



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátu složeném z předsedkyně Mgr. Evy Šonkové a soudkyň JUDr. Miluše Doškové a Mgr. Sylvie Šiškeové v právní věci žalobkyně: **MAFRA a.s.**, sídlem Karla Engliše 519/11, Praha 5, zastoupené Mgr. Petrou Fialovou, advokátkou, sídlem Vinohradská 1899/112, Praha 2, proti žalovanému: **Úřad průmyslového vlastnictví**, sídlem Antonína Čermáka 2a, Praha 6, za účasti osoby zúčastněné na řízení: **RF HOBBY s.r.o.**, sídlem Bohdalecká 1420/6, Praha 10, zastoupené JUDr. Ivanem Radou, Ph.D., advokátem, sídlem Na Příkopě 988/31, Praha 1, o žalobě proti rozhodnutí žalovaného ze dne 25. 5. 2016, č. j. O-517179/D15090837/2015/ÚPV, o kasační stížnosti osoby zúčastněné na řízení proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 13. 3. 2020, č. j. 8 A 115/2016 – 121, ve znění opravného usnesení ze dne 22. 4. 2020, č. j. 8 A 115/2016 – 131,

t a k t o :

- I. Kasační stížnost **se zamítá**.
- II. Osoba zúčastněná na řízení **nemá** právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti.
- III. Žalovanému **se nepřiznává** náhrada nákladů řízení o kasační stížnosti.
- IV. Osoba zúčastněná na řízení **je povinna** nahradit žalobkyni náklady řízení o kasační stížnosti ve výši 4114 Kč ve lhůtě 30 dnů od právní moci tohoto rozsudku k rukám Mgr. Petry Fialové, advokátky.

O d ů v o d n ě n í :

I. Vymezení věci

[1] Žalobkyně podala dne 16. 10. 2013 přihlášku kombinované ochranné známky č. O-517179 v následující podobě:



[2] Proti přihlašovanému označení podala osoba zúčastněná na řízení námitky s odkazem na § 7 odst. 1 písm. a), i) a k zákonu č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (dále jen „zákon o ochranných známkách“), z důvodu dřívější přihlášky své ochranné známky č. O-507402:



[3] Rozhodnutím žalovaného ze dne 22. 9. 2015, č. j. O-517179/D15032660/2015/ÚPV, byly námitky osoby zúčastněné na řízení zamítnuty. Ovšem na základě jí podaného rozkladu rozhodl předseda žalovaného v záhlaví uvedeným rozhodnutím (dále jen „napadené rozhodnutí“) tak, že námitkám podle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách částečně vyhověl, přihlašované označení částečně zamítl (pro výrobky a služby zařazené do tříd 9, 16, 35, 38 a 41) a postoupil k zápisu pro některé třídy služeb. Proti napadenému rozhodnutí žalobkyně podala žalobu, které Městský soud v Praze (dále jen „městský soud“) vyhověl, napadené rozhodnutí zrušil a věc vrátil žalovanému k dalšímu řízení.

[4] Městský soud měl za to, že vzhledem k službám a výrobkům nabízeným pod přihlašovanou ochrannou známkou bude ze strany spotřebitele kladen větší důraz na textovou část (slovní prvky) ochranné známky, podobně jako při koupi knihy. Textová část ochranné známky není v tomto případě podobná, neboť obsahuje odlišné slovní prvky a shoduje se pouze v jednom ze tří slov tvořících slogan, a to ještě ne zcela. Bylo nutné klást větší důraz na sémantický a fonetický aspekt ochranné známky.

[5] Městský soud nesouhlasil s tím, jak žalovaný vymezil průměrného spotřebitele. Podle městského soudu existují dva druhy spotřebitelů. Jednak to jsou profesionálové (např. obchodní partneři žalobkyně), kteří jsou nadáni vyšší pozorností než průměrný spotřebitel z řad konzumentů a riziko záměny u nich tak neexistuje. Druhým typem jsou běžní konzumenti těchto služeb a výrobků (čtenáři bulvárních časopisů, popř. jiných forem šíření bulvárního tisku). Ti buď vůbec nerozlišují jednotlivé výrobky této kategorie a neorientují se podle označení, ale dle obsahu (titulků a skladby senzací) a k záměně tak nemůže dojít, anebo se jedná o osobu, která je pravidelným čtenářem konkrétního časopisu a u takové osoby nebezpečí záměny s jiným časopisem rovněž neexistuje, jelikož tento spotřebitel má při výběru výrobku jeho oblíbené značky zvýšenou pozornost.

