

Súd: Najvyšší správny súd SR  
Spisová značka: 10Sžfk/57/2019  
Identifikačné číslo spisu: 3018200051  
Dátum vydania rozhodnutia: 28. februára 2022  
Meno a priezvisko: JUDr. Marián Trenčan  
Funkcia: predseda senátu  
ECLI: ECLI:SK:NSSSR:2022:3018200051.1

## ROZSUDOK

Najvyšší správny súd Slovenskej republiky v senáte zloženom z predsedu senátu JUDr. Mariána Trenčana a členov senátu JUDr. Eleny Berthotyovej, PhD. a prof. JUDr. Juraja Vačoka, PhD. v právnej veci žalobcu (v konaní sťažovateľ): MAKS-D s.r.o., M. R. Štefánika 1, Nováky, IČO: 36 332 534, zastúpeného: Advokátska kancelária NIŽNÍK & Partners, s.r.o., Žižkova 4E, Košice, proti žalovanému: Finančné riaditeľstvo Slovenskej republiky, Lazovná 63, Banská Bystrica, o kasačnej sťažnosti žalobcu proti rozsudku Krajského súdu v Trenčíne č. k. 11S/20/2018-62, ECLI:SK:KSTN:2019:3018200051.2 zo dňa 26. februára 2019, v konaní o preskúmanie zákonnosti rozhodnutia žalovaného č. 102528397/2017 zo dňa 07. decembra 2017, jednomyselne takto

### r o z h o d o l :

- I. Kasačná sťažnosť sa z a m i e t a .
- II. Účastníkom sa nárok na náhradu trov kasačného konania n e p r i z n á v a .

### O d ô v o d n e n i e

#### I. Konanie pred orgánmi finančnej správy

1. Na základe výsledkov daňovej kontroly zameranej na dodržiavanie zákona č. 222/2004 Z. z. o dani z pridanej hodnoty v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o DPH“) za zdaňovacie obdobie jún 2016 vydal Daňový úrad Trenčín (ďalej len „správca dane“) dňa 13.09.2017 rozhodnutie č. 101958013/2017 (ďalej aj „rozhodnutie správcu dane“), ktorým podľa § 68 ods. 6 zákona č. 563/2009 Z. z. o správe daní (daňový poriadok) a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „Daňový poriadok“) určil žalobcovi rozdiel dane z pridanej hodnoty (ďalej len „DPH“ alebo „daň“) v sume nadmerného odpočtu vo výške 46.422,08 €. Ďalšieho konania sa týkalo len neuznanie uplatneného odpočítania dane v sume 20.000 € z dodávateľskej faktúry od spoločnosti R5 +, s.r.o. (ďalej aj „dodávateľ“) za prenájom reklamnej plochy na závodnom aute X. I. E., M. XXX na preteku Rally Agrotec Hustopeče uskutočnenom v dňoch 16.06.-18.06.2016. Správca dane vykonanou daňovou kontrolou zistil porušenie ustanovení § 49 ods. 1, ods. 2 písm. a/ a § 51 ods. 1 písm. a/ v nadväznosti na § 19 zákona o DPH, ku ktorému došlo tým, že neboli splnené podmienky pre uplatnenie práva na odpočítanie dane z prijatých reklamných služieb. Správca dane na základe vykonaného šetrenia dospel k záveru, že žalobca jednoznačne a vierohodne nepreukázal nadobudnutie

služieb od dodávateľa uvedeného na faktúre, nakoľko dodávateľ nepreukázal, že služby boli dané tak, ako boli fakturované.

2. Na odvolanie žalobcu žalovaný rozhodnutím č. 102528397/2017 zo dňa 07.12.2017 (ďalej aj „rozhodnutie žalovaného“ alebo „preskúmané rozhodnutie“) postupom podľa § 74 ods. 4 Daňového poriadku rozhodnutie správcu dane potvrdil. V odôvodnení rozhodnutia sa stotožnil so záverom správcu dane o nepreukázaní, že spoločnosť R5 + s.r.o. bola skutočne dodávateľom tovarov a služieb uvedených na dodávateľskej faktúre, a poukázal na jeho zistenia, že faktúry za výrobu polepov s logom spoločnosti žalobcu na závodnom aute neboli vystavené dodávateľovi, ale personálne prepojenej spoločnosti MM Rally Team s.r.o. (v osobe konateľa a spoločníka Martina Markoviča), ktorá mala výrobu polepov zabezpečiť.

