



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Městský soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Ludmily Sandnerové a soudců Mgr. Milana Taubera a JUDr. Jitky Hroudové v právní věci žalobce: **GECO, a.s.**, se sídlem v Praze 8, Pod Čimickým hájem 190/11, IČ: 630 80 737, zastoupeného JUDr. Filipem Winterem, advokátem, se sídlem v Praze 1, Mostecká 21, proti žalovanému: **Ministerstvo průmyslu a obchodu**, se sídlem v Praze 1, Na Františku 32, o žalobě proti rozhodnutí žalovaného ze dne 15. března 2011, č.j. 7478/11/04400, PID: MIPOX01K1DBY,

t a k t o:

- I. **Žaloba se z a m í t á.**
- II. **Žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení.**

O d ů v o d n ě n í

Žalobou podanou u Městského soudu v Praze se žalobce domáhal zrušení rozhodnutí Ministerstva průmyslu a obchodu (dále jen „ministerstvo“ nebo „žalovaný“) blíže označeného v záhlaví tohoto rozsudku, kterým ministerstvo zamítlo odvolání žalobce a potvrdilo rozhodnutí Magistrátu hlavního města Prahy, odboru živnostenského a občanskosprávního (dále jen „magistrát“ nebo „správní orgán I. stupně“) ze dne 8.2.2011, č.j. MHMP 150370/10/B/Fl-1183. Tímto rozhodnutím správní orgán I. stupně žalobci jako zpracovateli reklamy uložil za správní delikt podle § 8a odst. 3 písm f) 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“) pokutu ve výši 80 000,- Kč, kterého se jmenovaná společnost měla dopustit tím, že porušila podmínky pro obsah reklamy stanovené v § 3 odst. 6 písm. b) citovaného zákona na reklamu na tabákové výrobky.

Současně bylo uloženo jmenované společnosti jednak ukončení předmětné reklamní prezentace na tabákový výrobek zn. Mini MOODS“ dle § 7c odst. 1 zákona o regulaci reklamy, neboť je v rozporu s § 3 odst. 6 písm. b) tohoto zákona, a to do 30 dnů od právní moci rozhodnutí a jednak nahrazení nákladů řízení paušální částkou ve výši 1000,- Kč podle § 79 odst. 5 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „správní řád“) a podle vyhl. č. 520/2005 Sb., o rozsahu hotových výdajů a ušlého výdělku.

Žalovaný v odůvodnění napadeného rozhodnutí nejprve stručně popsal průběh správního řízení a po přezkoumání řízení k jednotlivým odvolacím námitkám uvedl následující:

- *k námitce, že napadené rozhodnutí je založeno na nesprávném právním posouzení věci, když zákon o regulaci reklamy stanoví, že reklama na tabákové výrobky nesmí nabádat ke kouření, čímž zákonodárce postihuje reklamu nabádající ke kouření jako takovému, nikoli však reklamu propagující jednu značku, že zákonodárce jednoznačně zakazuje reklamu, která nabádá ke kouření.* V ust. § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy je mj. uvedeno, že reklama na tabákové výrobky nesmí nabádat ke kouření slovy nebo například tím, že zobrazuje scény s otevřenými krabičkami cigaret nebo scény, kde lidé kouří nebo drží cigarety, balíčky cigaret nebo jiné tabákové výrobky nebo kuřácké potřeby; výčet nabádavých jednání je v citovaném ustanovení pouze demonstrativní. Reklama zobrazující otevřenou krabičku doutníků, jeden doutník ležící přes krabičku, druhý zobrazený v detailu, to vše s textem „Dlouhý filtr“, „Příjemné aroma, skvělá chuť“ je reklamou, která nabádá ke kouření a je v rozporu s citovaným ustanovením § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy. Uvedený zákaz se týká jakékoliv reklamy na tabákové výrobky, tedy i reklamy na doutníky „Mini MOODS“. Uvedené ustanovení nereguluje reklamu na tabákové výrobky podle skupin jejich případných zájemců tzn. není rozhodující, zda tato reklama oslovuje kuřáky či nekuřáky. Předmětnou reklamu nelze posuzovat jako reklamu, která nenabádá ke kouření jako takovému a pouze v rámci legálních možností propaguje konkrétní tabákový výrobek určité značky, jak namítá odvolatel. Pokud zákonodárce spatřuje nabádavý charakter reklamy např. v zobrazení otevřené krabičky cigaret, je zřejmé, že stejný tj. nabádavý charakter má i reklama zobrazující otevřenou krabičku jiného tabákového výrobku, v daném případě doutníků „Mini MOODS“. Pokud odvolatel zpracoval reklamu na tabákové výrobky v podobě, kterou zákon zakazuje, je oprávněně postižen uložením pokuty;

