



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK

JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném s předsedkyně JUDr. Hany Veberové a soudců JUDr. Jitky Hroudové a Mgr. Marka Bedřicha v právní věci žalobce: **Underline, a.s.** se sídlem Praha 2 – Vyšehrad, Štulcova 89/4, IČ 25294482, v řízení zastoupeného JUDr. Filipem Winterem, advokátem, se sídlem Praha 4, Hanusova 3a, proti žalovanému: **Ministerstvo průmyslu a obchodu**, se sídlem Praha 1, Na Františku 32, v řízení o žalobě proti rozhodnutí žalovaného ze dne 11.9.2015, č.j. MPO-42161/2015

t a k t o:

I. Žaloba s e z a m í t á.

II. Žádný z účastníků n e m á právo na náhradu nákladů řízení.

O d ů v o d ň ě n í:

Žalobce se žalobou podanou u Městského soudu v Praze domáhá přezkoumání a zrušení rozhodnutí žalovaného ze dne 11.9.2015, č.j. MPO-42161/2015, kterým bylo zamítnuto odvolání žalobce a potvrzeno rozhodnutí Magistrátu hl.m.Prahy, odboru živnostenského a občanskosprávního ze dne 14.8.2015, č.j. S-MHMP-842116/2009/B-Še-2781, kterým byla žalobci uložena podle § 8 odst. 7 písm. a) zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů (dále jen zákon o regulaci reklamy) pokuta ve výši 60.000,- Kč za spáchání správního deliktu podle § 8a odst. 3 písm. f) zákona o regulaci reklamy. Správního deliktu se dopustil žalobce tím, že ve dnech 6.10. – 7.10.2009 jako zpracovatel reklamy, resp. reklamní kampaně, vyhotovil žlutá reklamní trička s nápisem „Měl jsem se líp učit!“, do níž byli následně oblečeni pracovníci stavební společnosti Šlehofer, s.r.o., při výkopových pracích v centru Prahy, jejichž většina vyhlížela jako příslušníci romského etnika. Žalobce tak porušil podmínky stanovené v § 2 odst. 3 zákona o

regulaci reklamy, tj. zpracoval reklamu, která je v rozporu s dobrými mravy, jež svým dopadem diskriminuje romské etnikum a snižuje lidskou důstojnost konkrétních dělníků oblečených do žlutých triček. Žalobci byla současně uložena povinnost nahradit náklady řízení ve výši 1.000,- Kč.

Žalobce namítá, že podstatné prvky, jako tzv. zpracovatel reklamy nijak neovlivnil, přesto je za ni odpovědný. Namítá, že při zpracování reklamy vymyslel a vyrobil reklamní trička internetového přehledu škol s úslovím „měl jsem se líp učit“ a dohodl se stavební firmou, že tato trička poskytne svým pracovníkům na stavbě, na frekventovaném místě, a to zhruba na hodinu na za pózování a pořízení fotografií. To, že do triček byly „následně oblečeni pracovníci romského etnika“, žalobce nijak neovlivnil. Složení zaměstnanců stavební firmy neznal, ani je znát nechtěl. O etnice pracovníků při zpracování reklamy nepadlo ani slovo. Ostatně tzv. etnická příslušnost pracovníků stavební firmy je v rozhodnutí odvozována pouze z jejich podoby na fotografiích, ve skutečnosti se jednalo o slovenské pracovníky. Pokud správní orgány nabyly dojem, že způsob šíření reklamy odporoval zákonu o regulaci reklamy, měl k odpovědnosti volat šířitele – což by odhalilo nesmyslnost řízení, když šířitelé, tedy dělníci stavební firmy, jsou zde mylně považováni za jakési oběti (jimi šířené) reklamy. Nesprávnost napadeného rozhodnutí žalobce spatřuje v tom, že nepřiměřeně konstruuje jakýsi vážný právní problém, ale zcela pomíjí prvek legrace, vtipu a nadsázky a svobodného rozhodnutí všech zúčastněných. Tyto prvky ale byly základními kameny celé zhruba hodinové akce. Dělníci stavební firmy projevíli dobrovolným přijetím triček a účinkováním bezvadný smysl pro humor a sympatickou sebeironii. Žádný z dělníků není uváděn coby „poškozený“, nebyl vyslechnut a fotografie dokumentují, že sami dělníci chápali tuto akci jako zpestření dne, když na fotografii je i majitel stavební firmy.

