KUJMP0167MDN

KRAJSKÝ ÚŘAD JIHOMORAVSKÉHO KRAJE

Odbor správní a Krajský živnostenský úřad
Žerotínovo náměstí 3, 601 82 Brno

VYPRAVENO DNE - 4 -07- 2016

Č. j.: JMK 100154/2016 Sp. zn.: S - JMK 85937/2016 OSPŽ/LMi Brno 29.06.2016

ROZHODNUTÍ

Krajský úřad Jihomoravského kraje, odbor správní a Krajský živnostenský úřad, příslušný orgán dozoru dle ustanovení § 7 písm. i) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, v platném znění (dále jen „zákon o regulaci reklamy" nebo „ZRR")

rozhodl takto:

I. Podle ustanovení § 8a odst. 7 písm. b) zákona o regulaci reklamy se podnikateli – právnické osobě [redacted] se sídlem [redacted] IČO [redacted] zastoupenému na základě plné moci ze dne 28.04.2016 advokátkou [redacted] se sídlem [redacted] (dále jen „podnikatel" nebo „účastník řízení"), **ukládá pokuta** ve výši **50.000 Kč** (slovy: padesát tisíc korun českých) za spáchání správního deliktu dle § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy, neboť porušil podmínky pro obsah reklamy stanovené v ust. § 2 odst. 3 tohoto zákona tím, že v postavení zadavatele zpracoval reklamu ve formě oboustranného letáku formátu A6, který byl v množství 213 689 kusů veřejně šířen ve městech Brno, Přerov a Olomouc, a to i vhazováním do poštovních schránek občanů, minimálně ve dnech 22. a 23.02.2016. Tato reklama obsahovala vyobrazené téměř nahé ženské tělo, nemající jakoukoliv souvislost s propagovanou zastavárenskou činností, což je obecně v rozporu s dobrými mravy, konkrétně pak diskriminační vůči ženskému pohlaví a snižující lidskou důstojnost.

Pokuta je splatná do 15 dnů od nabytí právní moci tohoto rozhodnutí na účet Jihomoravského kraje, č. ú. 27-7188260227/0100, variabilní symbol 1122123016, specifický symbol 26916282, vedený u Komerční banky Brno-město.

II. Podle ustanovení § 79 odst. 5 zákona č. 500/2004 Sb., správní řád, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád") se účastníku řízení **ukládá povinnost nahradit náklady řízení** paušální částkou ve výši **1.000 Kč** (slovy: jeden tisíc korun českých) stanovené § 6 odst. 1 vyhlášky č. 520/2005 Sb., o rozsahu hotových výdajů a ušlého výdělku, které správní orgán hradí jiným osobám, a o výši paušální částky nákladů řízení.

Náklady řízení jsou splatné do 15 dnů od nabytí právní moci této výrokové části rozhodnutí na účet Jihomoravského kraje, č. ú. 27-7188260227/0100, variabilní symbol 1122123026, specifický symbol 26916282, vedený u Komerční banky Brno-město.

Odůvodnění:

K výroku I:

Krajský úřad Jihomoravského kraje, odbor správní a Krajský živnostenský úřad (dále jen „Krajský živnostenský úřad" nebo „správní orgán") jako orgán příslušný k výkonu dozoru dle § 7 písm. i) zákona o regulaci reklamy, zahájil dne 21.03.2016 kontrolu podnikatele zaměřenou na dodržování povinností vyplývajících ze zákona o regulaci reklamy. Tato kontrola byla zahájena na podkladě podnětu občana (evidovaného dne 03.03.2016 pod čj. JMK 36557/2016 na podatelně Krajského úřadu Jihomoravského kraje), který se obrátil na Českou obchodní inspekci, Inspektorát Jihomoravský a Zlínský s požadavkem prověření vhodnosti použité reklamy účastníka řízení, obsažené v jeho reklamních letácích na zastavárnu [redacted]. Z důvodu věcné a místní příslušnosti dle sídla společnosti byl podnět postoupen na Krajský živnostenský úřad.

