



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK

JMÉNEM REPUBLIKY

Krajský soud v Hradci Králové rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Magdaleny Ježkové a soudců JUDr. Jany Kábrtové a Mgr. Tomáše Blažka ve věci žalobce **L. P.**, zastoupeného JUDr. Ing. Ondřejem Lichnovským, advokátem se sídlem Sádky 1605/2, Prostějov, proti žalovanému **Odvolacímu finančnímu ředitelství**, se sídlem Masarykova 427/31, Brno, v řízení o žalobě proti rozhodnutí žalovaného ze dne 16. 12. 2015, č. j. 43605/15/5200-10422-709063,

t a k t o :

- I. Žaloba se zamítá.**
- II. Žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení.**

O d ů v o d n ě n í :

I. Vymezení věci

[1] Žalobce podal u Krajského soudu v Hradci Králové žalobu proti v záhlaví specifikovanému rozhodnutí žalovaného, kterým bylo zamítnuto jeho odvolání proti rozhodnutí Finančního úřadu pro Královéhradecký kraj (dále též pouze „správce daně“) ze dne 18. 2. 2015, č. j. 282304/15/2701-50523-602196. Správce daně po provedení daňové kontroly vydal uvedené rozhodnutí – dodatečný platební výměr, kterým žalobci doměřil daň z

source not found.

příjmů fyzických osob za zdaňovací období roku 2011 ve výši 405 450 Kč a předepsal penále ve výši 81 090 Kč.

[2] Správce daně dospěl k závěru, že žalobce neoprávněně uplatňoval výdaje v celkové výši 2 703 000 Kč. Dle správce daně předně neprokázal svá tvrzení, podle nichž byla na základě smlouvy o zabezpečení propagace a reklamy ze dne 1. 3. 2011, kterou uzavřel se společností PromoProdukce - Event, spol. s r.o. (dále jen „PromoProdukce - Event“), provedena prezentace loga „JamRock“ (tj. loga hudebního festivalu pořádaného žalobcem) na akcích Festonda Cup 2011, Natruc Kolín a Cirkus Cirkus Classic 2011. Žalobce neprokázal, že reklamní prezentace proběhla v jím tvrzeném místě, čase a rozsahu, tedy že jím uplatněné výdaje (platby společnosti PromoProdukce – Event) v celkové výši 1 135 000 Kč vynaložil na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů v souladu s § 24 odst. 1 zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění účinném pro předmětné zdaňovací období (dále jen „zákon o daních z příjmů“). Správce daně dále neuznal výdaje ve výši 1 568 000 Kč uplatněné žalobcem za reklamu a propagaci zadanou u společnosti PromoProdukce – Event na základě smlouvy o zabezpečení propagace a reklamy uzavřené dne 16. 8. 2011. Žalobce podle svého tvrzení v daném případě vystupoval jako zprostředkovatel služby – reklamy pro společnost OLBENA CZ s.r.o. (dále jen „OLBENA“), se kterou uzavřel dne 17. 8. 2011 smlouvu o zabezpečení propagace a reklamy. Správce daně neměl pochybnosti o tom, že k reklamní prezentaci společnosti OLBENA na žalobcem uváděné akci došlo, žalobce však dle jeho názoru neprokázal, že se tak stalo na základě zmíněné smlouvy o zabezpečení propagace a reklamy ze dne 16. 8. 2011. Také tyto výdaje tedy byly uplatněny v rozporu s § 24 odst. 1 zákona o daních z příjmů.

[3] Žalovaný se v odůvodnění napadeného rozhodnutí ztotožnil se závěry správce daně, odvolací námitky uplatněné žalobcem shledal nedůvodné.

[4] Správce daně na základě téže daňové kontroly doměřil žalobci rovněž daň z přidané hodnoty za zdaňovací období květen 2011, srpen 2011, září 2011, říjen 2011, listopad 2011 a prosinec 2011. Rozhodnutí správce daně ve věci daně z přidané hodnoty (a navazující rozhodnutí žalovaného) jsou předmětem soudního přezkumu v řízení vedeném u krajského soudu pod sp. zn. 31Af 1/2017.

II. Shrnutí argumentace obsažené v žalobě

[5] V žalobě doručené soudu dne 14. 1. 2016 žalobce uvedl pouze důvody, pro něž žádal o přiznání odkladného účinku žalobě.

[6] V doplnění žaloby ze dne 22. 2. 2016 žalobce namítl nepřezkoumatelnost napadeného rozhodnutí. Konstatoval, že ve svém prvním doplnění odvolání proti prvostupňovému správnímu rozhodnutí ze dne 18. 4. 2015 formuloval v čl. I. odvolací bod, kterým namítal nesprávné hodnocení důkazních prostředků. Tento odvolací důvod komplexně doplnil ve svém druhém doplnění odvolání ze dne 27. 11. 2015. Žalobce tak očekával, že žalovaný podrobí revizi hodnocení důkazních prostředků ze strany prvoinstančního správce daně, a to při zohlednění argumentů žalobce. Tak se však nestalo.

[7] Podle žalobce lze k hodnocení důkazních prostředků ze strany žalovaného v napadeném rozhodnutí nalézt, vyjma teoretických úvah, pouze jedinou větu: odvolací orgán „ze spisového materiálu a předložených důkazů dospěl k závěru, že tyto nenasvědčují, že

source not found.

výdaje byly v daňových výdajích oprávněně, neboť z nich nelze osvědčit skutečnou realizaci předmětné služby.“ Z žalovaného rozhodnutí tak nelze seznat, jak ke svému shora uvedenému závěru žalovaný dospěl, potažmo jak hodnotil důkazní prostředky při zohlednění § 8 odst. 1 a § 92 odst. 7 zákona č. 280/2009 Sb., daňového řádu (dále jen „daňový řád“). Hodnocení důkazních prostředků tak, jak je vykládá doktrína (žalobce v této souvislosti odkázal na práci Baxa, J. a kol. *Daňový řád. Komentář. I díl.* Praha: Wolters Kluwer, 2011, str. 512–513), ovšem absentuje v celém daňovém řízení, tedy nejen v řízení před žalovaným. Žalobce tedy nemá, co by v žalobě mohl, vyjma nepřezkoumatelnosti samé (ke které je soud povinen přihlédnout i z moci úřední), konkrétně namítat.