[6] Městský soud došel k závěru, že s ohledem na typ výrobků a služeb a s ohledem na spotřebitelskou veřejnost nemůže dojít k záměně ochranných známek.

II. Obsah kasační stížnosti a vyjádření žalobkyně

[7] Proti rozsudku městského soudu podala osoba zúčastněná na řízení (dále jen „napadený rozsudek“ a „stěžovatelka“) kasační stížnost z důvodu podle § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s., tj. pro nesprávné posouzení právní otázky soudem.

[8] Stěžovatelka předně nesouhlasí s právním posouzením otázky zaměnitelnosti mezi ochrannou známkou přihlašovanou a její. Výslovně se ztotožňuje se závěry žalovaného. Poukazuje na judikatorní závěr, že i jediný shodný prvek ve srovnávaných označeních může odůvodňovat závěr o jejich podobnosti. Právě vizuální hledisko je klíčové pro prezentaci a prodej zboží, pro něž jsou sporná označení užívána. Z judikatury českých soudů i Soudního dvora Evropské unie (dále jen „SDEU“) vyplývá zásada, že je třeba při posouzení podobnosti označení zohlednit právě objektivní okolnosti distribuce zboží, pro něž je označení používáno. Obě označení jsou si vizuálně velmi blízká, ať už barevnou kombinací, rámováním, typograficky nebo shodným dominantním prvkem – výrazem „HVĚZDA“/„HVĚZDY“. Vizuální stránka je silně podpořena i rovinou sémantickou, neboť název obou periodik využívá polysémie slova „hvězda“ („hvězda“ – vesmírné těleso, „hvězda“ – celebrita). V obou případech je v samotném označení použit jako vizuální „vtip“ obrázek hvězdy, resp. hvězd. Lze se proto domnívat, že čtenáři budou oba názvy časopisů zkracovat spíše na „ten časopis o hvězdách“.

[9] Stěžovatelka také poukazuje na skutečnost, že čím vyšší je podobnost (či shoda – v tomto případě) výrobků a služeb, tím menší podobnost označení je vyžadována pro konstatování rizika záměny. Za účelem posouzení podobnosti mezi označeními je přitom nezbytné přihlídnout rovněž ke kategorii dotčených výrobků nebo služeb nebo podmínkám, za kterých jsou tyto výrobky nebo služby uváděny na trh. Obě kolidující označení jsou aktuálně používána pro z větší části shodné či velmi podobné navzájem si konkurující produkty, které slouží stejnému účelu, jsou nabízeny stejným spotřebitelům (ženám nad 35 let), jsou prodávány za stejnou cenu (11,90 Kč), stejnými distribučními kanály (způsobem prodeje) zpravidla v supermarketech a v trafikách. Je zde tedy vysoká míra podobnosti mezi výrobky a službami, pro které jsou sporná označení užívána. Proto i menší míra podobnosti označení může vést k omylu o charakteru nebo původu tiskoviny na straně relevantní veřejnosti. Městský soud pochybil v tom, že shrnul všechny výrobky a služby, kterých se týkají kolidující označení, pod jediný typ zboží/služby, a to zboží/služby související se šířením informací hlavně ve slovní podobě. Nesprávně vzal v potaz pouze aktuální způsob používání označení stěžovatelkou, popř. žalobkyní (přihlašovatelkou), tedy k označení bulvárních časopisů. Tím *de facto* deformoval vymezení relevantního trhu, na kterém působí nebo budou působit zboží a služby, které jsou nebo mají být chráněny kolidujícími označeními, a nepřipustně „zúžil“ relevantní veřejnost rozhodnou pro posouzení nebezpečí záměny.

[10] Při hodnocení pravděpodobnosti záměny je potřeba vždy zvážit konkrétní stupeň pozornosti relevantního spotřebitele ve vztahu k výrobkům a službám, na něž se ochranná známka vztahuje. U předmětného zboží lze u spotřebitele předpokládat pouze zběžnou až minimální pozornost, neboť relevantní spotřebitelskou veřejností budou především