3. Žalovaný ďalej poukázal na rozdiely medzi reklamou a sponzoringom a konštatoval, že v danom prípade sa jedná o sponzoring a nie o reklamu, nakoľko zverejnenie loga (neúplného obchodného mena žalobcu) nie je spôsobilé podporiť predaj jeho tovaru a služieb. Mal za to, že žalobca, ktorý bol generálnym partnerom rally teamu, podporil predmetné podujatie sponzorským príspevkom, ktorý nebol daňovo uznateľným výdavkom a taktiež nebol predmetom DPH. Dotknuté daňové subjekty podľa žalovaného predstierali poskytnutie reklamných služieb, pričom v skutočnosti sa jednalo o sponzorský príspevok. Žalovaný uzavrel, že žalobca nepreukázal žiadnymi objektívnymi dôkazmi, že predmetné služby použil alebo použije na uskutočnenie svojich zdaniteľných obchodov.

## II. Konanie na správnom súde

4. Proti rozhodnutiu žalovaného podal žalobca v zákonnej lehote všeobecnú správnu žalobu Krajskému súdu v Trenčíne (ďalej len „krajský súd“ alebo „správny súd“) a navrhol rozhodnutia daňových orgánov oboch stupňov zrušiť a vrátiť vec daňovej správe na ďalšie konanie.

5. Žalobca v žalobných bodoch namietal, že na základe zmluvy o zabezpečení reklamy zo dňa 20.02.2016 a dodatku k nej si objednal od dodávateľa reklamné služby na podujatiach rally a to zabezpečenie polepov na pretekárskych automobiloch, reklamných bannerov a ďalších objektov prezentujúcich logo spoločnosti a tiež šírenie tejto reklamy v televízii a na internete. Uviedol, že týmto spôsobom chcel propagovať spoločnosť na podujatiach, na ktorých sa zúčastňujú tisíce divákov vrátane manažérov a majiteľov spoločností investujúcich v priemysle. Jeho zámerom bolo prezentáciou obchodného mena a loga spoločnosti informovať o svojej existencii a osloviť a získať nových zákazníkov a obchodných partnerov.

6. Žalobca tvrdil, že reklamné služby na vyššie uvedenom podujatí mu boli dodané a reklamný priestor bol zabezpečený prostredníctvom subdodávateľa MM Rally s.r.o., ktorý je vlastníkom závodných automobilov, pričom dodanie služby nespochybnil ani správca dane. Poukázal na to, že prenájom reklamnej plochy a prezentácia loga spoločnosti je nesporne služba, ktorú použil na dodávku svojich tovarov a služieb a mal za to, že splnil všetky zákonné podmienky pre vznik práva na odpočítanie dane. Označil za právne irelevantné, kto zabezpečoval výrobu polepov, rovnako tak správcou dane deklarovanú nejasnosť jednotlivých obchodných transakcií, čo podľa jeho názoru pre dodanie reklamných služieb nie je rozhodujúce. Žalobca vyslovil názor, že správca dane a žalovaný alibisticky zavádzajú tvrdeniami o sponzorskom odkaze a definíciami reklamy, čo však s prejednávanou vecou nesúvisí a nemá oporu v preverovaných skutočnostiach, nakoľko sa nejednalo o reklamu v televízii.

7. Žalobca vyjadril názor, že predložil všetky zákonom požadované doklady, vyčerpal svoje dôkazné bremeno a preto dokázanie nedodania služieb deklarovaným dodávateľom prešlo na správcu dane. Poukázal na rozhodnutie Súdneho dvora EÚ vo veci C-68/92 (Commission vs. France) a zaujal názor, že pokiaľ Súdny dvor akceptoval náklady na kokteilovú párty ako odpočítateľnú položku k dani, potom uvedenie loga spoločnosti na závodnom automobile musí byť akceptované ako reklamný odkaz.

8. Žalovaný navrhol správnu žalobu zamietnuť, pričom poukázal na skutkové zistenia a z nich vyvedené právne závery uvedené v preskúmanom rozhodnutí. Žalobca v replike taktiež trval na svojej argumentácii v žalobných bodoch.

9. Správny súd po prejednaní veci na nariadenom pojednávaní vyhlásil dňa 26.02.2019 rozsudok, ktorým žalobu zamietol a žalovanému nepriznal náhradu trov konania.

10. V odôvodnení rozsudku konštatoval, že žalobcovi nebolo uznané právo na odpočítanie dane z dôvodu nepreukázania dodania reklamných služieb deklarovaným dodávateľom a tiež pre to, že sa v danom prípade nejednalo o reklamu ale sponzorstvo. Sporným teda podľa správneho súdu zostalo v prvom rade to, či vyššie opísané umiestnenie loga spoločnosti bolo reklamou alebo sponzorom.