[8] V dalším doplnění žaloby ze dne 25. 8. 2016 žalobce rozporoval rovněž samotné hodnocení důkazů finančními orgány. Konstatoval, že ze zprávy o daňové kontrole vyplývá, že žalobce uzavřel se společností PromoProdukce – Event smlouvu o zabezpečení propagace reklamy. Ta měla spočívat v prezentaci v pozici partnera na třech akcích, kdy konkrétně mělo dojít k prezentaci loga na tiskovinách (letáčky) a billboardových plochách (výlepech na zastávkách a jiných vhodných plochách), jakož i dle možností (fakultativně) v dalších způsobech propagace. Pro žalobce však bylo stěžejní zajištění loga na výlepech a tiskovinách.

[9] Uskutečnění reklamy (provedení služeb) žalobce prokazoval dokumentací k jednotlivým akcím. Tato dokumentace mj. obsahovala fotografie několika výlepů. Ve vztahu k těmto pak správce daně poukazuje na nemožnost zjistit místo a čas vyfocených míst výlepů. Stejně tak poukazuje na buďto velkou vzdálenost mezi fotografováním a fotografovaným znemožňující identifikaci loga, či naopak příliš malou vzdálenost znemožňující identifikaci místa. K tomuto žalobce namítl, že požadavek na pečlivé zdokumentování každého výlepu dle představ správce daně (patrně videodokumentace provádění jednotlivých výlepů s kamerou s nočním viděním) by byl nejenom nereálný (takovou službu nelze na trhu ani získat), leč také neekonomický. Pokud by totiž přeci jen někdo byl ochoten tuto služby nabídnout, pak by byla mnohem dražší, než výlep samotný. To z důvodu, že uskutečnění dokumentace by jednak trvalo delší doby, než výlep sám, kdy nadto výlepy se častokrát uskutečňují v noci, což dokumentaci znesnadňuje, až znemožňuje. Požadovat tak více než fotografie několika málo uskutečněných výlepů jde nad racionální požadavek unášení důkazního břemene, v důsledku čehož je nutno takovýto požadavek odmítnout. A co se distribuce tiskovin týče, tak zde si žalobce nedokáže představit jinou formu prokázání distribuce tiskovin, než dodání vzoru distribuovaného letáčku.

[10] Uskutečnění reklamy bylo dále prokazováno výsledkem tehdejšího jednatele dodavatele. Ten ozřejmil fungování své činnosti, která je obecným způsobem podnikání v této oblasti a ke které se žalobce blíže vyjadřoval ve svém druhém doplnění odvolání. Zajišťovatel reklamy není placen pořadatelem akce (pro něj je uskutečňována zdarma), avšak jeho příjmy pocházejí od jiných inzerentů (zde mj. od žalobce), kteří platí za spojení svého jména s akcí pořadatele. Pořadatel akce tak získává zdarma prezentaci své akce, kdy „cenu“ zde tvoří strpění spojení jeho akce s jinými inzerenty, s kterými však pořadatel nemá žádný vztah a o kterých mnohdy vůbec nemá ani tušení. To vysvětluje, proč dotazy správce daně na pořadatele akce skončily v neprospěch žalobce, když na prezentaci pořadatele „ve vlastní režii“ skutečně k prezentaci žalobce nedocházelo. To však nic nemění na tom, že k prezentaci žalobce díky službám PromoProdukce – Event došlo.

[11] Svědek se také vyjadřoval k nesrovnalostem nalezeným správcem daně. Uvedl, že nesrovnalosti se vztahují k fakultativním, tudíž nenárokovým částem smlouvy, kdy plní pouze jakousi přidanou hodnotu, avšak nejsou hlavním předmětem smlouvy. Z tohoto důvodu tak

source not found.

tyto z pohledu smluvního plnění bezvýznamné skutečnosti nelze klást k tíži žalobce. Svědek dále nebyl schopen konkrétně odpovědět na některé podrobné otázky. Dle žalobce však dotazy směřovaly na běžné okolnosti, které z důvodů značného počtu obchodních případů není v lidských silách si s odstupem času pamatovat. Naopak, přesné zapamatování si uvedených skutečností by nasvědčovalo tomu, že výpověď je smluvená. V této souvislosti žalobce odkázal na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 14. 2. 2013, č. j. 7 Afs 2/2013 – 26.

[12] Podle žalobce tedy z provedených důkazů vyplývá, že byl propagován v rámci prezentace společnosti PromoProdukce – Event. To potvrzuje jak dokumentace předaná žalobcem, tak i výslech jednatele této společnosti, který provedení reklamních služeb potvrdil. Naopak nelze připustit postup prvoinstančního správce daně, který od těchto důkazních prostředků odhlédl jenom proto, že nepotvrzovaly jeho skutkovou variantu. V této souvislosti žalobce odkázal na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 6. 2011, č. j. 7 Afs 39/2011-77. Žalované rozhodnutí je tak nepřezkoumatelné z důvodu absence hodnocení důkazů. Nicméně i při přehlédnutí této nepřezkoumatelnosti nelze dle žalobce dojít k jinému závěru, než že provedené důkazy prokazují uskutečnění reklamních služeb společností PromoProdukce – Event.

[13] Z uvedených důvodů žalobce navrhl zrušení napadeného rozhodnutí žalovaného a vrácení věci žalovanému k dalšímu řízení.

III. Shrnutí vyjádření žalovaného

[14] Žalovaný ve vyjádření k doplnění žaloby ze dne 22. 2. 2016 uvedl následující (k doplnění žaloby ze dne 25. 8. 2016 se již nevyjádřil). Žalobou napadené rozhodnutí dle žalovaného není nepřezkoumatelné, v rozhodnutí je vždy uvedeno, z kterých zjištěných skutečností žalovaný při svém rozhodování vycházel. Na str. 2 až 8 jsou uvedeny všechny důkazní prostředky, ze kterých správce daně vycházel, včetně jejich hodnocení. Zcela evidentně pak žádná ze skutečností nebyla zjištěna v rozporu se zákonem, což žalobce ani netvrdil.