Žalovaný ve vyjádření k podané žalobě zdůraznil, že rozpor předmětné reklamy s dobrými mravy je shledáván nikoli pouze v samotném nápisu na tričkách „měl jsem se líp učit!“, ale v reklamě jako celku, tj. v tom, že do triček s uvedeným nápisem byli oblečeni dělníci s převažující příslušností k romskému etniku (kopáči) a v následném vnímání uvedené reklamy, pokud jde o její faktické dopady v celospolečenském kontextu; žalobce byl tvůrcem celého konceptu reklamy a reklamu je třeba hodnotit jako celek.

K námitce, že žalobce jako zpracovatel reklamy by měl nést odpovědnost pouze za vymyšlení a výrobu triček, neboť mezi jednáním žalobce a důvodem pokuty žádný vztah zavinění není, uvedl, že zákon o regulaci reklamy stanoví objektivní odpovědnost za porušení povinnosti, jde o povinnost za následek, a tudíž není vyžadováno (nezkoumá se) zavinění v žádné formě. Zdůraznil, že se jednalo o sankční postih zpracovatele reklamy a smluvním partnerem byla právnická osoba – společnost Šlehofer, s.r.o., takže případná svědecká výpověď některého z dělníků by nemohla být z hlediska merita dané věci směrodatná. K tvrzené nadsázce uvedl, že ani reklamní nadsázka nemůže odůvodňovat porušení zákona. Přitom odkázal na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 15.10.2013, č.j. 1 As 46/2013-44. Poukázal na to, že žalobce opakuje shodnou argumentaci, jako v původní žalobě, kterou bylo napadeno původní rozhodnutí žalovaného ze dne 16.8.2010, č.j. 27848/10/04400. Dále odkázal na závěry rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 30.6.2014, č.j. 3A 111/2010-93, na základě kterých byla rozhodnutí žalovaného, i rozhodnutí prvostupňového orgánu zrušeno. Pokud jde o důvody uložení pokuty, odkázal na odůvodnění napadeného rozhodnutí. Závěrem navrhl, aby soud žalobu jako nedůvodnou zamítl.

Ze správního spisu soud zjistil, že dne 19.10.2009 byla na Magistrát hl.m.Prahy doručena listina: Podnět k prošetření reklamy – reklamní kampaň „Měl jsem se líp učit“

propagující server www.skoly.cz. zaslaný společností Romea. Dne 29.10.2009 byl doručen samostatný podnět Mgr. J. B. a p. F. B., zaměstnanců tohoto sdružení. K tomu byly vytištěny články z internetových stránek a novinky s ohlasem na reklamní kampaň a posudek kampaně od MUDr. J. V. z katedry podnikového a evropského práva FMV-VŠE v Praze, který ale nebyl oficiálním dokumentem. Na základě uvedeného bylo zahájeno šetření. K žádosti o vysvětlení ze dne 9.11.2009 se vyjádřil žalobce v podstatě shodně jako v podané žalobě.

Dne 25.11.2009 bylo zahájeno správní řízení ve věci podezření porušení ustanovení § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy a byl ustanoven soudní znalec, který učinil závěr, že nebyl identifikován projev diskriminace z důvodu rasy, pohlaví anebo národnosti. Zda se jedná o jednání v rozporu s dobrými mravy posoudit nemohl, neboť by se jednalo o právní posouzení. Dále uvedl, že nebyl zjištěn závadový diskurz projevů rasismu, nabádání k projevům xenofobie, a to ani vůči romskému etniku a ani vůči jiné explicitně vyjádřené výlučné skupině osob.

Dne 23.2.2010 byl ustanoven další znalec a to Vysoká škola Karlovy Vary, o.p.s. – Ústav kriminalistiky a forenzních disciplín, který dospěl k opačným závěrům.