11. Správny súd poukázal na skoršie rozhodnutia v obdobných právnych veciach žalobcu, ktoré sa týkali iných zdaňovacích období, pričom konštatoval, že s ohľadom na okolnosti prípadu nie je možné považovať sporné plnenie za reklamu, ale za sponzorský odkaz. Poukázal na rozhodovaciu činnosť Súdneho dvora (napr. C-530/09 zo dňa 27.10.2011), ktorý reklamné služby opakovane definoval ako činnosť na podporu predaja, ak zahŕňa rozširovanie správy určenej na informovanie verejnosti o existencii alebo kvalitách výrobku alebo služby, s cieľom zvýšiť ich predaj. Zaujal názor, že zverejnenie loga „MAKS-D“ na pretekárskom aute, ktoré sa zúčastnilo pretekov Rally Agrotec Hustopeče, nespĺňa uvedené kritériá reklamy.

12. Krajský súd mal za to, že uvedenie loga nemá vypovedaciu hodnotu k výrobku alebo službe, ktoré žalobca v rámci svojej podnikateľskej činnosti poskytuje, a nepodáva ani informáciu o tom, v akej oblasti žalobca podniká. Konštatoval, že činnosť žalobcu nie je medzi verejnosťou tak všeobecne známa, že by zo samotného loga bez ďalšieho diváci mali aspoň všeobecnú informáciu o produktoch a službách, ktoré žalobca poskytuje. Umiestnenie loga žalobcu spolu s ďalšími logami spoločnosti s rôznym obchodným a výrobným zameraním znižuje podľa názoru správneho súdu šancu podať konkrétnu informáciu o žalobcovi a jeho produktoch a v divákovi evokuje, že ide o sponzorov daného jazdca rally teamu alebo podujatia.

13. Vzhľadom na uvedené dospel správny súd k záveru, že v danej veci nešlo o poskytnutie reklamných služieb žalobcovi, ale o sponzorstvo, ktoré taktiež plnilo určité marketingové ciele, avšak nešlo o reklamu, ktorá by zakladala žalobcovi nárok na odpočítanie dane. K rozlíšeniu medzi reklamou a sponzorským odkazom citoval správny súd z rozsudku Najvyššieho súdu Slovenskej republiky vo veci sp. zn. 6Sžo/8/2013, pričom konštatoval, že pri reklame sa používajú typické prostriedky na podporu predaja, nákupu alebo prenájmu výrobku alebo služieb, ktoré pri spornom plnení absentujú.

### III. Kasačná sťažnosť žalobcu, vyjadrenie žalovaného

14. Proti rozsudku správneho súdu podal žalobca (ďalej len „sťažovateľ“) včas kasačnú sťažnosť z dôvodov podľa § 440 ods. 1 písm. f/, g/ zákona č. 162/2015 Z. z. Správny súdny poriadok (ďalej len „SSP“) a navrhol rozsudok zrušiť a vec vrátiť krajskému súdu na ďalšie konanie, eventuálne zrušiť rozhodnutie žalovaného a vec vrátiť na ďalšie konanie jemu.

15. V sťažnostných bodoch sťažovateľ uviedol, že logo jeho spoločnosti je všeobecne známe osobám, ktoré vyvíjajú podnikateľskú činnosť v oblasti oceliarstva a sú im samozrejme známe aj jeho produkty. Nesúhlasil so záverom správneho súdu, že podať informáciu o sťažovateľovi a jeho produktoch nebolo možné reklamnou fóliou na pretekárskom automobile a nesúhlasil ani s konštatovaním, že u priemerného diváka logo evokuje, že ide o sponzora rally teamu alebo jazdca. Podľa sťažovateľa priemerný divák nerozlišuje aký je rozdiel z právneho hľadiska medzi reklamou a sponzorom.

16. Sťažovateľ ďalej upozornil na nesprávne použitie zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii v predmetnej veci a poukázal na § 2 tohto zákona, ktorý vymedzuje jeho pôsobnosť. Podľa názoru sťažovateľa vec nemožno vôbec subsumovať pod uvedený zákon. Za domyslené konštrukcie správneho súdu považoval sťažovateľ jeho názor, že sám žalobca sa ako generálny partner rally teamu označil za sponzora. Právny názor žalovaného, s ktorým sa správny súd stotožnil, podľa názoru sťažovateľa popiera využívanie reklamy v športe a vytvára tak nebezpečný precedens, ktorý môže mať negatívny dopad aj na ďalších podnikateľov.