[15] Žalovaný dále uvedl, že dle konstantní judikatury Nejvyššího správního soudu leží důkazní břemeno v první části daňového řízení na daňovém subjektu, který je povinen především svým účetnictvím (daňovou evidencí) a jinými povinnými záznamy prokázat skutečnosti uváděné v daňovém přiznání k příslušné dani. Pokud má správce daně o předložených důkazech pochybnosti, je na něm, aby určeným způsobem takové pochybnosti o věrohodnosti, správnosti či průkaznosti důkazů předložených daňovým subjektem vyjádřil. Tím důkazní břemeno přejde zpět na daňový subjekt, který pak musí tvrzené skutečnosti prokázat dalšími důkazními prostředky. Žalobce své důkazní břemeno podle žalovaného neunesl. Veškeré relevantní informace a důkazní prostředky ke svým tvrzením (tedy že uplatnění výdajů na reklamu je oprávněné) měl poskytnout především sám žalobce. Tuto zásadu žalovaný dodržel. Ani daňové doklady, vystavené se všemi náležitostmi, se nemohou stát důkazem, pokud daňový subjekt neprokáže, že k uskutečnění v nich deklarovaných skutečností fakticky došlo. Správce daně zaslal žalobci dne 24. 1. 2014 výzvu k prokázání skutečností předkládaných daňovým subjektem. Ústní jednání s daňovým subjektem, při kterých mohl předkládat důkazní prostředky, proběhla ve dnech 11. 3. 2013, 10. 4. 2013, 14. 5. 2013, 18. 9. 2013, 25. 9. 2013 a 3. 3. 2014. Jak vyplývá ze spisového materiálu, žalobce

source not found.

nepředložil důkazní prostředky osvědčující jeho tvrzení a tím neunesl důkazní břemeno. Jeho žalobní námitky jsou tedy nedůvodné.

IV. Posouzení věci krajským soudem

[16] Krajský soud přezkoumal napadené rozhodnutí v rozsahu žalobních námitek v řízení podle části třetí hlavy druhé dílu prvního zákona č. 150/2002 Sb., soudního řádu správního (dále jen „s. ř. s.“). Přihlížel přitom i k žalobním námitkám, které žalobce uplatnil po uplynutí lhůty pro rozšíření žaloby o další žalobní body stanovené v § 71 odst. 2 a v § 72 odst. 1 s. ř. s. Původně totiž žalobu odmítl usnesením ze dne 31. 3. 2016, č. j. 31Af 1/2016 – 113, které však Nejvyšší správní soud však zrušil rozsudkem ze dne 11. 5. 2016, č. j. 1 Afs 90/2016 – 30, s tím, že bylo povinností krajského soudu vyzvat žalobce k odstranění vad žaloby podle § 37 odst. 5 s. ř. s. O věci samé rozhodl bez nařízení jednání, neboť žalobce i žalovaný s takovým projednáním věci souhlasili. Žalobu shledal nedůvodnou.

[17] Předmětem sporu v posuzované věci je otázka, zda byl žalobce oprávněn zahrnout do základu daně z příjmů fyzických osob za zdaňovací období roku 2011 jako daňové výdaje (náklady) částky 1 135 000 Kč a 1 568 000 Kč.

[18] Výdaj v celkové výši 1 135 000 Kč žalobce uplatňoval za reklamu a propagaci zadanou u společnosti PromoProdukce - Event na základě smlouvy o zabezpečení propagace a reklamy ze dne 1. 3. 2011. Ve zmíněné smlouvě, uzavřené mezi žalobcem (objednatel) a uvedenou společností (dodavatel), se v bodě 5.1 uvádí, že žalobce bude prezentován v pozici partnera akcí Natruc Kolín 2011, Festonda Cup 2011 a Cirkus Cirkus Classic 2011 a dodavatel zajistí umístění loga žalobce na billboardových plochách a tiskovinách spojených s propagací akce a dle možností zajistí umístění reklamního banneru a reklamních a marketingových nástrojů na akci.

[19] Výdaj v celkové výši 1 568 000 Kč žalobce uplatňoval rovněž za reklamu a propagaci zadanou u společnosti PromoProdukce - Event, tentokrát však na základě smlouvy o zabezpečení propagace a reklamy ze dne 16. 8. 2011. Daná smlouva byla uzavřena mezi stejnými subjekty a v jejím bodě 5.1 se uvádí, že žalobce bude prezentován v pozici partnera akce Cirkus Cirkus Classic 2011 a dodavatel zajistí umístění loga žalobce na billboardových plochách a tiskovinách spojených s propagací akce a dle možností zajistí umístění reklamního banneru a reklamních a marketingových nástrojů na akci. Dle sdělení žalobce ale byla touto smlouvou zprostředkována reklama pro společnost OLBENA.

[20] Žalobce předně namítl nepřezkoumatelnost napadeného rozhodnutí spočívající v tom, že žalovaný ve svém rozhodnutí nedostatečně zhodnotil důkazní prostředky, z nichž vycházel. Totéž dle žalobce platí i pro jemu předcházející rozhodnutí správce daně (blíže viz body [6] a [7] výše).

[21] Nepřezkoumatelné je takové správní rozhodnutí, z něž nelze zjistit, jak správní orgán rozhodl, o čem rozhodl či proč rozhodl zrovna tak, jak rozhodl. Nepřezkoumatelnost může spočívat buď v nesrozumitelnosti, či v nedostatku důvodů. Za nepřezkoumatelné pro nesrozumitelnost lze obecně považovat takové rozhodnutí, z jehož výroku nelze zjistit, jak vlastně bylo ve věci rozhodnuto, případně rozhodnutí, jehož výrok je vnitřně rozporný. Pod tento pojem spadají i případy, kdy nelze rozeznat, co je výrok a co odůvodnění, kdo jsou účastníci řízení a kdo byl rozhodnutím zavázán (viz např. rozsudek Nejvyššího správního

source not found.

soudu ze dne 4. 12. 2003, č. j. 2 Ads 58/2003 – 75). O nepřezkoumatelnosti pro nedostatek důvodů lze hovořit tehdy, pokud se správní orgán v rozhodnutí řádně nevypořádá se všemi námitkami účastníků řízení, případně své rozhodnutí neodůvodní vůbec nebo nedostatečně vzhledem k požadavkům zákona. Z odůvodnění rozhodnutí tedy musí být zřejmé, které skutečnosti správní orgán vzal za podklad svého rozhodnutí, proč považuje skutečnosti předestírané účastníkem za nerozhodné, nesprávné, nebo jinými řádně provedenými důkazy vyvrácené, podle které právní normy rozhodl a jakými úvahami se řídil při hodnocení důkazů. Musí z něj jednoznačně vyplývat, že se správní orgán posuzovanou věcí zabýval, neopomenul žádné účastníkovy námitky a přihlédl i k námitkám strany druhé. Zároveň z něj musí plynout vztah mezi skutkovými zjištěními a úvahami při hodnocení důkazů na straně jedné a právními závěry na straně druhé (viz např. rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 23. 7. 2008, č. j. 3 As 51/2007 – 84, a ze dne 7. 9. 2011, č. j. 6 Ads 99/2011 – 43).