- *k námitce, týkající se zákonné možnosti propagace konkrétních tabákových výrobků určité značky, že posuzovaná reklama sice obsahuje i údaj o značce výrobku, nicméně svým obsahem (otevřená krabička doutníků s jedním vyjmutým doutníčkem položeným přes roh otevřené krabičky) je zcela jednoznačně reklamou na tabákový výrobek (viz též § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy).* Nadto je předmětná reklama označena povinným varováním podle § 3 odst. 5 zákona o regulaci reklamy, což by zpracovatel neučinil, pokud by se domníval, že nepropaguje tabákový výrobek. Dále odvolací orgán upozornil i na ust. § 3 odst. 2 písm. b) zákona o regulaci reklamy, které stanoví, že reklamou na tabákové výrobky se rozumí i reklama, která se přímo nezmiňuje o tabákovém výrobku, ale využívá jeho ochranné známky, emblému nebo jiného charakteristického rysu – i taková reklama proto musí splňovat požadavky § 3 odst. 6 písm. b) citovaného zákona, tedy nesmí nabádat ke kouření. I v případě povolené reklamy na tabákové výrobky podle § 3 odst. 4 písm. a) až d) musí mj. být respektováno ust. § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy, což se v daném případě nestalo.

Závěrem odvolací orgán uvedl, že správní orgán I. stupně respektoval právní názor odvolacího orgánu a doplnil spisovou dokumentaci o výsledky namátkových kontrol a v tomto směru doplnil i odůvodnění rozhodnutí, včetně výroku rozhodnutí.

Proti tomuto rozhodnutí směřuje podaná žaloba.

Žalobce v podané žalobě nesouhlasí s napadeným rozhodnutím a namítá nesprávné právní posouzení věci, neboť dle žalobce v ust. § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy je sice stanoveno, že „reklama na tabákové výrobky nesmí nabádat ke kouření“, avšak dle

žalobce zákonodárce tímto zákazem postihuje reklamu, která by nabádala ke kouření jako takovému a to na rozdíl od reklamy, která jen propaguje jednu značku, jeden výrobek a díky povinnému umístění v místě prodeje tabákových výrobků se obrací víceméně jen na kuřáky.

Dle žalobce zákonodárce zakázal obecnou propagaci kouření či nabádání ke kouření jako takovému, avšak ponechal výrobcům legální možnost propagace konkrétních tabákových výrobků určité značky, protože právě obchodní zápas mezi značkami je smyslem reklamy.

V daném případě došlo k uložení pokuty v rozporu se zákonem, neboť předmětná reklama nenabádá ke kouření jako takovému, ale v rámci legálních možností propaguje jeden konkrétní tabákový výrobek určité značky. Žalobce má za to, že přesvědčování (v prodejnách tabáku) ke koupi jednoho konkrétního tabákového výrobku určité značky je stále ještě legálním cílem legální reklamy.

V písemném vyjádření k žalobě navrhl žalovaný zamítnutí žaloby a k jednotlivým žalobním námitkám uvedl následující:

- *k námitce, že napadené rozhodnutí spočívá na nesprávném posouzení věci, když napadeným rozhodnutím byla uložena pokuta za šíření reklamy „vykazující nabádání ke kouření konkrétního tabákového výrobku určité značky“, avšak zákonodárci zákazem postihují toliko reklamu, která by nabádala ke kouření jako takovému a nikoliv reklamu, která jen propaguje jednu značku a díky povinnému umístění v trafice se obrací víceméně jen na kuřáky*, že zákon jednoznačně zakazuje reklamu, která nabádá ke kouření. V daném případě reklama zobrazuje otevřenou krabičku doutníků, jeden doutník leží přes krabičku, druhý zobrazený v detailu, to vše s textem „Dlouhý filtr“, „Příjemné aroma, skvělá chuť“ je reklamou nabádající ke kouření, která je v rozporu s § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy. Zákonem stanovený zákaz se týká jakékoliv reklamy na tabákové výrobky, tedy i reklamy na doutníky „Mini MOODS“. Dané ustanovení zákona nereguluje reklamu na tabákové výrobky dle skupiny jejich případných příjemců, není tedy rozhodující, zda reklama oslovuje kuřáky či nekuřáky;