Dne 3.6.2010 bylo vydáno Magistrátem hl.m.Prahy, odborem živnostenským a občansko-správním rozhodnutí o uložení pokuty žalobci ve výši 100.000,- Kč za porušení podmínek stanovených ustanovením § 2 odst. 3, neboť reklama je v rozporu s dobrými mravy, když svým dopadem diskriminuje romské etnikum a jednotlivce vykonávající manuální práci, snižuje lidskou důstojnost a společenský význam manuální práce. K odvolání žalobce, žalovaný rozhodnutím ze dne 16.8.2010 napadené rozhodnutí změnil tak, že pokutu snížil na částku 80.000,- Kč a v ostatních částech zůstalo napadené rozhodnutí nezměněno.

K podané žalobě Městský soud rozsudkem ze dne 24.4.2013 č.j. 3A 111/2010-39 zrušil rozhodnutí obou stupňů a to jednak pro nezákonnost a jednak pro vady řízení. Ke kasační stížnosti žalovaného Nejvyšší správní soud rozsudkem ze dne 15.10.2013 č.j. 1 As 46/2013-44, citovaný rozsudek městského soudu zrušil a věc vrátil soudu k dalšímu řízení.

Městský soud znovu rozhodl ve věci dne 30.6.2014 rozsudkem č.j. 3A 111/2010-93 tak, že rozhodnutí Ministerstva průmyslu a obchodu ze dne 16.8.2010 zrušil a věc vrátil ministerstvu k dalšímu řízení. V rozsudku uvedl, vázán názorem Nejvyššího správního soudu, že reklama odporuje dobrým mravům z důvodu diskriminace romského etnika a z důvodu snižování lidské důstojnosti kopáčů zúčastněných na reklamě. Nejvyšší správní soud vytkl správním orgánům, že otázku svobody projevu, nyní tzv. komerčního projevu, zcela opominuly. Správnímu orgánu vytkl, že rozhodnutí o správním deliktu postrádá v rozporu s judikaturou NSS jakékoli časové určení deliktního jednání, a nedostatečné odůvodnění pokuty.

Následně vydalo ministerstvo průmyslu a obchodu rozhodnutí ze dne 22.9.2014, č.j. MPO-37294/2014, kterým zrušilo rozhodnutí správního orgánu 1. stupně ze dne 3.6.2010. Nově pak rozhodl magistrát rozhodnutím ze dne 14.8.2015, č.j. S-MHMP-842116/2009/B-Še-2781, kterým byla žalobci za shodný správní delikt uložena pokuta ve výši 60.000,- Kč. Správní orgán 1. stupně se zabýval otázkou posouzení, zda reklama byla v rozporu s dobrými mravy a dospěl k závěru, že pokud reklama obsahuje jakoukoliv diskriminaci z důvodu rasy, je taková reklama vždy považována za rozpornou s dobrými mravy. Správní orgán proto pouze posuzuje existenci diskriminace z důvodu etnického původu, resp. rasy v reklamě. Správní orgán 1. stupně vzal v úvahu, že osoby romského etnika mají ve společnosti dlouhodobě nízké společenské a ekonomické postavení a velká část české společnosti je vůči romům předpojatá, zatížená předsudky. Jedním z těchto předsudků je, že nemají zájem o vzdělání. Jsou obtížně vzdělatelní. Uvedená reklama proto nesporně prohloubila zažitý stereotyp „o nevzdělaném a ke vzdělání neochotném Romovi“. Správní orgán 1. stupně tak

dospěl k závěru o tom, že byla prokázána diskriminace romského etnika, která je formou rasové diskriminace, jež je považována za zvláště závažnou. Odvolávání na nadsázku považoval za nepřipustné, neboť tím není možné zlehčovat problematiku týkající se rasové diskriminace, kdy je v reklamě zřejmě spojen prvek nevzdělatelnosti s romským etnikem. K snížení lidské důstojnosti může dojít použitím prvků rasy, nebo etnického původu, a pokud došlo ke snížení lidské důstojnosti takové určité intenzity, je možné ho kvalifikovat jako rozporné s dobrými mravy. V projednávané věci snížení lidské důstojnosti u konkrétních dělníků s ohledem na jejich etnickou příslušnost dosáhlo takové intenzity, že je v rozporu s dobrými mravy a proto neměla převládnout ochrana svobody, projevu a být připuštěna reklamní nadsázka.