[22] V nyní posuzované věci jsou závěry správních orgánů vtěleny jednak v odůvodnění žalobou napadeného rozhodnutí žalovaného, jednak ve zprávě o daňové kontrole ze dne 11. 2. 2015 (kterou je, v souladu s § 147 odst. 4 daňového řádu, nutno považovat za odůvodnění prvostupňového správního rozhodnutí). Krajský soud prostudoval obě tato rozhodnutí a neshledal jejich nepřezkoumatelnost.

[23] Správce daně ve zprávě o daňové kontrole podal důkladný rozbor důkazních prostředků, z nichž při svém rozhodování vycházel. Za účelem prokázání oprávněnosti výdajů v celkové výši 1 135 000 Kč si správce daně nejprve vyžádal závěrečné zprávy k jednotlivým akcím, na něž odkazuje smlouva ze dne 1. 3. 2011. Žalobcem dne 28. 1. 2013 předložené písemnosti ale nepovažoval za průkazné, zjistil totiž četné rozpory mezi žalobcem předloženými písemnostmi a důkazy, které si opatřil z jiných zdrojů (např. odlišná podoba plakátů předložených žalobcem a plakátů, které si správce daně vyžádal od třetích osob apod.). V reakci na dotaz správce daně, jak předložené závěrečné zprávy dokládají provedení propagace a reklamy dle smlouvy ze dne 1. 3. 2011, žalobce dne 11. 3. 2013 předložil složku označenou Souhrnná reklamní tištěná kampaň značky Jam Rock na akcích Jam Rock, Festonda Cup, Natruc Kolín a Cirkus Cirkus Classic. Rovněž tyto důkazy správce daně hodnotil tak, že neosvědčují žalobcem tvrzené skutečnosti, a tak žalobce opětovně vyzval k prokázání uskutečnění reklamy a propagace dodavatelem PromoProdukce – Event. Žalobce následně navrhl, aby správce daně vyslechl svědka A. K., který byl v roce 2011 jednatelem společnosti PromoProdukce – Event. K výsledku uvedeného svědka došlo dne 18. 9. 2013, podle správce daně ale ani tato svědecká výpověď neodstranila jeho pochybnosti. Podrobný popis těchto důkazních prostředků (včetně jejich zhodnocení) je obsažen na str. 3–13 zprávy o daňové kontrole.

[24] Správce daně na str. 11 zprávy shrnul, že „nepovažuje za prokázané, že prezentace značky JamRock v rámci kulturních akcí Natruc Kolín 2011, Festonda Cup 2011 a Cirkus Cirkus Classic 2011 proběhla v rozsahu, čase a za dohodnutou cenu, jak se daňový subjekt snažil předloženými listinami prokázat. Správce daně prokazatelně zpochybnil, že logo JamRock bylo uvedeno na webových stránkách propagujících jednotlivé kulturní akce, že bannery s logem JamRock byly zavěšeny v místě konání kulturních akcí, že na vyfotografovaných autobusových zastávkách a billboardech byl vylepen plakát se značkou JamRock. Svědek, jehož výpověď se uskutečnila na návrh daňového subjektu, sice připustil, že společnost PromoProdukce – Event, spol. s r.o. s daňovým subjektem spolupracovala, nedokázal však specifikovat rozsah a předmět poskytnutých reklamních služeb a období, ve kterém mělo dojít k zajištění reklamních služeb. Navíc svědek uvedl, že umístění reklamních bannerů v místě konání akcí a prezentaci značky klienta na webových stránkách jednotlivých

source not found.

akcí nezpлатňují, jedná se o doplňkovou formu prezentace klienta. Toto sdělení je v přímém rozporu s tvrzením daňového subjektu a s předloženými důkazními prostředky. Daňový subjekt neunesl důkazní břemeno v souladu s ustanovením § 92 odst. 3 daňového řádu, neprokázal, že se reklama uskutečnila tak, jak předloženými doklady deklaruje (...) Ani listiny zaslané 3. osobami neprokazují prezentaci loga JamRock (pořadatelé akcí Natruc Kolín 2011, Festonda Cup 2011 předložili listiny, na kterých není logo daňového subjektu prezentováno).“

[25] Pochybnosti správce daně vycházely rovněž z toho, že žalobce nepředložil žádné důkazní prostředky, které by prokazovaly grafickou úpravu loga JamRock předaného společnosti PromoProdukce – Event, které tato společnost použila v rámci poskytovaných reklamních služeb (předložené listiny obsahují dvě verze loga). Správce daně dále při porovnávání předložených důkazů zjistil, že shodné číslo objednávky 62438 a období od 1. 10. 2011 do 28. 11. 2011 je uvedeno u dvou rozdílných akcí prezentujících dva rozdílné subjekty, a to u akce Cirkus Cirkus Classic a u akce Mikulášská v cirkuse, která nebyla uvedena ve smlouvě mezi akcemi, na kterých měl být žalobce prezentován podle smlouvy uzavřené dne 1. 3. 2011 (závěrečnou zprávou z akce Mikulášská v cirkuse žalobce dokládal zprostředkování reklamy pro společnost OLBENA). V důkazech, kterými žalobce prokazoval uskutečnění reklamy v rámci akce Cirkus Cirkus Classic a zprostředkování reklamy pro společnost OLBENA, tedy u dvou rozdílných akcí prezentujících dva rozdílné subjekty, byla také zařazena zcela shodná fotografie.