V průběhu kontroly Krajský živnostenský úřad obdržel přípis od právního zástupce podnikatele ve věci *Oznámení o převzetí právního zastoupení* ze dne 03.05.2016, čj. JMK 67158/2016, s přiloženou plnou mocí k zastupování a následně *Sdělení* ze dne 09.05.2016 s údaji o zadavateli a zpracovateli posuzované reklamy. Kontrolní zjištění bylo shrnuto protokolem č. 7/16, čj. JMK 69983/2016 ze dne 09.05.2016, s příslušnými přílohami. Z protokolu a jeho příloh vyplynulo, že reklamní letáky byly zpracovány účastníkem řízení, jenž byl dle ust. § 1 odst. 6 zákona o regulaci reklamy zároveň v postavení zadavatele, a že podnikatel sám rovněž šířil následně blíže specifikované letáky vhazováním do poštovních schránek občanů a byly tak dostupné široké veřejnosti.

Po provedené kontrole obdržel správní orgán dne 25.05.2016 přípis ve věci *Námitky proti kontrolnímu zjištění dle protokolu o kontrole č. 7/16*, podané v zákonné 15 denní lhůtě a zaevidované pod čj. JMK 80392/2016. Následně správní orgán zaslal podnikateli (kontrolované osobě) přípis ve věci *Předání námitek proti kontrolním zjištěním uvedeným v protokolu o kontrole č. 7/16 k vyřízení v rámci navazujícího správního řízení* (čj. JMK 82630/2016 ze dne 31.05.2016), kterým ho informoval o tom, že námitky budou vypořádány v navazujícím správním řízení, což se nyní děje, a to následovně.

Účastník řízení (kontrolovaná osoba) především namítá, že není v žádném obecně závazném právním předpise upraveno, že musí mít reklama souvislost s propagovanou činností neboli předmětem podnikání. K tomu správní orgán uvádí, že předmětné ustanovení § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy (k usnadnění rozhodovací praxe) **obsahuje pouze demonstrativní výčet nejpravděpodobnějších prvků odporujících pojmu dobré mravy**. Rozpor s dobrými mravy lze proto shledat i ve skutečnosti, kterou § 2 odst. 3 výslovně neuvádí.

Dále se podnikatel (kontrolovaná osoba) neztotožňuje s tím, že je na obraz ženského těla pohlíženo jako na pouhý sexuální objekt a namítá, že se jedná o pořízení podobizny ženy s jejím souhlasem, tedy autorské dílo. K tomu správní orgán odkazuje na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 15.10.2013, čj. 1 AS 46/2013-44, dle něhož ***dobrovolnost účasti v reklamě nemá vliv na posouzení snížení lidské důstojnosti v důsledku této účasti***. Jinými slovy, souhlas dotčené dívky s prezentací svého téměř nahého těla na reklamních letáčcích propagujících zastavárenskou činnost nemá pro posouzení reklamy, zda je či není v rozporu s dobrými mravy, žádný vliv.

Po ukončení kontroly zahájil Krajský živnostenský úřad dne 08.06.2016 předmětné správní řízení, a to doručením písemnosti ve věci *Oznámení o zahájení správního řízení* čj. JMK 85937/2016 ze dne 07.06.2016 do datové schránky právního zástupce účastníka řízení. Před vydáním rozhodnutí byl podnikatel vyrozuměn, v souladu s § 36 odst. 3 správního řádu, o možnosti vyjádřit se k podkladům rozhodnutí, a to přípisem čj. JMK 90984/2016 ze dne 13.06.2016, který mu byl doručen dne 14.06.2016. Této možnosti účastník řízení nevyužil, a proto přistoupil správní orgán k vydání rozhodnutí ve věci.

V průběhu daného řízení správní orgán shromáždil dostatečné informace a podklady, aby dospěl k závěru, že podnikatel v postavení zadavatele zpracoval reklamu na podporu své podnikatelské činnosti (zastavárenské činnosti), a to ve formě reklamního oboustranného letáku formátu A6 s textem ZASTAVÁRNA [redacted], čímž naplnil znaky reklamy. Tato reklama je v rozporu s dobrými mravy, zejména obsahuje diskriminaci z důvodu pohlaví a snižuje lidskou důstojnost.