Pokud jde o diskriminaci jednotlivců vykonávající těžkou manuální práci a snižování významu manuální práce dospěl správní orgán k závěru, že představy o mravnosti mohou být odlišné a diskriminace osob vykonávajících manuální práci nedosáhla takové intenzity, že by jí bylo možné považovat za rozpornou s dobrými mravy. Zdůraznil objektivní odpovědnost za porušení povinností, tedy odpovědnost za následek, u něhož není vyžadováno zavinění (úmysl) v žádné formě. Rozpor s dobrými mravy byl shledán v reklamní kampani jako celku, v jejím vnímání, dopadu v jejím celospolečenském kontextu, kdy diskriminuje romské etnikum a v němž snižuje lidskou důstojnost konkrétních dělníků. Závěrem pak správní orgán 1. stupně odůvodnil výši uložené pokuty. Uvedl kritéria, kterými se při uložení pokuty řídil.

O odvolání žalobce proti tomuto rozhodnutí rozhodl žalovaný napadeným rozhodnutím, kterým odvolání zamítl a napadené rozhodnutí potvrdil. Žalovaný konstatoval, že byly odstraněny vady předchozích rozhodnutí s tím, že do výše pokuty se promítla skutečnost, že diskriminace osob vykonávajících manuální práci a snižování významu manuální práce (kopáčů) nedosáhly takové intenzity, aby je bylo možno považovat za rozpornou s dobrými mravy. Zdůraznil závěr o tom, že rozpor reklamy je shledáván nejen v samotném nápisu na tričkách, nýbrž v reklamě jako celku, tj., v tom, že do triček s uvedeným nápisem byli oblečeni i dělníci s převažující příslušností k romskému etniku a v následném vnímání uvedené reklamy v celospolečenském kontextu. Žalobce byl určen k celému kontextu reklamy. K tomu, že zpracovatel reklamy nemohl ovlivnit, kdo bude trička nosit, bylo přihlédnuto již v rozhodnutí ministerstva ze dne 16.8.2010. Se závěry uvedenými v prvostupňovém rozhodnutí se zcela ztotožňuje.

Městský soud v Praze přezkoumal žalobou napadené rozhodnutí a jemu předcházející řízení před správními úřady obou stupňů z hlediska žalobních námitek, uplatněných v podané žalobě, při přezkoumání vycházel ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době vydání žalobou napadeného rozhodnutí (ustanovení § 75 s.ř.s.) a dospěl po posouzení věci k závěru, že v dané věci žaloba není důvodná.

Podle § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy 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 motivu strachu.

Městský soud považuje za nutné zdůraznit, že uložení pokuty za spáchání správního deliktu podle § 8a odst. 3 písm. f) zákona o regulaci reklamy, jehož se dopustil žalobce tím, že ve dnech 6.10. – 7.10.2009 jako zpracovatel reklamy, resp. reklamní kampaně, vyhotovil žlutá reklamní trička s nápisem „Měl jsem se líp učit!“, do níž byly následně oblečeni pracovníci stavební společnosti Šlehofer, s.r.o., při výkopových pracích v centru Prahy, jejichž většina vyhlížela jako příslušníci romského etnika, přezkoumával již dvakrát zdejší soud a o kasační

stížnosti proti v pořadí prvnímu rozsudku rozhodoval Nejvyšší správní soud. Z podané žaloby je ale patrné, že žalobce nyní vznesl zcela shodné námitky jako v žalobě, o které rozhodoval zdejší soud v řízení pod sp. zn. 3 A 111/2010. I tehdy žalobce namítal, že jako zpracovatel reklamy nemůže být pachatelem předmětného deliktu, neboť toliko vymyslel a vyrobil reklamní trička s úslovím „Měl jsem se líp učit“ a dohodl se se stavební firmou, že tato trička poskytne svým pracovníkům na dva dny na stavbě na frekventovaném místě. Žalobce tak nemohl ovlivnit, že následně byli do triček oblečeni pracovníci romského etnika. Za takovýto správní delikt, pokud se vůbec o delikt jedná, měl být k odpovědnosti volán šířitel reklamy. Pak by se ukázala nesmyslnost řízení, protože šířitelé, tedy dělníci stavební firmy, jsou v rozhodnutí současně považováni za jakési oběti jimi šířené reklamy. Žalobce namítal i to, že napadené rozhodnutí nepřiměřeně konstruuje jakýsi vážný právní problém (vyžadující tři znalecké posudky a přes 200 stran spisu) a úplně pomíjí prvek nadsázky, vtipu, legrace. Fotografie dokládají, že samotní dělníci stavební firmy chápali svou účast jako dobrovolné a zábavné zpestření dne a rozhodně se necítili být nějak poškozeni; nadto na fotografiích je oblečen do trička i majitel stavební firmy.