[26] Správce daně dále poukázal na způsob, jakým měla být provedena úhrada za poskytnuté služby (zaevidování do výdajů v daňové evidenci proběhlo formou interních dokladů, nikoliv na základě dokladů o platbě). Žalobce úhradu dokladů č. FV113042 a FV113067 prokazoval mj. písemností o převodu peněz z bankovního účtu společnosti JR Media CZ s.r.o. (dále jen „JR Media CZ“), přestože obchodní vztah na základě předložené smlouvy o zabezpečení propagace a reklamy ze dne 1. 3. 2011 měl být uzavřen mezi společností PromoProdukce – Event a žalobcem, nikoliv společností JR Media CZ. Žalobce předložil ke kontrole evidenci závazků ke dni 31. 12. 2011 a v předložené evidenci byly vyčísleny závazky v celkové výši 3 572 000 Kč, které zahrnovaly i závazky z dokladů č. FV113042 (522 000 Kč) a FV113067 (559 400 Kč), ač měly být dle jiných písemností předložených žalobcem v této době zcela uhrazeny. Do evidence závazků nebyl k dodavateli PromoProdukce zaevidován pouze závazek ve výši 280 600 Kč z dokladu č. FV113067. Závazky ke dni 31. 12. 2011 ve výši 3 572 000 Kč žalobce uvedl i v příloze daňového přiznání za zdaňovací období roku 2011. Žalobce poté správci daně sdělil, že výše závazků v daňovém přiznání je chybně uvedena z důvodu chybného součtu a následně doložil novou evidenci závazků ke dni 31. 12. 2011 na celkovou částku 572 000 Kč. Tuto nově předloženou evidenci závazků však správce daně považoval za účelově dodatečně vytvořený dokument. Žalobce tedy dle správce daně nedokázal uspokojivě vysvětlit a prokázat, zda a v jaké výši uhradil společnosti PromoProdukce – Event doklady č. FV113042 a FV113067.

[27] K prokázání oprávněnosti výdaje ve výši 1 568 000 Kč žalobce předložil správci daně zejména závěrečnou zprávu z akce Cirkus Cirkus Classic a závěrečnou zprávu z akce Mikulášská v cirkuse. Tyto důkazy ale dle správce daně neprokazovaly, že došlo k dodání deklarované služby. Smlouva ze dne 16. 8. 2011, na základě které měla být předmětná služba (propagace společnosti OLBENA), poskytnuta totiž neobsahuje ujednání, ze kterého by bylo patrné, že předmětem smlouvy je prezentace značky OLBENA. Žalobce navíc v roce 2011 zajišťoval reklamní služby společnosti OLBENA i ve vlastní režii. Pochybnosti správce daně

source not found.

neodstranila ani výpověď svědka A. K. (v podrobnostech viz str. 13–17 zprávy o daňové kontrole).

[28] Žalobce dle správce daně dále neprokázal úhrady (platby) dokladů č. FV113068, FV113069, FV113079, 113091 a v částečné výši i dokladu č. FV113116 (tedy úhradu dokladů, kterými dokládal posuzovaný výdaj v celkové výši 1 568 000 Kč). Do daňové evidence úhradu těchto dokladů vůbec nezaevidoval, výdaje na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů ve výši 1 568 000 Kč odečetl od příjmů na základě interních dokladů s označením ID 23 až 27. Přijaté doklady č. FV113068, FV113069, FV113079, 113091 a FV113116 obsahují údaj o způsobu platby „převodem“ i údaj o čísle bankovního účtu dodavatele. Žalobce však v průběhu daňové kontroly tvrdil, že k úhradě došlo v hotovosti, a to přesto, že měl zřízen bankovní účet, ze kterého mohl doklady (znějící na částky přesahující zákonný limit pro platby v hotovosti) uhradit. Správce daně konstatoval, že smyslem uvedeného tvrzení žalobce bylo zastříti stopu finančních prostředků a znemožnit jejich dohledání správcem daně. K těmto i dalším skutečnostem, jež činily předmětné platby nevěrohodnými, viz v podrobnostech str. 17 a 18 zprávy o daňové kontrole.

[29] Žalobce tedy dle správce daně neprokázal svá tvrzení, podle nichž společnost OLBENA byla na uvedených akcích prezentována právě na základě smlouvy o zabezpečení propagace a reklamy ze dne 16. 8. 2011. Žalobce neprokázal, v jakém rozsahu přijal od této společnosti předmět plnění uvedený na dokladech č. FV113068, FV113069, FV113079, 113091 a FV113116. Neprokázal, v souladu s § 92 odst. 3 daňového řádu, že uplatněné výdaje společnosti PromoProdukce – Event v celkové výši 1 568 000 Kč vynaložil na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů v souladu s § 24 odst. 1 zákona o daních z příjmů.

[30] Výsledné závěry kontroly daně z příjmů fyzických osob jsou pak shrnuty na str. 19–22 zprávy o daňové kontrole, na str. 39–43 zprávy správce daně souhrnně reaguje na vyjádření žalobce k výsledkům (všech) kontrolních zjištění.

[31] Žalovaný v žalobou napadeném rozhodnutí nejprve shrnul průběh daňové kontroly a závěry správce daně, na str. 8–12 daného rozhodnutí pak vypořádal žalobcem v odvolání uplatněné námitky. Závěry, k nimž dospěl správce daně, aproboval.

[32] Žalobce považuje za nedostatečně vypořádaný odvolací bod, kterým namítal nesprávné hodnocení důkazních prostředků. K tomu krajský soud podotýká, že žalobce ve svém prvním doplnění (původně blanketního) odvolání ze dne 18. 4. 2015 formuloval daný odvolací bod značně obecně. Teprve v druhém doplnění odvolání, učiněném dne 27. 11. 2015, tedy dávno po uplynutí lhůty pro doplnění odvolání, žalobce tento odvolací bod blíže rozvedl. Žalovaný nicméně i na toto rozvedení předmětného odvolacího bodu ve svém rozhodnutí reagoval. Na str. 10 napadeného rozhodnutí uvedl, že z něj neplynou žádné skutečnosti, které by mohly změnit dosavadní závěry. Konstatoval, že se zde žalobce vyjadřoval k hodnocení důkazů správcem daně. Nejprve objasňoval způsob, jakým probíhá vylepování plakátů na kulturní akce, tj. uskutečnění služeb, jejichž přijetí od deklarovaného dodavatele správce daně zpochybňuje. Žalobce popisoval služby, které poskytovatel výlepu reklamních plakátů dokáže zpeněžit spojením jiných zájemců s akcí zadavatele, kdy zadavatelé mají uvedeny na svých reklamních plakátech sponzorské subjekty, které nemají žádnou ekonomickou souvislost se zadavatelem, ovšem tento sponzorský subjekt platí za tuto reklamní službu tím, že hradí např. výlep plakátů. Podle žalovaného tato námitka nikterak neprokazovala deklarované výdaje na reklamu. K žalobcem předloženému vyjádření z Asociace českých reklamních agentur a

source not found.

marketingové komunikace ze dne 11. 11. 2015 pak žalovaný uvedl, že zde obsažený odborný názor na různé obchodní strategie má pro účely vedeného daňového řízení jen okrajový význam.

