



ROZSUDOK V MENE SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Krajský súd v Bratislave v senáte zloženom z predsedu senátu Mgr. Viliama Pohančeníka a členov senátu JUDr. Mariána Trenčana a JUDr. Vlastimila Pavlikovského, v právnej veci žalobcu: **Speakers, s.r.o.**, IČO: 44 279 621, Hviezdna 38, 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 postupu a rozhodnutia žalovaného č.: **SK/0753/99/2012 zo dňa 05.03.2013**, takto

r o z h o d o l :

Krajský súd v Bratislave žalobu z a m i e t a .

Účastníkom sa právo na náhradu trov konania nepriznáva.

O d ô v o d n e n i e

Žalobou napadnutým rozhodnutím žalovaný zamietol odvolanie žalobcu a potvrdil rozhodnutie vydané v prvom stupni Inšpektorátom Slovenskej obchodnej inšpekcie so sídlom v Bratislave pre Bratislavský kraj č. R/0315/01/2012 zo dňa 26.09.2012, ktorým prvostupňový správny orgán uložil žalobcovi podľa § 11 ods. 3 písm. c/ zákona č. 147/2001 Z.z. o reklame v znení neskorších predpisov (ďalej aj ako „zákon o reklame“) pre porušenie zákazu šíriť reklamu elektronickou poštou bez predchádzajúceho súhlasu jej užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy - 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 nevyžiadaná reklama (s reklamou informačnou ponukou služieb marketingu) bez predchádzajúceho súhlasu užívateľa - prijímateľa reklamy, čím došlo k porušeniu § 3 ods. 7 zákona o reklame.

Žalobca považoval rozhodnutia správnych orgánov za nezákonné, žiadal ich zrušiť a vec vrátiť žalovanému na ďalšie konanie.

Žalobca uviedol, že komunikácia bola zasielaná e-mailom na základe zákona č. 351/2011 Z.z. o elektronických komunikáciách, pričom príjemca bol právnickou osobou

a v zmysle § 62 ods. 4 uvedeného zákona musí byť súhlas daný jedine v prípade, ak je príjemcom fyzická osoba. Namietal, že predmetná komunikácia nespĺňala definíciu reklamy poukazujúcu na § 2 ods. 1 zákona o reklame. V komunikácii nebol prezentovaný žiaden produkt, teda ani služba s konkrétnymi znakmi podľa zákonnej definície, a preto zasielanú komunikáciu nie je možné považovať za reklamu. Z obsahu e-mailu vyplýva, že sa nejednalo o prezentáciu žiadnych konkrétnych produktov (tovaru alebo služieb).

Podľa žalobcu sa žalovaný riadne nezaoberal konkrétnym obsahom predmetného e-mailu a nevysporiadal sa s námietkami žalobcu uvedenými v odvolaní, že sa nejednalo o reklamu. Rozhodnutie žalovaného je preto nepreskúmateľné pre nedostatok dôvodov.

V ďalšom poukázal na ustanovenia § 3 ods. 3 a 4, § 32 ods. 1, §§ 34 a § 46 správneho poriadku, pričom poznamenal, že správne orgány sa dopustili porušenia týchto ustanovení zákona. V čom spočívajú uvedené porušenia ustanovení správneho poriadku však žalobca nevysvetlil.

Žalovaný sa k žalobe vyjadril podaním doručeným súdu dňa 17.06.2013, zotrval na svojom právnom názore, žalobu považoval za nedôvodnú a žiadal ju zamietnuť.

Uviedol, že inšpektori prvostupňového správneho orgánu vykonali dňa 19.07.2012 kontrolu na základe podnetu č. 1221/2012 a kontrolou bolo zistené, že z e-mailovej adresy info@konsultacie.eu bola dňa 13.02.2012, 03.03.2012 a 13.03.2012 zaslaná nevyžiadaná reklama s ponukou služieb marketingu na adresu vbd.ba@vbd.sk. Žalobca nepredložil správne orgánu doklad o súhlase užívateľa uvedenej e-mailovej adresy na prijatie predmetnej reklamy. Žalovaný nesúhlasil s tvrdením žalobcu, že rozhodnutie je nezákonné z dôvodu nesprávneho právneho posúdenia veci. V predmetnom e-maile boli uvedené reklamné informácie s priamym odkazom na internetovú stránku poskytujúcu marketingové služby, pričom zákon o reklame zakazuje šírenie reklamy elektronickou poštou bez predchádzajúceho súhlasu jej užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy. Uvedenú povinnosť viaže predmetný zákon priamo na širiteľa reklamy, ktorý je povinný kontrolnému orgánu predložiť preukázateľný súhlas takýchto osôb. Žalobca plne zodpovedá za zistený skutkový stav v čase kontroly, pričom svoje rozhodnutia správne orgány rozhodujúce v oboch stupňoch dostatočne a zrozumiteľne odôvodnili.

Krajský súd v Bratislave ako súd vecne a miestne príslušný na konanie vo veci podľa § 244 a nasl. O.s.p. preskúmal napadnuté rozhodnutie žalovaného v rozsahu dôvodov uvedených v žalobe (§ 249 ods. 2 O.s.p.), ako aj konanie, ktoré mu predchádzalo a dospel k záveru, že žalobu je potrebné zamietnuť podľa § 250j ods. 1 O.s.p., pretože rozhodnutie a postup žalovaného boli z hľadiska vymedzenia žaloby v súlade so zákonom.

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.

Pri preskúvaní zákonnosti rozhodnutia súd skúma, či žalobou napadnuté rozhodnutie je v súlade správnym poriadkom Slovenskej republiky, t.j. najmä s hmotnými a procesnými administratívnymi predpismi.

Súd v intenciách § 244 ods. 1 O.s.p. musí preskúmať aj zákonnosť postupu správneho orgánu. Postupom správneho orgánu sa vo všeobecnosti rozumie aktívna činnosť správneho orgánu podľa procesných a hmotnoprávných noriem, ktorou realizuje právomoc stanovenú

zákonmi. V zákonom predpísanom postupe je správny orgán oprávnený, ale súčasne aj povinný vykonať úkony v priebehu konania a konanie musí ukončiť vydaním rozhodnutia, ktoré má zákonom predpísané náležitosti, ak sa na také konanie vzťahuje zákon o správnom konaní.

Z pripojeného administratívneho spisu súd zistil, že obchodná spoločnosť Vietor Business Data s.r.o., užívateľ e-mailovej adresy vbd.ba@vbd.sk zaslala správne orgánu podnet na prešetrenie dodržiavania zákona o reklame zo strany žalobcu. Správny orgán pri kontrole zistil, že v dňoch 13.02.2012, 03.03.2012 a 13.03.2012 bola z e-mailovej adresy žalobcu vyššie uvedenému užívateľovi e-mailovej adresy vbd.ba@vbd.sk zasielaná e-mailová správa s obsahom: „Nie je umenie vyrobiť, ale predáť. Predávate dostatočne? Predaju predchádza marketing. Vzbudzuje záujem. Naše skúsenosti hovoria, že 8 z 10 - tých 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.konsultacie.eu a dozviete sa ako. V prípade, že si neželáte odoberať uvedené informácie, kliknite na tento odkaz.“

Dňa 26.09.2012 prvostupňový správny orgán vydal rozhodnutie, ktorým žalobcovi uložil pre porušenie § 3 ods. 7 zákona o reklame pokutu vo výške 500 eur. Proti tomuto rozhodnutiu podal žalobca odvolanie, o ktorom rozhodol žalovaný žalobou napadnutým rozhodnutím zo dňa 05.03.2013 tak, že odvolanie zamietol a prvostupňové rozhodnutie potvrdil. V odôvodnení rozhodnutia žalovaného sa uvádza, že je zrejmé, že v predmetnom e-maili boli uvedené reklamné informácie, nakoľko žalobca v ňom prezentuje marketingové služby s priamym odkazom na internetovú stránku. V zmysle § 2 ods. 1 písm. a/ zákona o reklame reklamou je prezentácia produktov v každej podobe s cieľom uplatniť ich na trhu a za produkt je považovaná aj služba. Žalovaný zdôraznil, že zákon o reklame zakazuje šírenie reklamy elektronickou poštou bez predchádzajúceho súhlasu jej užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy, z čoho vyplýva, že uvedenú povinnosť viaže predmetný zákon priamo na širiteľa reklamy, ktorý je povinný kontrolnému orgánu predložiť preukázateľný súhlas osôb, ktorým v elektronickej podobe zasiela reklamu v rámci svojej podnikateľskej činnosti. K zasielaniu akejkoľvek reklamy zo strany účastníka konania malo dôjsť až v prípade získania preukázateľného súhlasu týchto spotrebiteľov na zasielanie reklamy v elektronickej podobe. To, že je elektronická adresa verejne prístupná na internete neznamena, že na ňu môže ktokoľvek bez súhlasu zasielať elektronickou poštou reklamu tak, ako tomu bolo v danom prípade.

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

- označenie sídla právnickej osoby, trvalého pobytu fyzickej osoby, označenie prevádzkarne alebo organizačnej zložky právnickej osoby alebo fyzickej osoby obchodným menom, ako aj označenie budov, pozemkov a iných nehnuteľných vecí alebo hnutel'ných vecí vo vlastníctve alebo v nájme týchto osôb,
- označenie listov a obálok obchodným menom alebo ochrannou známkou,
- označenie produktov alebo ich obalov údajmi, ktoré sa musia na nich uvádzať podľa

osobitného predpisu,

d) 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 širiteľovi 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. 351/2001 Z.z. 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. 351/2001 Z.z. odsek 2 sa vzťahuje na účastníkov a užívateľov, ktorí sú fyzickými osobami.

Zákon o reklame ustanovuje všeobecné požiadavky na reklamu, požiadavky na reklamu niektorých produktov, ochranu spotrebiteľov a podnikateľov pred účinkami klamlivej reklamy a neprípustnej porovnávacej reklamy a reklamy, ktorá je nekalou obchodnou praktikou, a pôsobnosť orgánov štátnej správy pri výkone dozoru nad dodržiavaním tohto zákona.

Pokiaľ ide o namietanú nepreskúmateľnosť rozhodnutia žalovaného pre nedostatok dôvodov, súd sa mohol stotožniť so žalobcom 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 zrejmé, 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-mailly 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. Pri akomkoľvek rozhodnutí totiž možno polemizovať o jeho odbornej úrovni, či správny orgán mohol svoje argumenty vysvetliť podrobnejšie, alebo sa precíznejšie vysporiadať s tvrdeniami účastníka konania, ktoré možno považovať za právne významné. 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 zrejmé, čo bolo podkladom rozhodnutia a ako sa vyhodnotili vykonané dôkazy. V tejto svojej povinnosti je správny orgán limitovaný len všeobecnými vymedzeniami zákonných podmienok, ktoré predstavujú hranicu voľnej úvahy. 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.

V súdnej veci po preskúmaní administratívneho spisu, predovšetkým obsahu e-mailov zasielaných žalobcom, ktoré boli podkladom pre rozhodnutie správnych orgánov, súd dospel k záveru prisvedčujúcemu tvrdeniu žalovaného, že v danom prípade išlo o reklamu.

1 keď na prvý pohľad sa v texte e-mailu neuvádzala výslovná zmienka o produkte tak, ako ich definuje zákon o reklame (§ 2 ods. 1 písm. b/), nebol spomenutý tovar, služby, nehnuteľnosti, obchodné meno, ochranná známka, označenie pôvodu výrobkov a iné práva a záväzky súvisiace s podnikaním, takým spôsobom, že by bolo zrejmé, že ide o reklamu definovanú v § 2 ods. 1 písm. a/ zákona 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 a 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.

Vo všeobecnosti je reklamou publikovanie, podpora a komunikácia informácií alebo názorov o produkte (tovar, služba, organizácia...) so zameraním na potenciálny trh. 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 (tieto sú v zákone vymenované len príkladom), neporušil žalobca zákon o reklame len zdanlivo. Súd skúmal logiku a zmysel žalobcovho konania, pričom jeho konanie možno označiť ako pokus o obchádzanie zákona, ktorý sa však bez

pochýb prieči úmyslu zákonodarcu zakázať šírenie reklamy (elektronickou poštou) bez predchádzajúceho súhlasu jej užívateľa, ktorý je príjemcom reklamy.

Nesprávne právne posúdenie veci môže spočívať v tom, že správny orgán správne použitý právny predpis nesprávne interpretoval alebo že na správne zistený skutkový stav veci aplikoval nesprávny právny predpis, teda že subsumoval skutkový stav pod normu hmotného práva alebo procesného práva, ktorá v hypotéze nemá také predpoklady, aké vyplývajú zo zisteného skutkového stavu. V prejednávanej veci 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.

O náhrade trov konania súd rozhodol podľa § 250k ods. 1 O.s.p. tak, že účastníkom právo na ich náhradu nepriznal, keďže žalobca vo veci nebol úspešný a žalovaný, ktorý si náhradu trov ani neuplatnil, podľa ustálenej judikatúry v takomto prípade nemá právo na náhradu trov konania.

Toto rozhodnutie senát Krajského súdu v Bratislave prijal pomerom hlasov 2 : 1 (§ 3 ods. 9 zákona č. 757/2004 Z.z. v znení zákona č. 33/2011 Z.z.).

P o u č e n i e : Proti tomuto rozsudku možno podať odvolanie do 15 dní odo dňa doručenia rozsudku, na Krajskom súde v Bratislave.

V odvolaní sa má popri všeobecných náležitostiach (§ 42 ods. 3 O.s.p.) 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.

V Bratislave, dňa 25.02.2015



Mgr. Viliam Pohančeník
predseda senátu

Za správnosť vyhotovenia: Korcová