ženy hledající zábavné čtení pro volný čas, přičemž jde o běžné, levné výrobky prodávané často samoobslužně až u pokladny. Městský soud nesprávně vymezil kategorii průměrného spotřebitele ve vztahu k posuzovaným službám, resp. zboží, když do relevantního rozsahu služeb a výrobků zahrnul pouze tištěná, popř. elektronická média, byť tento způsob využití může být převažující. Dále nesprávně vymezil míru pozornosti čtenářů periodik stěžovatelky a žalobkyně a odchýlil se tak od dosavadní konstantní soudní praxe. Vůbec se při svém hodnocení nezabýval možností, že by i „pozorný“ čtenář mohl vizuálně zaměnitelný titul považovat za příbuzný nebo nějak propojený s jeho oblíbeným čtivem. Pro riziko záměny je však postačující existence pravděpodobnosti asociace mezi srovnávanými označeními. Městský soud posouzením možnosti záměny z pohledu pravidelného čtenáře jednoho či druhého časopisu (toho, kdo se orientuje podle obsahu) a zároveň bez vztahu k širšímu rozsahu služeb a výrobků dotčených spornými označeními negoval judikatorní závěry Nejvyššího správního soudu, podle nichž jsou průměrným spotřebitelem nejen současní, ale i potenciální spotřebitelé (viz rozsudky ze dne 27. 2. 2013, č. j. 7 As 125/2012 – 41 a ze dne 28. 8. 2012, č. j. 23 Cdo 4046/2010). Městský soud bez bližšího vysvětlení zcela pominul dosavadní soudní praxi, která u výrobků běžné spotřeby (levné bulvární časopisy) a daného způsobu prodeje (stánky, supermarkety) předpokládá nízkou míru pozornosti spotřebitelů.

[11] Žalobkyně se ve svém vyjádření ke kasační stížnosti ztotožnila s právním názorem městského soudu, který odpovídá i rozhodnutím občanskoprávních soudů o tom, že se žalobkyně nedopustila žádného nekalosoutěžního jednání, a navrhla zamítnutí kasační stížnosti. Z judikatury Nejvyššího správního soudu podle ní vyplývá, že zkoumání podobnosti nemůže být založeno pouze na formálním porovnání jednotlivých prvků, ale musí se zakládat na porovnání známkových motivů střetnuvších se označení, tj. rozhodujících složek porovnávaných označení, které při celkovém posuzování jsou výrazem charakteristických vlastností srovnávaných označení. Jelikož žádné z předmětných označení neobsahuje distinktivní prvek a i z tohoto důvodu byly přihlašovány jako kombinovaná ochranná známka, nikoliv jako slovní ochranná známka, nelze jednomu slovu z celého sloganu přisuzovat takový význam. Je potřeba tato označení hodnotit v celkovém vyznění a jako celek, logo, bez zaměření se na částečně podobné nedistinktivní prvky. Pro označení jakýchkoliv tištěných časopisů a magazínů je taktéž typické, že text takového označení je umístěn do obdélníkového či čtvercového rámečku v horní části titulní strany, tedy ani geometrický tvar sporných označení nelze považovat za distinktivní či originální prvek. Užití slova „HVĚZDA/Y“ v obou označeních rovněž nepředstavuje distinktivní prvek, je spíše popisného charakteru. Jelikož je ochranná známka stěžovatelky kombinovanou ochrannou známkou, nikoliv slovní, nelze připustit, aby stěžovatelce vznikl monopol na slovo „HVĚZDA“ či barevnou kombinaci žluté, červené a bílé barvy pro označení tiskovin. Z ustálené rozhodovací praxe Úřadu Evropské unie pro duševní vlastnictví (EUIPO) a žalovaného vyplývá, že pokud je formou ochranné známky registrován slogan (jako u starší ochranné známky), pak má sám o sobě velmi nízkou formu ochrany, a to pouze vůči zcela stejným sloganům. Sporná označení tak nejsou zaměnitelná, jak vyplývá i z rozhodnutí v nekalosoutěžním sporu. Vyvolání představy o souvislosti přihlašovaného a staršího označení (pravděpodobnost asociace) v tomto případě není možné. Obě periodika vycházejí podobně dlouho ve srovnatelném

pokračování

nákladu a čtenáři již rozlišují, že každý časopis vydává jiné vydavatelství, neboť vědí, co chtějí.

[12] K otázce relevantního spotřebitele žalobkyně uvedla, že nesouhlasí se závěrem stěžovatelky o nedostatečném vymezení relevantní veřejnosti městským soudem. Stěžovatelka v kasační stížnosti neuvádí, ve vztahu k jakému konkrétnímu rozsahu výrobků a služeb by měl být relevantní spotřebitel dále definován či vymezován, zároveň je zcela zřejmé, že relevantními spotřebiteli jsou v tomto případě zejména čtenáři bulvárních časopisů. Ti jsou znalí trhu s tímto zbožím, a buď mají svůj oblíbený časopis, který preferují a znají jeho název, nebo vybírají dle titulní stránky, jež upoutá užitými slovními obraty nebo fotografiemi. Dále žalobkyně odkázala na rozsudek Vrchního soudu v Praze v již výše zmíněném nekalosoutěžním sporu a na judikaturu SDEU.

[13] Na vyjádření žalobkyně navázala stěžovatelka replikou. V ní zopakovala svou argumentaci uvedenou v kasační stížnosti. Vyjádřila se však také k otázce relevantnosti soudních rozhodnutí ve věci nekalé soutěže. Rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 23. 3. 2017, č. j. 1 As 267/2016 – 37, považuje pro danou věc za nepřipadný, žalobkyně pouze vytrhla jedinou větu z kontextu. Meritem věci v uvedeném rozsudku nebyla otázka zaměnitelnosti ochranných známek, ale otázka oprávněného užívání nezapsaného označení. Stěžovatelka rovněž poukazuje na vyjádření žalobkyně ze dne 15. 8. 2016 ve věci vedené městským soudem pod sp. zn. 32 Cm 76/2013, kde sama uvádí, že „předmětem původní žaloby a řízení byla ochrana proti nekalosoutěžnímu jednání“ a že „předmětem sporu tedy nebylo to, zda žalovaný zasahuje do práv žalobce k ochranné známce.“ Pokud tedy nyní žalobkyně ve svém vyjádření poukazuje na závěry z řízení, která se týkala práv z nekalé soutěže, činí tak v rozporu s předmětem sporu.

III. Posouzení Nejvyšším správním soudem

[14] Nejvyšší správní soud nejprve zkoumal formální náležitosti kasační stížnosti a konstatoval, že stěžovatelka je osobou oprávněnou k podání kasační stížnosti, kasační stížnost byla podána včas a stěžovatelka je v souladu s § 105 odst. 2 s. ř. s. řádně zastoupena.

[15] Důvodnost kasační stížnosti vážil Nejvyšší správní soud v mezích jejího rozsahu a uplatněných důvodů a zkoumal přitom, zda napadený rozsudek netrpí vadami, k nimž by musel přihlédnout z úřední povinnosti (§ 109 odst. 3 a 4 s. ř. s.), přičemž žádné takové neshledal.

[16] Kasační stížnost není důvodná.

[17] Stěžovatelka předně namítala, že městský soud nesprávně posoudil otázku zaměnitelnosti sporných označení.

[18] Podle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách *přihlašované označení se nezapiše do rejstříku na základě námitek proti zápisu ochranné známky do rejstříku podaných u Úřadu (dále jen „námítka“) vlastníkem starší ochranné známky, pokud z důvodu shodnosti či*

podobnosti se starší ochrannou známkou a shodnosti nebo podobnosti výrobků či služeb, na něž se přihlašované označení a ochranná známka vztahují, existuje pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti; za pravděpodobnost záměny se považuje i pravděpodobnost asociace se starší ochrannou známkou.

[19] Nejvyšší správní soud ve své judikatuře dovodil, že podle § 7 odst. 1 písm. a) zákona o ochranných známkách je překážkou bránící zápisu přihlašovaného označení do rejstříku ochranných známek existence pravděpodobnosti záměny na straně veřejnosti, která je dána pouze při kumulativním splnění dvou zákonem stanovených podmínek. Těmito podmínkami jsou 1) shodnost či podobnost přihlašovaného označení se starší ochrannou známkou a 2) shodnost nebo podobnost výrobků či služeb, na něž se přihlašované označení a namítaná starší ochranná známka vztahují (srov. rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 28. 5. 2008, č. j. 9 As 59/2007 – 141 a ze dne 26. 10. 2006, č. j. 1 As 28/2006 – 97).

[20] Při posuzování zaměnitelnosti přihlašovaného označení je nutné mít na zřeteli, že ne jakákoliv podobnost je důvodem pro zamítnutí přihlášky ochranné známky. Jak vyplývá z rozsudku Nejvyššího správního soudu ze dne 23. 7. 2008, č. j. 4 As 90/2006 – 123, publikovaného pod č. 1714/2008 Sb. NSS, „zápisná nezpůsobilost přihlašovaného označení není dána jakoukoli podobností s registrovanou ochrannou známkou, ale toliko podobností závadnou, tj. podobností, jež vyvolává pravděpodobnost záměny ohledně původu výrobků či služeb [§ 7 odst. 1 písm. a) zákona č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách]“.

[21] Podle ustálené judikatury SDEU musí být existence nebezpečí záměny u veřejnosti posuzována celkově, tj. musí být zohledněny všechny relevantní faktory projednávaného případu (srov. rozsudek SDEU ze dne 11. 11. 1997, SABEL, C-251/95, bod 22; Lloyd Schuhfabrik Meyer, bod 18; a rozsudek SDEU ze dne 2. 9. 2010, Calvin Klein Trademark Trust v. OHIM, C-254/09 P, bod 44).

[22] Judikatura Nejvyššího správního soudu mezi tyto relevantní faktory zahrnuje „zejména povahu výrobků, jejich účel, způsob použití, jakož i jejich konkurenční nebo komplementární charakter. Dalšími faktory, na které je možno brát ohled, jsou též distribuční kanály, relevantní veřejnost a obvyklý původ zboží“ (viz rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 28. 2. 2013, č. j. 8 As 41/2012 – 46).

[23] Stěžovatelka považuje obě označení za jednoznačně vizuálně velmi podobná, což má být podpořeno i z hlediska sémantického. V tomto ohledu však proti napadenému rozsudku ničeho nenamítá. Rozporuje ovšem hodnocení podobnosti výrobků a služeb provedené městským soudem.

[24] Vytýká mu, že výrobky a služby, kterých se týkají kolidující označení, shrnul do jedné kategorie, a to zboží a služeb souvisejících se šířením informací hlavně ve slovní podobě. Jelikož má být průměrný spotřebitel definován vždy ve vztahu ke konkrétní kategorii výrobků či služeb, městský soud v tomto případě deformoval vymezení relevantního trhu a relevantní veřejnosti (průměrného spotřebitele), když vzal v potaz pouze aktuální způsob používání sporných označení pro bulvární časopisy.

pokračování

[25] Ze správního spisu vyplývá, že žalobkyně podala přihlášku ochranné známky pro služby a výrobky zařazené do třídy 9, 16, 35, 38 a 41 (Niceské dohody o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek). Stěžovatelčina ochranná známka je zapsaná pro služby a výrobky zařazené do třídy 16, 38 a 41.

[26] S ohledem na charakter těchto výrobků a služeb nelze souhlasit s tvrzením stěžovatelky o deformování vymezení relevantního trhu městským soudem. Předmětné výrobky a služby lze pro účel vymezení průměrného spotřebitele zařadit do kategorie výrobků a služeb souvisejících se šířením informací hlavně ve slovní podobě.

[27] Je přitom paradoxní, že sama stěžovatelka při srovnávání výrobků a služeb, pro které jsou sporná označení užívána, jak ve správním tak i v následném soudním řízení argumentovala pouze tím, že oba účastníci vydávají bulvární časopisy podobného charakteru, a mají tak stejný okruh spotřebitelů. Ani v kasační stížnosti konkrétně neuvedla, které z výrobků a služeb jsou do kategorie vymezené městským soudem nesprávně zařazené, resp. pro které by měl být průměrný spotřebitel vymezen odlišně.

[28] Stěžovatelka také namítá, že městský soud nesprávně vymezil míru pozornosti čtenářů časopisů účastníků, a tím se odchýlil od dosavadní konstantní soudní praxe SDEU a českých soudů.

[29] Námitce stěžovatelky nelze přisvědčit. Judikatura, kterou na podporu svých tvrzení uvádí, není v tomto případě bez dalšího aplikovatelná, neboť se týká odlišných výrobků a služeb (např. kosmetika, skleněné lahve, likéry atd.). Městský soud navíc uvedl, proč klade v případě předmětných výrobků a služeb (převážně textově šířených informací) větší důraz při posuzování zaměnitelnosti na sémantický a fonetický aspekt ochranné známky, a tedy proč i míra pozornosti průměrného spotřebitele bude odlišná oproti průměrnému spotřebiteli u jiných výrobků denní spotřeby.

[30] K námitce stěžovatelky, že i „pozorný“ čtenář může oba časopisy díky vizuální podobnosti jejich označení zaměnit, případně považovat za příbuzné či propojené, lze odkázat na bod 42 napadeného rozsudku, kde městský soud vysvětluje, proč bude průměrný spotřebitel klást větší důraz na textovou část označení. Rovněž městský soud nezúžil okruh průměrných spotřebitelů pouze na „pravidelné čtenáře“, ale v bodě 46 pamatoval i na „potenciální spotřebitele“. Nejvyšší správní soud souhlasí se zde přdestřenými úvahami městského soudu odlišujícími spotřebitelské chování (pozornějších) obchodních partnerů a běžných konzumentů bulvárního tisku. U posledně jmenovaných je z povahy věci příznačné, že při výběru zaměří svou pozornost především na obsah viditelné titulní strany periodika, a budou se rozhodovat podle jejího aktuálního obsahu, tj. lákavých titulků nebo fotografií. Atraktivita obálky časopisu tak u běžných konzumentů obvykle převáží účinek označení samotného, což „obaly“ jiných běžných výrobků zpravidla nedokážou. Tezi městského soudu o zvýšené pozornosti pravidelného čtenáře jednoho z konkurujících si časopisů rovněž není co vytknout. Pokud jde o pravděpodobnost asociace mezi označeními, městský soud implicitně vypořádal tuto otázku v odst. 46 argumentem, že průměrný spotřebitel tohoto typu produktu se podle

označení vůbec neorientuje, a zaměřuje se na aktuální titulky a obrazový obsah, což vylučuje nejen nebezpečí záměny, ale i asociace. Z paralelně proběhnuvšího nekalosoutěžního sporu městský soud žádný závěr, o nějž by se opíraly rozhodovací důvody, nevyvodil, pouze poukázal na to, že jeho přesvědčení o tom že sporná označení nejsou zaměnitelná, se neodchylují od závěrů vyslovených v rozsudku obecného soudu, jímž onen spor skončil. Stěžovatelkou navržený důkaz přípisem žalobkyně ze dne 15. 8. 2016 ve věci sp. zn. 32 Cm 76/2013 nemůže mít vliv na posouzení zákonnosti napadeného rozsudku, proto jej soud jako nadbytečný neprovedl.

[31] Jelikož jsou kasační námitky stěžovatelky spíše povšechného charakteru a opírají se o obecné závěry judikatury bez jejich vztahení k projednávanému případu, neshledal je soud způsobilými zpochybnit závěry, k nimž v napadeném rozsudku na podkladě žalobní argumentace dospěl městský soud.

IV. Závěr a rozhodnutí o nákladech řízení

[32] Na základě výše uvedeného dospěl Nejvyšší správní soud k závěru, že kasační stížnost není důvodná, a proto ji bez jednání za podmínek § 109 odst. 2 s. ř. s. podle § 110 odst. 1 věta poslední s. ř. s. zamítl.

[33] O nákladech řízení o kasační stížnosti rozhodl Nejvyšší správní soud podle § 60 odst. 1 ve spojení s § 120 s. ř. s., podle něhož má účastník, který měl ve věci úspěch, proti neúspěšnému účastníkovi právo na náhradu důvodně vynaložených nákladů řízení.

[34] Stěžovatelka v řízení o kasační stížnosti úspěch neměla a žalovanému žádné náklady s tímto řízením nevznikly. Náklady řízení o kasační stížnosti na straně úspěšné žalobkyně spočívají v jednom úkonu právní služby (podání vyjádření ke kasační stížnosti) a v paušální náhradě hotových výdajů advokáta, tedy ve výši 1 x 3100 Kč a 1 x 300 Kč, celkem 3400 Kč [dle § 7, § 9 odst. 4 písm. d), § 11 odst. 1 písm. d) a § 13 odst. 4 vyhlášky Ministerstva spravedlnosti č. 177/1996 Sb., o odměnách advokátů a náhradách advokátů za poskytování právních služeb (advokátní tarif)]. Protože advokátka zastupující žalobkyni je plátekyní daně z přidané hodnoty, zvyšují se náklady řízení o částku 714 Kč odpovídající dani, kterou je povinna z odměny za zastupování a z náhrad hotových výdajů odvést podle zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty (§ 57 odst. 2 s. ř. s.). Stěžovatelka je tedy povinna zaplatit žalobkyni na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti částku 4114 Kč do třiceti dnů od právní moci tohoto rozsudku k rukám její zástupkyně.

Poučení: Proti tomuto rozsudku **n e j s o u** opravné prostředky přípustné.

V Brně dne 31. května 2022

Mgr. Eva

Š
o
n
k
o

pokračování

v
á

předsedkyně senátu