[33] Krajský soud shledává takové vypořádání daného odvolacího bodu sice stručné, avšak zcela jistě ne nepřezkoumatelné. Krajskému soudu není zřejmé, co přesně si žalobce představuje pod tím, že žalovaný měl „*podrobit revizi*“ hodnocení důkazních prostředků ze strany prvoinstančního správního orgánu. Správce daně provedl podrobné zhodnocení důkazních prostředků. Žalobce v odvolání polemizoval pouze s některými z četných pochybností vyslovených správcem daně stran žalobcem uplatněných tvrzení. Bylo tak naprosto dostačující, pokud žalovaný nejprve shrnul závěry správce daně, obecně uvedl, že se s nimi ztotožňuje, a pak se blíže vyjádřil k jednotlivým dílčím otázkám vzneseným žalobcem v odvolání. Vzhledem k tomu, že řízení před správcem daně a žalovaným tvoří jeden celek, nebylo zapotřebí, aby žalovaný vlastními slovy znovu opakoval vše, co již před ním uvedl správce daně ve zprávě o daňové kontrole.

[34] Žalobní námitka, že rozhodnutí žalovaného je nepřezkoumatelné a že v celém daňovém řízení absentovalo řádné zhodnocení důkazů, je tedy nedůvodná.

[35] V doplnění žaloby ze dne 25. 8. 2016 již žalobce rozporoval také věcné závěry finančních orgánů, tj. samotné hodnocení důkazů finančními orgány (ke shrnutí zde obsažených námitek viz body [8] až [12] výše). Žalobce zde ale neuplatnil žádné výhrady vůči závěrům správce daně a žalovaného týkajícím se oprávněnosti uplatnění druhé skupiny výdajů, tj. výdajů v celkové výši 1 568 000 Kč, uplatněných na základě smlouvy o zabezpečení propagace a reklamy ze dne 16. 8. 2011. Žalobce sice v daném doplnění žaloby výslovně nespecifikoval, ke které smlouvě o zabezpečení propagace a reklamy a tedy ke kterým výdajům se vyjadřuje, z kontextu je však zřejmé, že jeho námitky se týkají pouze výdajů v celkové výši 1 135 000 Kč, uplatněných na základě smlouvy o zabezpečení propagace a reklamy ze dne 1. 3. 2011 (hovoří se zde o prezentaci v pozici partnera na třech akcích, rozebírá se hodnocení fotografií vylepených plakátů ze strany finančních orgánů, předmětné doplnění žaloby je uzavřeno konstatováním, že žalobce „*byl prezentován v rámci prezentace PromoProdukce – Event*“ atd.). Krajský soud se tak nebude nijak zabývat věcnými závěry finančních orgánů týkajícími se výdajů v celkové výši 1 568 000 Kč. Řízení ve správním soudnictví je ovládáno dispoziční zásadou a není úkolem soudu, aby za žalobce domýšlel námitky proti rozhodnutí správního orgánu.

[36] Podle finančních orgánů žalobce neprokázal, že výdaj ve výši 1 135 000 Kč vynaložil na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů ve smyslu § 24 odst. 1 zákona o daních z příjmů.

[37] Podle § 24 odst. 1 zákona o daních z příjmů „*[v]ýdaje (náklady) vynaložené na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů se pro zjištění základu daně odečtou ve výši prokázané poplatníkem a ve výši stanovené tímto zákonem a zvláštními předpisy. Ve výdajích na dosažení, zajištění a udržení příjmů nelze uplatnit výdaje, které již byly v předchozích zdaňovacích obdobích ve výdajích na dosažení, zajištění a udržení příjmů uplatněny. Pokud poplatník účtuje v souladu se zvláštním právním předpisem některé účetní operace kompenzovaně, posuzují se náklady, jejichž uznatelnost je limitována výší příjmů s nimi souvisejících, obdobně jako by byly účtovány odděleně náklady a výnosy.*“

source not found.

[38] Judikatura Nejvyššího správního soudu k citovanému ustanovení zákona o daních z příjmů tradičně zdůrazňuje, že ne každý výdaj (náklad) může obstát jako výdaj daňově uznatelný. Daňový subjekt, který výdaj zanechá do svého účetnictví a následně daňového přiznání, je povinen v případě pochybností prokázat, že jej skutečně vynaložil, a to tím způsobem, který deklaroval na příslušném účetním dokladu. Stejně tak je v případě pochybností povinen prokázat existenci přímého a bezprostředního vztahu mezi sporným výdajem a očekávanými příjmy (viz např. rozsudky ze dne 12. 4. 2006, č. j. 5 Afs 40/2005 – 81, ze dne 31. 5. 2007, č. j. 9 Afs 30/2007 – 73, a ze dne 19. 2. 2009, č. j. 1 Afs 132/2008 – 82).

[39] Pokud jde o důkazní břemeno, pak krajský soud připomíná, že daňové řízení je postaveno na zásadě, podle níž každý daňový subjekt má povinnost sám daň přiznat, tedy má břemeno tvrzení, ale také povinnost toto své tvrzení doložit, tj. má i břemeno důkazní. Toto své břemeno daňový subjekt plní v důkazním řízení, které vede správce daně. Podle § 92 odst. 3 daňového řádu daňový subjekt prokazuje všechny skutečnosti, které je povinen uvádět v řádném daňovém tvrzení, dodatečném daňovém tvrzení a dalších podáních. Pokud to vyžaduje průběh řízení, může správce daně vyzvat daňový subjekt k prokázání skutečností potřebných pro správné stanovení daně, a to za předpokladu, že potřebné informace nemůže získat z vlastní úřední evidence (§ 92 odst. 4 daňového řádu). Pravidlo, že v daňovém řízení nese důkazní břemeno daňový subjekt, má však některé výjimky – například podle § 92 odst. 5 písm. c) citovaného zákona správce daně prokazuje skutečnosti vyvracející věrohodnost, průkaznost, správnost či úplnost povinných evidencí, účetních záznamů, jakož i jiných záznamů, listin a dalších důkazních prostředků uplatněných daňovým subjektem. Uvedená ustanovení daňového řádu vytvářejí vyvážený komplex povinností tvrzení a důkazních povinností mezi daňovým subjektem a správcem daně (viz např. rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 30. 1. 2008, č. j. 2 Afs 24/2007 – 119, a ze dne 22. 10. 2008, č. j. 9 Afs 30/2008 – 86).

[40] Žalobce namítá, že uskutečnění reklamy (provedení služeb) prokazoval dokumentací k jednotlivým akcím. Krajský soud však souhlasí s finančními orgány, že žalobce předložením předmětné dokumentace své důkazní břemeno neunesl.

[41] Žalobce správci daně nejprve (dne 28. 1. 2013) předložil závěrečné zprávy k jednotlivým akcím. V závěrečné zprávě k akci Festonda Cup 2011 bylo zobrazeno logo propagovaného hudebního festivalu pořádaného žalobcem (JamRock) na předloženém plakátu, na vytištěné stránce znázorňující loga firem a na počítačovou tiskárnu vytištěném letáčku s názvem a grafickým logem akce Festonda Cup. Správce daně ale na internetu vyhledal webové stránky festivalu Festonda Cup 2011, které zobrazují stejný letáček s názvem a grafickým logem akce Festonda Cup jako v předložené závěrečné zprávě, avšak v místě, kde se na žalobcem předloženém letáčku nacházel pruh s reklamními logy včetně loga JamRock, je na webových stránkách umístěn pruh s logy jiných firem, přičemž logo JamRock mezi nimi není. Správce daně dále získal od pořadatele akce Festonda Cup (agentury Festonda Production) plakát Festonda Cup 2011 a odkaz na webovou stránku s umístěnými fotografiemi z místa konání akce. Loga partnerů uvedená na tomto plakátu se shodují s logy partnerů umístěnými na webových stránkách akce, logo JamRock tedy mezi nimi není. V závěrečné zprávě k akci Natruc Kolín bylo logo JamRock zobrazeno na stránce znázorňující loga různých firem, na počítačovou tiskárnu vytištěných plakátech akce Natruc a na plakátu akce Natruc. Správce daně ale od pořadatele festivalu Natruc získal plakáty, na nichž není logo JamRock znázorněno. V závěrečné zprávě k akci Cirkus Cirkus Classic 2011 nebylo logo hudebního festivalu JamRock uvedeno vůbec.

[42] Poté (dne 11. 3. 2013) žalobce předložil správci daně složku označenou Souhrnná reklamní tištěná kampaň značky Jam Rock na akcích Jam Rock, Festonda Cup, Natruc Kolín a Cirkus Cirkus Classic.

[43] Souhrnná reklamní tištěná kampaň značky Jam Rock na akci Festonda Cup obsahovala počítačovou tiskárnou vytištěné plakáty a fotografie autobusových zastávek polepených plakáty se znázorněnou šipkou směřující na místo, kde má být plakát akce Festonda vylepen, dále vytištěnou fotografii zobrazující zavěšené bannery (reklamní plachty) na oplocení. Správce daně uvedené fotografie zhodnotil tak, že neumožňují ověřit, zda na plakátech označených šipkami jsou skutečně znázorněna loga JamRock, neboť plakáty jsou nečitelné. Na některých tištěných fotografiích není ani zřetelné, zda je na zastávce skutečně vylepen plakát akce Festonda. S tímto hodnocením krajský soud po seznámení se s uvedenou složkou (založenou ve správním spisu) souhlasí. Správce daně dále poukázal na skutečnost, že fotografie neobsahují ani údaje o místě a čase jejich zhotovení. K vytištěné fotografii s bannery zavěšenými na oplocení správce daně uvedl, že dříve předložená závěrečná zpráva obsahuje fotografii shodného místa, ovšem s tím rozdílem, že na místě, na němž měl být (dle fotografie ze souhrnné zprávy) zavěšen banner JamRock, je zobrazen banner společnosti Oresi-kuchyně. Ostatní reklamní bannery jsou přitom na obou fotografiích shodné (jak krajský soud ověřil ze správního spisu, je tomu skutečně tak).

[44] Souhrnná reklamní tištěná kampaň značky Jam Rock na akci Natruc Kolín obsahovala výtisk webové stránky akce Natruc s vyobrazenými logy partnerů (znázorněná šipka ukazuje na logo JamRock), počítačovou tiskárnou vytištěné plakáty akce Natruc a stránku s textem o umístění billboardů, včetně fotodokumentace billboardů. Podle správce daně však kvalita tisku neumožňuje ověřit loga partnerů akce umístěných na plakátu. Správce daně dále konstatoval, že výtisk shodné webové stránky (dle časového údaje uvedeného v pravém dolním rohu obrazovky počítače se shodoval i čas) byl zařazen i v dříve předložené závěrečné zprávě k akci Natruc Kolín, avšak na místě, kde mělo být (dle výtisku ze souhrnné zprávy) umístěno logo JamRock, bylo zobrazeno logo společnosti Dalkia Kolín. Vytištěné plakáty akce Natruc Kolín znázorňovaly logo JamRock na liště v dolní části plakátů, ale na shodném plakátu zaslaném správci daně třetí osobou bylo na totožném místě zobrazeno logo společnosti KOMAXO s.r.o. Také s tímto hodnocením krajský soud souhlasí.

[45] Souhrnná reklamní tištěná kampaň značky Jam Rock na akci Cirkus Cirkus Classic obsahovala počítačovou tiskárnou vytištěnou stránku s textem o výlepu billboardů, 6 stránek s vytištěnými fotografiemi billboardů, stránku s textem o plakátové kampani, 49 stran vytištěných fotografií zastávek, vytištěné 3 druhy plakátů akce Cirkus Cirkus Classic se znázorněnou šipkou směřující na logo JamRock, výtisk webové stránky znázorňující loga různých firem a šipku směřující na logo JamRock a vytištěnou fotografii bannerů (reklamních plachet) umístěných na vnějším oplocení místa konání akce se šipkou směřující na reklamní plachtu s logem JamRock. Správce daně však poukázal na to, že fotografie místa shodného s místem zobrazeným na předložené vytištěné fotografii reklamních plachet byla zařazena i v dříve předložené závěrečné zprávě k akci Cirkus Cirkus Classic, přičemž namísto reklamní plachty s logem JamRock na ní byla vyfocena plachta s logem společnosti A.P.auto. Správce daně dále uvedl, že vytištěné fotografie zastávek a billboardů neumožňují ověřit, zda na plakátech označených šipkami jsou skutečně loga JamRock, neboť plakáty jsou nečitelné. Výtisky 3 druhů plakátů Cirkus Cirkus Classic byly zařazeny také v závěrečné zprávě k akci Cirkus Cirkus Classic, ale logo JamRock zde na nich nebylo uvedeno. Fotografie zastávek a billboardů dále neobsahují údaje o čase jejich zhotovení (u zastávek ani o jejich umístění).

source not found.