Z výše uvedených rozhodnutí je patrné, že se k těmto námitkám již vyjádřil jak Městský soud v Praze, tak i Nejvyšší správní soud v rozsudku ze dne 15.10.2013, č.j. 1 As 46/2013-44.

Pro úplnost proto soud shrnuje, že pokud jde o námitku, že žalobce nemohl ovlivnit, kdo se bude reklamy účastnit (tj. kdo bude nosit žluté tričko), zdůraznil Nejvyšší správní soud, že tuto skutečnost žalovaný zohlednil tím, že žalobci svým rozhodnutím ze dne 16.8.2010, č.j. 27848/10/04400 pokutu snížil o 20.000,- Kč.

Nejvyšší správní soud po té, co konstatoval, že ze spisu plyne, že *„mezi účastníky není sporu o tom, že převážná většina kopáčů opravdu byla romského původu, respektive kopáči jako osoby romského původu vyhlíželi“*, zaujal právní názor, že posuzovaná reklama může naplnit rozpor s dobrými mravy ve smyslu § 2 odst. 3 zákona o regulaci reklamy z důvodu diskriminace romského etnika, když mj. uvedl, že *„jakékoliv označování Romů a upozorňování na jejich špatnou úroveň vzdělanosti je třeba v kontextu situace a postavení Romů v České republice posuzovat velmi přísně. Těžko si proto lze představit, že by označení romských dělníků a upozornění na jejich nevzdělanost, mohlo obstát jako sdělení, které v sobě neobsahuje diskriminaci z důvodu příslušnosti k romskému etniku“*

Stejně tak dospěl k závěru, že reklama může být v rozporu s dobrými mravy i z důvodu snižování lidské důstojnosti kopáčů zúčastněných na reklamě, neboť *„ke snižování lidské důstojnosti může docházet také použitím rasy nebo etnického původu jako kritéria k rozlišování. ... Obdobně i v případě nyní posuzované reklamy je třeba dospět k závěru, že pro posouzení snížení lidské důstojnosti jako hodnoty, kterou je třeba chránit, není nutné prokazovat postoj zúčastněných dělníků k nošení žlutých triček. I případná dobrovolnost kopáčů tedy v posuzované věci nebude hrát roli. Práva na zachování lidské důstojnosti, jako nezadatelného a nezcizitelného práva, se totiž nelze vzdát.“*

Z tohoto vyplývá, že je nedůvodná i námitka žalobce, že správní orgány nevyslechly žádného z kopáčů, neboť jak uvedl Nejvyšší správní soud, ani prokázání jejich postoje by nemohlo nic změnit na závěru o rozporu reklamy s dobrými mravy z důvodu snižování lidské důstojnosti kopáčů zúčastněných na reklamě.

V rozsudku ze dne 30.6.2014, č.j. 3 A 111/2010 – 93 pak zdejší soud z důvodů uvedených v citovaném rozsudku Nejvyššího správního soudu i z celkového kontextu tohoto rozsudku uzavřel, že posuzovaná reklama odporuje dobrým mravům z důvodu diskriminace romského etnika a z důvodu snižování lidské důstojnosti kopáčů zúčastněných na reklamě.

Nejvyšší správní soud ale naopak jako rozpornou s dobrými mravy neposoudil reklamu z hlediska diskriminace manuálně pracujících a snižování významu manuální práce, když shrnul, že *„posuzovaná reklama – co do samotného prvku označení „kopáčství“ jako synonyma nevzdělanosti - mohla být veřejností chápána jak negativním, tak pozitivním způsobem. Vzhledem i k negativním ohlasům je možno mít za to, že se reklama pohybuje na hranici vkusnosti, ovšem Nejvyšší správní soud neshledal, že by byla v tomto ohledu v rozporu s dobrými mravy a tedy v rozporu se zákonem“*.

Vzhledem k tomu, že správní orgány dospěly k opačnému závěru o diskriminaci jednotlivců vykonávajících těžkou manuální práci a k závěru o snižování společenského významu manuální práce, konstatoval městský soud v citovaném rozsudku 3A 111/2010-93, že zákon jako rozpornou s dobrými mravy příkladmo vyjmenovává diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti. O diskriminaci z důvodu druhu vykonávané práce vůbec nehovoří. Zákonný výčet je sice jen demonstrativní, a proto je samozřejmě možné spatřovat rozpor s dobrými mravy i v dalších skutečnostech, tedy potenciálně i v diskriminaci z důvodu druhu vykonávané práce, avšak o to naléhavěji je pak třeba, aby správní orgány zdůvodnily naplnění kritéria rozporu s dobrými mravy, na což v posuzované věci zcela rezignovaly. Tytéž nedostatky shledává soud i v závěru správních orgánů o snižování společenského významu manuální práce. Poukázal také na to, *„že v rozporu s dobrými mravy není automaticky diskriminace z jakéhokoli důvodu, nýbrž pouze nejzávažnější formy diskriminace, tj. diskriminace z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti. Pokud se jedná o jiný typ diskriminace, je třeba prokázat, zda dosahuje takové intenzity, že je možno ji kvalifikovat jako rozpornou s dobrými mravy.“* Dle Nejvyššího správního soudu *„je také nutné správním orgánům v nyní posuzované věci vytknout, že otázku svobody projevu (v tomto případě svobody tzv. komerčního projevu) zcela opominuly“*. Městský soud proto zrušil předchozí rozhodnutí žalovaného a vytkl žalovanému, že v rozhodnutí absentují úvahy o tom, že diskriminace jednotlivců vykonávajících těžkou manuální práci a snižování společenského významu manuální práce odporuje dobrým mravům, i úvahy a hodnocení předmětné reklamy z hlediska svobody projevu.

Z rozhodnutí žalovaného napadeného nyní podanou žalobou je patrné, že se žalovaný řídil závazným právním názorem obou soudů a své závěry řádně odůvodnil. Vázán názorem městského soudu dospěl jak on, tak i správní orgán prvního stupně, k závěru o rozporu reklamy s dobrými mravy z důvodu diskriminace romského etnika a z důvodu snižování lidské důstojnosti kopáčů zúčastněných na reklamě. Správní orgány se pak podrobně zabývaly otázkou, zda je předmětná reklama v rozporu s dobrými mravy i z důvodu diskriminace jednotlivců vykonávajících těžkou manuální práci a z důvodu snižování společenského významu manuální práce, jak jim to uložil ve zrušujícím rozsudku městský soud. Správní orgán prvního stupně vycházel i při hodnocení tohoto kritéria ze závěrů Nejvyššího správního soudu, který uvedl, že v rozporu s dobrými mravy je vždy jakákoliv diskriminace z důvodu rasy, pohlaví nebo národnosti. U jiného typu diskriminace je třeba prokázat, zda dosahuje takové intenzity, že ji lze za rozpornou s dobrými mravy považovat. Správní orgán prvního stupně s odkazem na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 27.9.2007, č.j. As 32/2007 dospěl k závěru, že samotné snížení manuální práce a představení kopáčů jako symbolu

nevzdělanosti nedosoudí v tomto případě většina společnosti, a tudíž nelze reklamu považovat za ohrožující mravnost obecně nepřijatelným způsobem, jako např. „prvky tvrdé pornografie“

Správní orgán pak při vypořádání tohoto kritéria zohlednil i prvek nadsázky, vtipu a legrace, jehož se dovolává žalobce, když uvedl, že negativní dopad reklamy spočívající v upozornění na nevzdělanost kopáčů a neatraktivnost jednoduché manuální práce zmírnily právě nadsázka a vtip, přičemž poukázal na to, že účelem reklamy je zaujmout či pobavit spotřebitele a samotný prvek označení „kopáčství“ jako synonyma nevzdělanosti v posuzované reklamě spíše pobaví, než urazí. Není tedy důvodná ani námitka žalobce, že napadené rozhodnutí zcela pomíjí prvek legrace, vtipu a nadsázky.

Pokud žalobce poukazuje na to, že mezi jednáním žalobce a důvodem pokuty není žádný vztah zavinění, poukazuje soud na to, že se žalovaný v napadeném rozhodnutí s touto námitkou dostatečně vypořádal, když uvedl, že zákon o regulaci reklamy stanoví objektivní odpovědnost za porušení povinností a proto se nezkoumá subjektivní stránka, tedy zavinění v žádné formě. Shodně se k otázce zavinění vyjádřil i Nejvyšší správní soud v citovaném rozsudku 1 As 46/2013 – 44, když uvedl, že „*Zákon o regulaci reklamy stanovuje objektivní odpovědnost za porušení povinností stanovených tímto zákonem (viz např. rozsudek NSS ze dne 26. 4. 2007, čj. 6 As 25/2006 – 78). Pro konstatování porušení § 2 odst. 3 proto není relevantní zkoumat zavinění zadavatele reklamy, zadavatel naopak odpovídá za výsledek, tedy za působení reklamy jako celku.*“ Proto ani tuto námitku soud neshledal důvodnou.

Vázán názory Nejvyššího správního soudu uvedenými ve shora citovaném rozsudku přezkoumal městský soud napadené rozhodnutí a dospěl k závěru, že žaloba není důvodná. Proto ji podle ustanovení § 78 odst.7 soudního řádu správního (zákon č. 150/2002 Sb.; dále jen „s. ř. s.“) jako nedůvodnou zamítl.

O nákladech řízení rozhodl soud podle § 60 odst. 1 s.ř.s., podle něhož žalobce, který neměl ve věci úspěch, nemá právo na náhradu účelně vynaložených nákladů v řízení a žalovaný správní úřad, jemuž by právo na náhradu účelně vynaložených nákladů podle výsledku řízení náleželo, žádné náklady řízení nad rámec běžných činností správního úřadu nevykázal ani neuplatňoval. Z tohoto důvodu Městský soud v Praze ve výroku II. rozhodl tak, že žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení.

P o u č e n í:

Proti tomuto rozhodnutí lze podat kasační stížnost ve lhůtě dvou týdnů ode dne jeho doručení. Kasační stížnost se podává ve dvou (více) vyhotoveních u Nejvyššího správního soudu, se sídlem Moravské náměstí 6, Brno. O kasační stížnosti rozhoduje Nejvyšší správní soud.

Lhůta pro podání kasační stížnosti končí uplynutím dne, který se svým označením shoduje se dnem, který určil počátek lhůty (den doručení rozhodnutí). Připadne-li poslední den lhůty na sobotu, neděli nebo svátek, je posledním dnem lhůty nejblíže následující pracovní den. Zmeškání lhůty k podání kasační stížnosti nelze prominout.

Kasační stížnost lze podat pouze z důvodů uvedených v § 103 odst. 1 s. ř. s. a kromě obecných náležitostí podání musí obsahovat označení rozhodnutí, proti němuž směřuje,

v jakém rozsahu a z jakých důvodů jej stěžovatel napadá, a údaj o tom, kdy mu bylo rozhodnutí doručeno.

V řízení o kasační stížnosti musí být stěžovatel zastoupen advokátem; to neplatí, má-li stěžovatel, jeho zaměstnanec nebo člen, který za něj jedná nebo jej zastupuje, vysokoškolské právnické vzdělání, které je podle zvláštních zákonů vyžadováno pro výkon advokacie.

Soudní poplatek za kasační stížnost vybírá Nejvyšší správní soud. Variabilní symbol pro zaplacení soudního poplatku na účet Nejvyššího správního soudu lze získat na jeho internetových stránkách: www.nssoud.cz.

V Praze dne 14. září 2017

JUDr. Hana Veberová v. r.
předsedkyně senátu

Za správnost vyhotovení:
P.