- *k námitce, že zákonodárce zakázal obecnou propagaci kouření a ponechal výrobcům legální možnost propagace konkrétních tabákových výrobků určité značky*, že nelze posuzovat předmětnou reklamu, jako reklamu, která nenabádá ke kouření jako takovému a pouze v rámci legálních možností propaguje konkrétní tabákový výrobek určité značky. Pokud zákonodárce spatřuje nabádavý charakter reklamy např. zobrazením otevřené krabičky cigaret, je zřejmé, že nabádavý charakter má i reklama zobrazující otevřenou krabičku jiného tabákového výrobku, tedy v daném případě doutníků. Zobrazuje-li tedy reklamní prezentace scénu s otevřenou krabičkou doutníků, jedná se o reklamu, která nabádá ke kouření a je v rozporu s § 3 odst. 6 zákona o regulaci reklamy. Posuzovaná reklama sice obsahuje i údaj o značce výrobku, nicméně svým obsahem je jednoznačně reklamou na tabákový výrobek (též § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy a § 3 odst. 2 písm. a) zákona o regulaci reklamy). O tom, že se jedná o reklamu na tabákový výrobek svědčí i skutečnost, že předmětná reklama je označena povinným varováním dle § 3 odst. 5 zákona o regulaci reklamy, což by zpracovatel jinak neučinil, domníval-li by se, že nepropaguje tabákový výrobek. Reklama na tabákové výrobky je v § 3 odst. 1 zákona o regulaci reklamy zásadně zakázána a povolena je v pouze přesně vymezených situacích zakotvených v § 3 odst. 4 zákona o regulaci reklamy; i v takovém případě tj. podle § 3 odst. 4 písm. a) až d) musí být mj. respektováno ust. § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy, což v daném případě nebylo splněno.

Ze správního spisu zjistil soud následující skutečnosti:

- z *postoupení Krajského úřadu Středočeského kraje ze dne 11. 2. 2010* adresovanému Magistrátu hl. m. Prahy, že dne 18. 1. 2010 byla provedena kontrola v provozovně společnosti GECO v Benešově, která byla zaměřena na dodržování ust. § 3 odst. 6 zákona o regulaci reklamy. Kontrolou bylo zjištěno, že se na uvedeném prodejně nachází reklamní poutač na tabákový výrobek zn. „Mini MOODS“ a došlo k podezření na porušení ust. § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy. Sídlo společnosti GECO je v Praze 8, Pod Čimickým hájem 190/11, proto je zasílán kontrolní protokol, včetně dokumentace, Magistrátu hl. m. Prahy jako úřadu věcně a místně příslušnému k dalšímu šetření. Přílohou postoupení je protokol č. 2/10 o kontrole a barevná fotodokumentace;

- z *protokolu č. 2/10 o kontrole* dle ust. § 15 zákona č. 552/1991 Sb., o státní kontrole, ve znění pozdějších předpisů, že dne 18. 1. 2010 od 10,00 hod. byla provedena kontrola zákona o regulaci reklamy v provozovně společnosti GECO v Benešově, Červené Vršky 2217. Kontrolou provedenou na provozovně bylo zjištěno, že je zde umístěn reklamní poutač na tabákový výrobek zn. „Mini MOODS“, kde jsou vyobrazeny 2 krabičky tohoto výrobku, přičemž jedna z krabiček je otevřena a přes tuto otevřenou krabičku je položena cigareta; při kontrole byla pořízena fotodokumentace;

- z *barevné fotodokumentace, že je na ní zachycen reklamní poutač*. V pravé polovině poutače jsou na světlém podkladu umístěny 2 krabičky tabákového výrobku. První z nich je zavřena a na červeném podkladu pod logem výrobce uvedeno žlutou barvou označení výrobku „Mini MOODS“ filter, přičemž pod touto značkou je uveden text na bílém podkladu v černém rámečku „Kouření může zabíjet“, druhá krabička je otevřená a přes tuto krabičku je položena cigareta. V horním pravém rohu je ovál, v němž je umístěn jeden tabákový výrobek - doutník, nad nímž je text „DLOUHÝ FILTR“.

V levé polovině poutače na tmavém podkladu je umístěno logo výrobce společnosti DANNEMANN, pod ním je uvedeno žlutou barvou označení výrobku „Mini MOODS“ a pod označením výrobku text „PŘÍJEMNÉ AROMA, SKVĚLÁ CHUŤ“.

Ve spodní části po celé ploše je text na bílém podkladu „MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ VARUJE: KOUŘENÍ ZPUSOBUJE RAKOVINU.“;

- z *písemného vyjádření žalobce ze dne 11. 3. 2010*, že žalobce k žádosti o sdělení uvedl, že zadavatelem reklamy na výrobky Mini MOODS je německá firma Dannemann cigarrenfabrik, společnost GECO je zpracovatelem reklamy. Předmětným výrobkem jsou doutníky a nikoliv cigarety, přičemž ustanovení zákona o regulaci reklamy zakazuje scény s otevřenými krabičkami cigaret;

- z *rozhodnutí Magistrátu hl. m. Prahy ze dne 3.6.2010, č.j. MHMP-150370/10/B/Fl-1025*, že správní orgán I. stupně vydal tohoto dne rozhodnutí, jímž uložil žalobci za porušení ust. § 8a odst. 3 písm. f) zákona o regulaci reklamy, kterého se společnost dopustila reklamní prezentací na tabákový výrobek zn. „Mini MOODS“, jež byla zjištěna dne 18. ledna 2010 v provozovně společnosti v Benešově, Červené Vršky 2217, v rozporu s § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy, pokutu ve výši 80 000,- Kč a současně nařídil podle § 7c odst. 1 zákona o regulaci reklamy ukončení předmětné reklamní prezentace na tabákový výrobek zn. „Mini MOODS“ a uložil povinnost nahradit náklady řízení;

- z rozhodnutí ministerstva ze dne 26.7.2010, č.j. 25865/10/4420, PID: MIPOX011KCLU, že napadené rozhodnutí správního orgánu I. stupně bylo k odvolání žalobce zrušeno a věc byla vrácena k dalšímu řízení, neboť správní orgán I. stupně nevykázal doručení právnímu zástupci jmenované společnosti;

- rozhodnutí Magistrátu hl. m. Prahy ze dne 13.9.2010, č.j. MHMP-150370/10/B/Fl-1082, že správní orgán I. stupně vydal tohoto dne znovu rozhodnutí, v němž uložil společnosti GECO pokutu ve výši 80 000,- Kč za spáchání správního deliktu dle § 8a odst. 3 písm. f) zákona o regulaci reklamy spočívajícího v porušení povinnosti stanovené v § 3 odst. 6 písm. b) téhož zákona a nařízení odstranění předmětné reklamy, včetně povinnosti nahradit náklady řízení ve výši 1 000,- Kč;

- z rozhodnutí ministerstva ze dne 10.11.2010, č.j. 40742/10/04400, PID: MIPOX01J984B, že napadené rozhodnutí správního orgánu I. stupně bylo k odvolání žalobce zrušeno a věc byla vrácena k dalšímu řízení,

- rozhodnutí Magistrátu hl. m. Prahy ze dne 8.2.2011, č.j. MHMP-150370/10/B/Fl-1183, že správní orgán I. stupně vydal tohoto dne opět rozhodnutí, v němž uložil společnosti GECO pokutu ve výši 80 000,- Kč za spáchání správního deliktu dle § 8a odst. 3 písm. f) zákona o regulaci reklamy, které se zpracovatel reklamy dopustil tím, že porušil podmínky pro obsah reklamy stanovené v § 3 odst. 6 písm. b) téhož zákona na tabákový výrobek zn. „Mini MOODS“, jež byla zjištěna dne 18. 1. 2010 v provozovně společnosti v Benešově, Červené Vršky 2217, následně také v masivním měřítku a v období trvajícím minimálně v uvedené dny v oblasti územní lokality Libereckého kraje, v Liberci (nákupní a obchodní centra „GLOBUS“ dne 22. 3. 2010, „PLAZA“ dne 22. 3. 2010, „HYPERNOVA“ dne 30. 3. 2010, „ALBERT“ dne 22. 12. 2010, „Kaufland“ dne 22. 12. 2010) a v Praze (v provozovně společnosti v Praze 4, Na Pankráci 86 dne 18. 10. 2010), charakterem reklamy vykazující nabádání ke kouření konkrétního tabákového výrobku určité značky;

- z rozhodnutí ministerstva ze dne 15. března 2011, č.j. 7478/11/04400, PID: MIPOX01K1DBY, že odvolání proti výše uvedenému rozhodnutí správního orgánu I. stupně bylo zamítnuto a napadené rozhodnutí potvrzeno tak jak bylo podáno výše.

Městský soud v Praze přezkoumal napadené rozhodnutí v mezích žalobních bodů, kterými je vázán (§ 75 odst. 2 věta první zákona č. 150/2002 Sb., soudní řád správní, dále jen „s.ř.s.“), při přezkoumání vycházel ze skutkového a právního stavu, který tu byl v době rozhodování správního orgánu (§ 75 odst. 1 s.ř.s.).

Soud o věci samé rozhodl bez nařízení jednání, neboť žalobce již v žalobě výslovně uvedl, že souhlasí s rozhodnutím ve věci bez jednání a žalovaný (výzva k vyjádření ohledně možnosti rozhodnout ve věci bez jednání byla žalovanému doručena dne 7.4.2011) ve stanovené lhůtě dvou týdnů nesouhlas s takovým projednáním věci nevyjádřil.

Městský soud posoudil věc takto:

Podle ust. § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy nesmí reklama na tabákové výrobky podle odst. 4 písm. a) až d) nabádat ke kouření slovy nebo například tím, že zobrazuje scény s otevřenými krabičkami cigaret nebo scény, kde lidé kouří nebo drží cigarety, balíčky cigaret nebo jiné tabákové výrobky nebo kuřácké potřeby.

Předmětem soudního přezkumu učinil žalobce správní úvahu žalovaného, zda mohl být žalobce za zhotovení předmětného reklamního poutače sankcionován ve smyslu porušení výše citovaného ust. § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci.

Ze správního spisu soud zjistil, že Magistrátu hl. m. Prahy byl postoupen protokol z kontroly Krajského živnostenského úřadu Středočeského kraje uskutečněné dne 18.1.2010 v provozovně společnosti GECO v Benešově, ul. Červené Vršky 2217, v níž byl zjištěn reklamní poutač na tabákové výrobky „Mini MOODS“; poutač zobrazoval dvě krabičky tohoto výrobku, z nichž jedna krabička je otevřená a přes tuto krabičku je volně položen doutník. O výsledku kontroly byl sepsán protokol 2/10, jehož přílohou je barevná fotodokumentace.

Žalobce vytýká napadenému rozhodnutí ministerstva, že zákonodárce ve sporném ustanovení (§ 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy) postihl zákazem pouze reklamu, která by nabádala ke kouření jako takovému, nikoli však reklamu propagující jen jednu značku, jeden výrobek s povinným umístěním v místě prodeje tabákových výrobků, z čehož žalobce dovozuje, že v tom případě se taková reklama obrací víceméně jen na kuřáky. Žalobce ve své dedukci dospěl k závěru, zákonodárce ponechal výrobcům legální možnost propagace konkrétních tabákových výrobků určité značky, což odráží obchodní zápas mezi značkami, který je smyslem reklamy, a proto i v daném případě, kdy šlo dle žalobce o propagaci jednoho konkrétního tabákového výrobku určité značky, jednalo se ještě o legální cíl legální reklamy.

Vzhledem k tomu, že žalobce své žalobní námitky uplatnil obdobně i v rámci správního řízení a žalovaný se s nimi v dostatečné míře vypořádal na str. 4 a 5 napadeného rozhodnutí, soud na odůvodnění napadeného rozhodnutí pro stručnost odkazuje a dále dodává, že pokud zákonodárce uvádí ve výše citovaném ustanovení, že „nesmí reklama na tabákové výrobky podle odst. 4 písm. a) až d) nabádat ke kouření slovy nebo například tím, že zobrazuje scény s otevřenými krabičkami cigaret nebo scény, kde lidé kouří nebo drží cigarety, balíčky cigaret nebo jiné tabákové výrobky nebo kuřácké potřeby“, znamená to, že není ponecháno na vůli zpracovatele reklamy, jímž žalobce je (což nesporně a naopak to vyplývá z jeho vyjádření doručeném dne 12. 3. 2010), zda zhotoví reklamu tak, aby nabádala ke kouření a to ať již slovy či jinými prostředky, např. tím, že zobrazuje scény s otevřenými krabičkami cigaret, balíčky cigaret nebo jiné tabákové výrobky. Správně žalovaný uvedl, že jde pouze o demonstrativní výčet, a je zcela logické, že pokud v zákonném ustanovení je příkladmo uvedeno, že reklama na tabákové výrobky podle odst. 4 písm. a) až d) nesmí nabádat ke kouření tím, že zobrazuje scény s otevřenými krabičkami cigaret, pak lze logicky dovodit v souladu se smyslem a účelem zákona o regulaci reklamy, že totéž lze vztáhnout i na případy, kdy reklama zobrazuje scény s otevřenými krabičkami doutníků, které jsou také tabákovými výrobky. V daném případě nemá soud pochybnosti, že právě o takovou reklamu se v daném případě jedná, neboť cílem předmětné reklamy je evidentně nabádat ke koupi tabákového výrobku „Mini MOODS“, potažmo kouření tohoto tabákového výrobku a to již