Správní orgán opírá své rozhodnutí o následující citovaná ustavení zákona o regulaci reklamy a Kodexu reklamy:

Dle § 1 odst. 2 ZRR se **reklamou** *rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii,* ***mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží,*** *výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není dále stanoveno jinak.*

Dle § 1 odst. 3 ZRR se **komunikačními médii**, kterými je reklama šířena, *rozumí* ***prostředky umožňující přenášení reklamy****, zejména periodický tisk a neperiodické publikace, rozhlasové a televizní vysílání, audiovizuální mediální služby na vyžádání, audiovizuální produkce, počítavé sítě, nosiče audiovizuálních děl, plakáty a* ***letáky****.*

Dle § 1 odst. 6 ZRR je ***zpracovatelem reklamy*** *pro účely tohoto zákona* ***právnická*** *nebo fyzická* ***osoba,*** *která* ***pro sebe*** *nebo pro jinou právnickou nebo fyzickou osobu* ***zpracovala reklamu****. Pokud* ***zpracovatel zpracuje reklamu pro sebe, je*** *pro účely tohoto zákona* ***zároveň v postavení zadavatele****.*

Dle § 2 odst. 3 ZRR *reklama* ***nesmí být v rozporu s dobrými mravy****, zejména* ***nesmí obsahovat jakoukoliv diskriminaci z důvodů*** *rasy,* ***pohlaví*** *nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní cítění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost,* ***snižovat lidskou důstojnost,*** *obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivy strachu. Reklama nesmí napadat politické přesvědčení.*

Dle § 8a odst. 3 písm. d) ZRR *se* ***právnická*** *nebo podnikající fyzická* ***osoba jako zpracovatel dopustí správního deliktu tím, že poruší podmínky stanovené pro obsah reklamy podle § 2 odst. 3*** *nebo ...*

Dle § 8a odst. 7 písm. b) zákona o regulaci reklamy *se za správní delikt podle odstavce 3 uloží pokuta do 2 000 000 Kč, jde-li o správní delikt podle* ***odstavce 3 písm.*** *a), c),* ***d),*** *e), g), h) nebo i).*

Dle Kodexu reklamy 2013, kapitola II odst. 1.1., *reklama nesmí obsahovat tvrzení a vizuální prezentace, které by porušovaly hrubým způsobem normy slušnosti a mravnosti obecně přijímané těmi, u nichž je pravděpodobné, že je reklama zasáhne. Zejména prezentace lidského těla musí být uskutečňována s plným zvážením jejího dopadu na všechny typy čtenářů a diváků. Porušení Kodexu budou posuzována s ohledem na celkový kontext, vztah reklamy k produktu, zvolenou cílovou skupinou a použitá média.*

Dle Kodexu reklamy 2013, kapitola II odst. 1.2. ***reklama nesmí zejména obsahovat prvky snižující lidskou důstojnost.***

Z výše uvedeného je zřejmé, že reklamní sdělení podnikatele formou oboustranných reklamních letáků, dále níže specifikované, naplňují obecné znaky reklamy, jelikož jejich účelem bylo především nalákat, se zaměřením zejména na spotřebitele mužského pohlaví do provozoven ZASTAVÁRNY INDEX způsobem, který nemá žádnou souvislost s nabízeným zbožím. Cílem reklamních letáků byla jednoznačně podpora podnikatelské činnosti účastníka řízení, konkrétně podpora prodeje zastavárenského zboží.

Reklamní oboustranný leták formátu A6 „[redacted]", zpracovaný v období před 22.02.2016, obsahoval na jedné straně prezentaci zastavárenské činnosti (byly zde uvedeny kontaktní údaje provozoven, vyobrazeny věci, které jsou obvykle předmětem zastavárenské činnosti a další informace, jako např.: *sleva až 20 % na zlaté a stříbrné šperky a mobilní telefony; levné mobilní telefony, adresy zastaváren* apod.) Na druhé straně letáku byla užita fotografie mladé ženy v exteriéru stojící u automobilu, oblečená pouze do spodních kalhotek a dále v rohu letáku text [redacted] Reklamní leták byl veřejně distribuován ve dnech 22. a 23. 02.2016 ve městech Brno, Přerov a Olomouc v celkovém počtu 213 689 kusů. Vyobrazená žena na reklamním letáku slouží pouze k upoutání pozornosti k reklamě, tj. obraz ženského těla je omezen na pouhý sexuální objekt bez zjevné souvislosti s předmětem podnikatelské činnosti účastníka řízení, což snižuje lidskou důstojnost dané osoby. Podnikatel se tak dostal do rozporu s ust. § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy, tedy do rozporu s dobrými mravy.