17. Žalovaný v písomnom vyjadrení ku kasačnej sťažnosti zotrval na svojich predchádzajúcich vyjadreniach a podľa obsahu svojho stanoviska navrhol kasačnú sťažnosť zamietnuť.

### IV. Vybrané ustanovenia relevantných právnych predpisov

Podľa § 49 ods. 1 zákona o DPH právo odpočítať daň z tovaru alebo zo služby vzniká platiteľovi v deň, keď pri tomto tovare alebo službe vznikla daňová povinnosť.

Podľa § 49 ods. 2 písm. a/ zákona o DPH platiteľ môže odpočítať od dane, ktorú je povinný platiť, daň z tovarov a služieb, ktoré použije na dodávky tovarov a služieb ako platiteľ s výnimkou podľa odsekov 3 a 7. Platiteľ môže odpočítať daň, ak je daň voči nemu uplatnená iným platiteľom v tuzemsku z tovarov a služieb, ktoré sú alebo majú byť platiteľovi dodané.

#### V. Právne závery kasačného súdu

18. Najvyšší správny súd Slovenskej republiky, na ktorý prešiel výkon súdnictva aj vo veciach kasačných sťažností, v ktorých bol do 31.07.2021 príslušný Najvyšší súd Slovenskej republiky (§ 101e ods. 2 zákona č. 757/2004 Z. z. o súdoch a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov v spojení s § 11 písm. h/ S.s.p.), ako súd kasačný (ďalej len „kasačný súd“) preskúmal napadnutý rozsudok v medziach sťažnostných bodov, ktorými bol viazaný (§ 438 ods. 2, § 445 ods. 1 písm. c/, ods. 2, § 453 ods. 2 S.s.p.), pričom po zistení, že kasačná sťažnosť bola podaná oprávnenou osobou v zákonnej lehote (§ 442 ods. 1, § 443 ods. 2 S.s.p.) a že ide o rozhodnutie, proti ktorému je kasačná sťažnosť prípustná (§ 439 ods. 1 S.s.p.), vo veci v zmysle § 455 S.s.p. nenariadil pojednávanie a po neverejnej porade senátu jednomyselne dospel k záveru, že kasačná sťažnosť nie je dôvodná.

19. Kasačný súd považuje najprv za potrebné upozorniť na to, že správny súd sa v podstate nevenoval v žalobe namietaným záverom žalovaného o nepreukázaní, že to bola spoločnosť R5 +, s.r.o., kto poskytol sťažovateľovi služby spojené s prezentáciou jeho loga na pretekárskych autách na podujatí Rally Agrotec Hustopeče. Správny súd v odôvodnení rozsudku prakticky riešil len správnosť posúdenia otázky, či bolo deklarované plnenie dodávateľa reklamou alebo sponzorom. Uvedené závery urobil sťažovateľ v stručných sťažnostných bodoch kasačnej sťažnosti predmetom posúdenia v kasačnom konaní, keď tvrdil, že prezentácia loga spoločnosti na reklamnej fólii umiestnenej na pretekárskom aute je spôsobilá podať informáciu o sťažovateľovi a jeho produktoch, a že z pohľadu priemerného diváka niet rozdielu medzi reklamou a sponzorom. Iné nedostatky rozsudku krajského súdu sťažovateľ v kasačnej sťažnosti nenamietal.

20. K predmetu kasačného konania kasačný súd uvádza, že odplatné zabezpečenie reklamného priestoru platiteľom dane pre sťažovateľa a prezentácia jeho loga na automobilových pretekoch a následne i v médiách je na účely zákona o DPH bezpochyby ekonomickou činnosťou (podnikaním), z ktorej bol dosiahnutý príjem. Bez ohľadu na to, či je toto plnenie s ohľadom na svoje špecifiká reklamou, sponzorom (sponzorským odkazom), alebo ním zmluvné strany sledovali iný účel, pri uplatnení režimu DPH mohlo ísť len o dodanie služby, pri ktorej vznikla daňová povinnosť, pretože služba bola poskytnutá sťažovateľovi za protihodnotu v tuzemsku zdaniteľnou osobou, ktorá konala v postavení zdaniteľnej osoby (§ 2 ods. 1 písm. b/, § 3 ods. 2, § 9 ods. 1, § 19 ods. 1 zákona o DPH).