uvedením reklamního sloganu „Dlouhý filtr“, „Příjemné aroma, skvělá chuť“ za současného zobrazení dvou krabiček tabákového výrobku „Mini MOODS“, kdy jedna krabička je otevřená a přes tuto krabičku je volně položen doutník.

S tvrzením žalobce, že zákonodárce sice zakázal obecnou propagaci kouření či nabádání ke kouření, avšak ponechal výrobcům legální možnost propagace konkrétních tabákových výrobků určité značky, protože právě obchodní zápas mezi značkami je smyslem reklamy, lze sice souhlasit, avšak do té míry, že takový „zápas“ se musí odehrávat v mezích zákona tak jak bylo podáno výše. Nadto nelze opomenout, že hlavním cílem reklamy je i v daném případě podpora podnikatelské činnosti, zejména podpora spotřeby či prodeje konkrétního zboží tj. tabákového výrobku (ust. § 1 odst. 2 zákona o regulaci reklamy).

Nemůže obstát námitka žalobce, že předmětná reklama se obrací víceméně jen na kuřáky, což dovozuje žalobce z ust. § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy, když tvrdí, že zákonodárce nepostihl zákazem reklamu propagující jen jednu značku, jeden výrobek s povinným umístěním v místě prodeje tabákových výrobků.

Pokud jde žalobci o to nastolit otázku odlišení reklamy na tabákové výrobky od reklamy korporativní, tedy na ochrannou známku výrobce, resp. tvrzení žalobce, že zákon o regulaci reklamy ponechal výrobcům legální možnost propagace konkrétních tabákových výrobků určité značky, pak je třeba uvést, že ani tato obrana žalobce nemohla být úspěšnou. Obecně je možné připustit, že určitá ochranná známka výrobce je používána pro různé druhy výrobků. Jedná-li se o takovou ochrannou známku výrobce, s níž část veřejnosti spojuje produkci tabákových výrobků, pak nezbyvá při posouzení přípustnosti takové reklamy dle zákona o regulaci reklamy, než vyjít z obsahu konkrétní reklamy, tedy posoudit skutečnost jaký konkrétní výrobek je reklamou nabízen, doporučován, k nákupu jakého konkrétního výrobku je adresát reklamy vybízen, nabádán. V daném případě i z příslušné fotodokumentace obsažené ve správním spise je zřejmé, že dominantním v reklamním poutači je zobrazení dvou krabiček tabákového výrobku „Mini MOODS“, kdy jedna krabička je zavřená a druhá otevřená a přes ni je volně položen doutník. Tyto krabičky včetně textu „DLOUHÝ FILTR“ v oválu se zobrazeným doutníkem jsou světelně zvýrazněny tak, aby upoutaly pozornost adresátů předmětné reklamy a to všech, kteří přijdou v předmětné prodejně do kontaktu s tímto reklamním poutačem, tedy i těch, kteří zde nakupují nejen tabákové výrobky, ale i jiné zboží např. noviny, časopisy. Na základě těchto indicií lze uzavřít, že v daném případě se nemohlo jednat o reklamu propagující toliko ochrannou známku výrobce, nýbrž zcela jednoznačně předmětem reklamní nabídky byl konkrétní tabákový výrobek nabádající adresáta reklamy k jeho koupi, potažmo ke kouření a to v rozporu s ust. § 3 odst. 6 písm. b) zákona o regulaci reklamy.

Ze všech uvedených důvodů Městský soud v Praze podle ust. § 78 odst. 7 s.ř.s. žalobu zamítl jako nedůvodnou.

O nákladech řízení soud rozhodl podle ust. § 60 odst. 1 s.ř.s. Žalobce nebyl ve věci úspěšný, proto mu náhrada nákladů řízení nepřisluší, žalovanému pak náklady nad rámec běžných činností nevznikly.

P o u ě 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 5. března 2014

JUDr. Ludmila Sandnerová, v.r.
předsedkyně senátu

Za správnost vyhotovení: Jana Jeklová