Výtisk webové stránky akce Cirkus Cirkus Classic znázorňoval i logo JamRock, na výtisku shodné webové stránky (dle časového údaje uvedeného v pravém dolním rohu obrazovky počítače se shoduje i čas pořízení otisku stránky) zařazeném v závěrečné zprávě k akci Cirkus Cirkus Classic logo JamRock zobrazeno nebylo (na jeho místě se nacházelo logo společnosti LIKOST). Rovněž s tímto hodnocením se krajský soud ztotožňuje.

[46] Žalobce dále prokazoval uskutečnění reklamy výsledkem tehdejšího jednatele dodavatele (A. K.), ani tímto důkazem však dle názoru krajského soudu žalobce své důkazní břemeno neunesl. Pan K. vypověděl, že společnost PromoProdukce - Event nenabízela umístění reklamních bannerů v místě konání akce, jednalo se o jakousi přidanou hodnotu, kterou společnost neúčtovala. Totéž mělo platit pro prezentaci na webových stránkách. K rozdílu v zavěšených bannerech znázorňujících loga společnosti JamRock a Oresi na akci Festonda Cup dle něj došlo z důvodu převěšení banneru JamRock bannerem společnosti Oresi jako generálního partnera, u akce Cirkus Cirkus Classic pak došlo k výměně bannerů zřejmě z důvodu poškození banneru s logem JamRock vlivem povětrnostních podmínek. K rozdílným podobám plakátů předložených správcem daně (s logem JamRock, či bez něj) uvedl, že vzniká několik plakátů, které se obměňují. Společnost PromoProdukce - Event dostala od pořadatelů akcí prostor pro prezentaci vlastních klientů. K dotazům správce daně svědek uvedl, že si již nepamatuje, v jakém období společnost PromoProdukce - Event zajišťovala pro žalobce reklamu. Dále vypověděl, že si již nepamatuje, co bylo předmětem reklamních služeb, kdo nebo co bylo jejich prostřednictvím propagováno, jaké reklamní služby pro žalobce uvedená společnost v roce 2011 prezentovala.

[47] Žalobce namítá, že požadavek na pečlivé zdokumentování každého výlepu dle představ správce daně by byl nereálný a neekonomický. Požadavky správce daně jdou dle žalobce nad racionální požadavek na unášení důkazního břemene. Krajský soud těmito námitkám nepřisvědčil. Bylo na žalobcově uvážení, jaké důkazní prostředky zvolí k prokázání svých tvrzení. Není chybou správce daně, že důkazní prostředky, které předložil, jsou buď neprůkazné, nebo dokonce vzájemně rozporné. Případně že jsou v rozporu s důkazními prostředky, které si správce daně obstaral sám. Žalobce se některé tyto rozpory snažil v průběhu daňového řízení vysvětlit, například tvrzením, že existovalo více verzí plakátů, což má být důvodem toho, že na plakátech, které si správce daně vyžádal od pořadatelů jednotlivých akcí, jeho logo není. Nebo tvrzením, že plachta s logem JamRock byla na akci Festonda Cup 2011 vylepena až v jejím průběhu (čímž vysvětloval, proč je na jedné fotografii uvedené logo a na jiné fotografii z totožného místa logo společnosti Oresi). Totéž tvrdil i svědek K. Krajský soud však, ve shodě s finančními orgány, shledává tato vysvětlení nevěrohodnými. Jistě si lze představit, že v ojedinělých případech může dojít například k tomu, že reklamní předmět předložený daňovým subjektem se bude částečně lišit od obdobného předmětu získaného z jiného zdroje. V posuzovaném případě však k takové situaci došlo v tolika případech, že krajský soud jen těžko může věřit všem žalobcovým vysvětlením vyvstalých rozporů. Navíc je třeba zopakovat, že řada rozporů vyplývá i z porovnání jednotlivých důkazů předložených samotným žalobcem. Pokud jde o výpověď svědka K., nelze přehlédnout, že některá jeho tvrzení jsou v přímém rozporu s tím, co dříve v řízení uváděl žalobce (například že umístění reklamních bannerů v místě konání akcí a prezentaci značky klienta na webových stránkách jednotlivých akcí společnost PromoProdukce - Event nezpoplatňuje). Dále nelze opomenout, že žalobce nijak nerozporuje mnohé správcem daně vyslovené pochybnosti (viz např. body [25] a [26] výše).

[48] Krajský soud shrnuje, že žalobce v daňovém řízení neprokázal, že výdaj ve výši 1 135 000 Kč vynaložil na dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů ve smyslu § 24

source not found.

odst. 1 zákona o daních z příjmů. Žalobní námitky, kterými napadá uvedený závěr finančních orgánů, jsou nedůvodné.

V. Závěr a náklady řízení

[49] Krajský soud z výše uvedených důvodů shledal, že námitky uplatněné žalobcem jsou nedůvodné. Jelikož v řízení nevyšly najevo ani žádné vady, k nimž musí přihlížet z úřední povinnosti, zamítl žalobu dle § 78 odst. 7 s. ř. s.

[50] Výrok o nákladech řízení se opírá o ustanovení § 60 odst. 1 s. ř. s. Žalobce nemá právo na náhradu nákladů řízení, neboť ve věci neměl úspěch; žalovanému správnímu orgánu, kterému by jinak jakožto úspěšnému účastníku řízení právo na náhradu nákladů řízení příslušelo, náklady řízení nad rámec jeho běžné úřední činnosti nevznikly.

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 nejbližší 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.

Hradec Králové 31. srpen 2017

JUDr. Magdalena Ježková v. r.
předsedkyně senátu

Za správnost vyhotovení:

R. V.