Rozpor s dobrými mravy správní orgán shledává v reklamě jako celku, tedy jak reklama působí na spotřebitele, potažmo občany. Téměř nahá stojící dívka u automobilu s nápisem [redacted] celkově působí, u tohoto druhu činnosti (zastavárenská činnost), kde se ve většině případů běžně dávají do zástavy movité věci, jako že by se s dívkou mohlo nakládat jako s věcí, která může být rovněž předmětem zástavy, což bezpochyby snižuje její lidskou důstojnost. V tomto případě lidské tělo včetně způsobu celkové prezentace tak slouží pouze k přitažení pozornosti, žena je redukována na objekt, který je předmětem zájmu.

Správní orgán považuje dále za důležité, jak reklama jako celek působí na širokou veřejnost. Zároveň je třeba vzít v úvahu specifika dané formy reklamy; v tomto posuzovaném případě zvolil podnikatel jako komunikační médium letáky formátu A6, které byly hromadně distribuované do poštovních schránek občanů a dostupné širokému cílenému počtu osob, včetně dětí a mladistvých. Správní orgán konstatuje, že taková reklama pohoršuje osoby s běžným morálním cítěním, o čemž svědčí i fakt, že byl na Krajský živnostenský úřad zaslán podnět na zmíněnou reklamu.

Cílem a účelem každé reklamy je bezpochyby zaujmout a oslovit potencionální zákazníky – spotřebitele, dostat se do povědomí široké veřejnosti a rozpoutat zájem médií. Na druhou stranu však musí být reklama slušná, čestná a pravdivá. K informovanosti, jaká má být reklama, napomáhá *Kodex Reklamy* vydaný *Radou pro reklamu*, který slouží především k informování veřejnosti a ke splnění etických hledisek působení reklamy vyžadovaných občany České republiky.

Reklama je v rozporu s dobrými mravy mimo jiné také tehdy, pokud obsahuje jakoukoliv diskriminaci z důvodu pohlaví (§ 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy). Dle ustálené judikatury Evropského soudu pro

lidská práva se diskriminací rozumí rozdílné zacházení s osobami nacházejícími se ve srovnatelné situaci, které nemá objektivní a rozumné odůvodnění. Prezentace ženy v reklamě jako objektu redukuje lidské bytosti ženského rodu na sexuální, vizuální nebo „účelovou" hodnotu. Nerespektuje ženu jako lidskou bytost s vlastním myšlením a cítěním a v neposlední řadě s právem na tělesnou integritu. Taková reklama tedy může nabádat v krajním případě až k násilí a myšlence, že je žena lehce k mání, tak jako zastavárenské zboží. Mladá dívka je téměř nahá, bez souvislosti s nabízenými službami. Znázornění jejího těla (stojící u automobilu, jedna ruka na automobilu, druhá podél těla, nevinný pohled) naznačuje křehkost a submisivitu. Tím jsou posilovány základní stereotypy o vlastnostech a charakteru žen všeobecně a zobrazovanou ženu tak staví do degradující pozice. Takovou reklamu lze označit jako tzv. sexistickou reklamu. Sexismus je pojem právem nedefinovaný, avšak obecně ho lze definovat jako nerovné zacházení na základě pohlaví, tedy jako typ diskriminace, který se v reklamě projevuje, v tomto případě tím, že znevažuje ženu, která je v postavení pouhého sexuálního objektu.

Jak již několikrát správní orgán uváděl, snižování lidské důstojnosti a diskriminace pohlaví je zakotveno v § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy jako jeden z důvodů, který může založit rozpor reklamy s dobrými mravy.

S odkazem na výše uvedené je zřejmé, že účastník řízení naplnil skutkovou podstatu správního deliktu dle § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy. Účastník řízení provozuje podnikatelskou činnost v ČR již od roku 2004 a měl by tedy být znalý platných právních předpisů. S ohledem na tuto skutečnost mohl a měl předpokládat, že se má řídit rovněž určitými etickými zásadami, a že předmětnou reklamou mohou být porušovány i normy slušnosti a mravnosti. Zejména prezentace lidského těla musí být uskutečňována s plným zvážením jejího dopadu na všechny typy potencionálních diváků, tudíž i na děti či nezletilou mládež.

Jak je shora uvedeno, reklama, která obsahuje jakoukoliv diskriminaci z důvodu pohlaví a snižuje lidskou důstojnost, je v rozporu s dobrými mravy, a tudíž porušuje § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy. Zpracováním takové reklamy je naplněna skutková podstata správního deliktu dle § 8a odst. 3 písm. d) tohoto zákona, za nějž se dle § 8a odst. 7 písm. b) ZRR obligatorně uloží pokuta do 2.000.000 Kč.

Podklady pro rozhodnutí tvoří:

- Podnět občana týkající se předmětné reklamy, postoupený Českou obchodní inspekcí, Inspektorátem Jihomoravským a Zlínským, evidovaný pod čj. JMK 36557/2016 ze dne 03.03.2016.
- Oznámení o převzetí právního zastoupení, evidované pod čj. JMK 67158/2016 ze dne 03.05.2016.
- Protokol č. 07/16 o kontrole, čj. JMK 69983/2016 ze dne 09.05.2016 s příslušnými přílohami.
- Námitky proti kontrolnímu zjištění dle protokolu o kontrole č. 7/16, evidované pod čj. JMK 80392/2016 ze dne 25.05.2016.
- Předání námitek proti kontrolním zjištěním uvedeným v protokolu o kontrole č. 7/16 k vyřízení v rámci navazujícího správního řízení, evidované pod čj. JMK 82630/2016 ze dne 31.05.2016.
- Výpis z obchodního rejstříku, vedeného Krajským soudem v Brně, oddíl C, vložka 45239 ze dne 02.06.2016.
- Pracovní výpis z živnostenského rejstříku ze dne 02.06.2016 týkající se podnikatele.

Při určení výměry pokuty vycházel Krajský živnostenský úřad z výše uvedených podkladů pro rozhodnutí a přihlédl k závažnosti správního deliktu, který spatřuje v dopadu reklamy na pohoršení morálního cítění občanů s důrazem na děti a nezletilou mládež.

Dále správní orgán přihlédl ke způsobu spáchání správního deliktu. Účastník řízení zpracoval předmětnou reklamu ve formě letáčků formátu A6, které byly veřejně distribuovány do domovních schránek občanů ve městech Brno, Přerov a Olomouc v nákladu 213 689 kusů. Reklama podnikatele, která je v rozporu s dobrými mravy, zasáhla značný počet spotřebitelů v uvedených městech, tedy právě těch subjektů, kteří jsou příslušnými ustanoveními zákona o regulaci reklamy zvlášť chráněni. Rozsah této reklamy je třeba hodnotit jako poměrně velký k počtu obyvatel zmíněných měst, přičemž působení, tak jak bylo shora popsáno, je jednoznačně v rozporu s dobrými mravy. Tyto skutečnosti rozhodně zvyšují společenskou nebezpečnost jednání účastníka řízení. Ve prospěch účastníka řízení naopak svědčí, že předmětné reklamní letáky nebyly distribuovány po celé České republice.

Co se týká následků správního deliktu, kontrola podnikatele, která předcházela samotnému správnímu řízení, byla zahájena na základě podání občana, z něhož je patrné, že předmětný reklamní leták vnímal přinejmenším jako nevhodný, jelikož byl leták vhazován přímo do poštovních schránek občanů a tudíž ho mohly spatřit i děti a nezletilá mládež. Správní orgán tedy konstatuje, že správním deliktem byly způsobeny následky spočívající v pohoršení osob s běžným morálním cítěním.

Správní orgán rovněž přihlédl k okolnostem, za nichž byl správní delikt spáchán, když vzal v úvahu okolnosti zvyšující společenskou nebezpečnost správního deliktu, za což považuje zejména tu skutečnost, že si musel být podnikatel vědom, že je taková reklama přinejmenším kontroverzní a je tedy v rozporu s dobrými mravy.

Správní orgán přihlédl také ke skutečnosti, že účastník řízení nebyl dříve ze strany Krajského živnostenského úřadu sankcionován a v průběhu kontroly aktivně poskytoval součinnost, což lze považovat za polehčující okolnost.