21. Ďalej je treba upozorniť na to, že zákon o DPH na účely odpočítania dane z prijatých služieb nerobí rozdiel medzi reklamou a sponzorom v tom zmysle, že by povedzme služby spojené so zabezpečením sponzorského odkazu boli zákonom explicitne vylúčené zo všeobecného režimu DPH. Legálne definície týchto pojmov neupravujú daňové predpisy, ale zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „zákon o reklame“), resp. zákon č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o vysielaní a retransmisii“). Podľa zákona o reklame sa reklamou rozumie predvedenie, prezentácia alebo iné oznámenie v každej podobe súvisiace s obchodnou, podnikateľskou alebo inou zárobkovou činnosťou s cieľom uplatniť produkty na trhu, pričom za produkt sa považuje aj obchodné meno podnikateľa (§ 2 ods. 1 písm. a/, b/ zákona o reklame). Pojem sponzor definuje zákon o vysielaní a retransmisii ako plnenie určené na priame alebo nepriame financovanie programu, programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie s cieľom propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povesť, tovary alebo aktivity právnickej osoby alebo fyzickej osoby, ktorá také plnenie poskytla (§ 38 ods. 1 zákona o vysielaní a retransmisii). Napriek tomu, že uvedené definície majú pre daňové účely len orientačnú funkciu, je z nich zrejmé, že sponzor je rovnako ako reklama z pohľadu daňového subjektu investíciou, ktorej protihodnotou je aj poskytnutie služby vo forme verejnej prezentácie daňového subjektu alebo jeho produktu. Táto služba teda naplnia aj znaky reklamy, hoci možno konštatovať, že popri reklamnej zložke je primárnym cieľom sponzorovania podpora sponzorovanej aktivity. Naproti tomu jasným ekonomickým cieľom reklamy je umiestňovanie produktov na trhu.

22. So zreteľom na okolnosti súdeného prípadu možno dať sťažovateľovi za pravdu, že prezentáciou jeho loga (obchodného mena) na automobilových pretekoch bezpochyby mohol byť vo verejnosti

vytvorený určitý (zrejme pozitívny) vnem o existencii sťažovateľa, čo mohol byť jeden z dôvodov stojacich za vznikom transakcie. To však pre priznanie práva na odpočítanie dane z prijatej služby samo osebe nestačí. Rozhodujúcou je kladné zodpovedanie otázky, či ide o službu, ktorú sťažovateľovi poskytol platiteľ dane a či ju sťažovateľ použil alebo použije na svoje zdaniteľné plnenia, na dodávky tovarov a služieb ako platiteľ. Teda či služba dodávateľa priamo a bezprostredne súvisí s ďalšími zdaniteľnými obchodmi sťažovateľa a či sa investícia do takejto prezentácie mohla premietnuť do všeobecných ekonomických nákladov sťažovateľa. Kasačný súd teda zdôrazňuje, že pre záver o zákonnosti odpočítania dane z prijatej služby dodávateľa nie je rozhodujúce, či išlo o reklamu alebo sponzoring, pretože aj sponzorský odkaz je formou reklamy, hoci protihodnota zaň plní aj iné funkcie.

23. Otázkami odpočítania dane z reklamných služieb podobného druhu sa v minulosti zaoberal aj Súdny dvor EÚ, ktorý v jednom z ostatných rozhodnutí na danú tému (C-334/20 zo dňa 25.11.2021 Amper Metal Kft.) vyslovil záver, že „zdaniteľná osoba si môže odpočítať DPH zaplatenú na vstupe za reklamné služby, ak je takéto poskytnutie služieb transakciou, ktorá podlieha DPH v zmysle článku 2 smernice o DPH, a priamo a bezprostredne súvisí s jednou alebo viacerými zdaniteľnými transakciami na vstupe alebo s celkovou hospodárskou činnosťou zdaniteľnej osoby ako súčasť jej všeobecných nákladov, pričom nie je potrebné zohľadniť skutočnosť, že fakturovaná cena za tieto služby je neprimeraná v porovnaní s referenčnou hodnotou určenou vnútroštátnym daňovým orgánom alebo že tieto služby neprispeli k zvýšeniu obratu tejto zdaniteľnej osoby“ (bod 40). Konštatoval tiež, že „skutočnosť, že sa nezvýšil obrat zdaniteľnej osoby, nemôže ovplyvniť výkon práva na odpočítanie. Spoločný systém DPH, ako bolo pripomenuté v bode 23 tohto rozsudku, totiž zaručuje neutralitu, čo sa týka daňového bremena všetkých hospodárskych činností, bez ohľadu na ich účely a výsledky, pod podmienkou, že uvedené činnosti v zásade podliehajú DPH. