

V tejto súvislosti odvolací súd poukazuje na rozhodnutie Najvyššieho súdu Slovenskej republiky sp. zn. 5Sžp/3/2011 zo dňa 15. decembra 2011: *„Odôvodnenie rozhodnutia správneho orgánu je jeho obsahovou náležitosťou, ktorá plní viacero funkcií. Jednak má presvedčiť účastníkov o správnosti postupu správneho orgánu a jednak o zákonnosti jeho rozhodnutia. Hodnotenie dôkazov je v rámci územného konania ovládané zásadou voľného hodnotenia dôkazov ako procesu, pri ktorom na základe logických úsudkov a zvážení všetkých dôkazov dochádza k vydaniu meritórneho rozhodnutia, a preto skutočnosti, ku ktorým správny orgán dospel na základe voľnej úvahy, treba v rozhodnutí dostatočne odôvodniť, aby bolo zrejmé, čo bolo podkladom rozhodnutia, ako sa zhodnotili vykonané dôkazy (aj odôvodnenie prečo sa niektoré nevykonali) ako aj hodnotenie týchto dôkazov. V tejto svojej povinnosti je správny orgán limitovaný len všeobecnými vymedzeniami zákonných podmienok, ktoré predstavujú hranicu voľnej úvahy. Pre súd je potom v súlade s ustanovením § 245 ods. 2 O. s.p. rozhodujúce, či také rozhodnutie vydané na základe zákonom povolenej úvahy nevybočilo z medzí a hľadísk ustanovených zákonom, pričom neposudzuje účelnosť a vhodnosť správneho rozhodnutia.“*

Odvolací súd zdôrazňuje, že žalobca nevyvrátil žiadnym hodnoverným spôsobom skutočnosti a skutkový stav, ktorý bol zistený správnymi orgánmi, a s ktorými sa stotožnil aj

krajský súd, a preto za takýchto skutkových okolností napadnuté rozhodnutie žalovaného je i podľa názoru odvolacieho súdu vydané na základe riadne a dostatočne zisteného skutkového stavu veci. Preto ak krajský súd dospel k záveru, že skutkový stav veci bol v správnom konaní spoľahlivo zistený a postup ako aj rozhodnutia správnych orgánov v oboch stupňoch považoval za vydané v súlade so zákonom, bolo potrebné rozhodnutie súdu, ktorý zamietol žalobu žalobcu, považovať za správne.

Z uvedených dôvodov Najvyšší súd Slovenskej republiky odvolaniu žalobcu nevyhovel a s prihliadnutím na všetky individuálne okolnosti daného prípadu rozsudok krajského súdu ako vecne správny podľa § 219 ods. 1 a 2 O.s.p. potvrdil

O trovách odvolacieho konania rozhodol odvolací súd podľa § 224 ods. 1 O.s.p. v spojení s § 246c O.s.p. a § 250k ods. 1 O.s.p. tak, že žalobcovi vzhľadom na jeho neúspech v konaní náhradu trov odvolacieho konania nepriznal. Žalovanému zákon priznanie trov konania neumožňuje.

S poukazom na ustanovenie § 492 ods. 2 zákona č. 162/2015 Z. z. Správny súdny poriadok postupoval odvolací súd v konaní podľa predpisov účinných do 30.06.2016 (zákona č. 99/1963 Zb. Občiansky súdny poriadok).

P o u č e n i e : Proti tomuto rozsudku nie je prípustný opravný prostriedok.

V Bratislave 26. októbra 2016



JUDr. Elena Berthotyová, PhD., v. r.
predsedníčka senátu

Za správnosť vyhotovenia:

Andrea Jánošíková