Správní orgán závěrem konstatuje, že podnikateli byl správní delikt prokázán, neboť bezpochyby zpracoval leták – sexistickou reklamu na svoji zastavárenskou činnost, na kterém byla z jedné strany letáku vyobrazena téměř nahá dívka, což nemá žádnou souvislost s předmětem podnikání a je dle § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy v rozporu s dobrými mravy. Popsaným jednáním účastníka řízení došlo tedy ke spáchání správního deliktu, nikoli však takovou měrou, aby se správní orgán při stanovení výše pokuty vzdálil od spodní hranice zákonné výše sankce. Krajský živnostenský úřad tak uložil pokutu ve výši uvedené ve výroku tohoto rozhodnutí, když důkladně posoudil všechny rozhodné okolnosti věci.

Uložená pokuta nemá působit pouze represivně, tedy jako trest za spáchání deliktního jednání, ale její dopad by měl být i preventivní, ve smyslu důrazného upozornění podnikatele, aby působení svých budoucích reklamních sdělení řádně prověřil a zabránil tak porušení právních předpisů. Výše uložené pokuty přitom nemůže existenčně ohrozit účastníka řízení či jeho podnikání.

Správní orgán vycházel ze spolehlivě zjištěného stavu věci, o němž nejsou důvodné pochybnosti a rozhodl tak, jak je uvedeno ve výroku I tohoto rozhodnutí.

K výroku II:

Paušální částka nákladů řízení byla stanovena podle ustanovení § 79 odst. 5 správního řádu a § 6 odst.

1 vyhlášky č. 520/2005 Sb. tak, jak je uvedeno ve výroku II tohoto rozhodnutí, neboť podnikatel správní řízení ve věci uložení pokuty za správní delikt dle ustanovení § 8a odst. 3 písm. d) zákona o regulaci reklamy vyvolal porušením své právní povinnosti, konkrétně tím, že zpracoval reklamu, která je dle § 2 odst. 3 ZRR zakázána.

Poučení:

Proti tomuto rozhodnutí lze podat odvolání, a to do 15 dnů po jeho oznámení, k Ministerstvu průmyslu a obchodu České republiky, které o odvolání rozhodne, a to cestou Krajského úřadu Jihomoravského kraje, odboru správního a Krajského živnostenského úřadu, u něhož se odvolání podává. Lhůta pro podání odvolání se počítá ode dne následujícího po doručení písemného vyhotovení rozhodnutí, nejpozději však po uplynutí desátého dne, kdy bylo nedoručené a uložené rozhodnutí připraveno k vyzvednutí.

JUDr. Lenka Cundová
vedoucí odboru

Počet listů rozhodnutí: 4
Počet příloh/listů příloh: 0/0

Rozdělovník:
- [redacted] (DS)
- [redacted] (DS)
- vlastní spis

Vyřizuje: Mgr. Lucie Milbachová, oprávněná úřední osoba

ZASTAVÁRNA
INDEX

ZASTAVÁRNA
INDEX
www.zastavarnaindex.cz
PRODEJ NA SPLÁTKY
BRNO VEČERKA
- AUTOBUSOVÉ NÁDRAŽÍ - ZVONAŘKA, TEL.: 543 212 911
- KŘENOVÁ 12, TEL.: 543 216 782
- CEJL 19, TEL.: 545 217 649
- M. HORÁKOVÉ 5A, TEL.: 545 246 577
- PEKAŘSKÁ 10, TEL.: 543 235 132
- HLAVNÍ VLAKOVÉ NÁDRAŽÍ, TEL.: 542 211 149
- ŠTEFÁNIKOVA 9, TEL.: 541 212 063
Zlaté šperky
již od 593 Kč*/g
Zlato 585/1000
OLOMOUC
- MASARYKOVA TŘÍDA 28, SLEVA 20%, tel.: 585 202 276
PŘEROV
- KOJETÍNSKÁ 17, SLEVA 60%, tel.: 581 215 064
2/2016
*Ceny aktuální pro měsíc únor
PRODEJ ŠPERKŮ
INDEX
sleva až -20%
na zlaté a stříbrné šperky a mobilní telefony
PRODEJ LEVNÝCH A KVALITNÍCH ŠPERKŮ NEVYZVEDNUTÝCH ZE ZÁSTAVÁREN V ČR
LEVNÉ MOBILNÍ TELEFONY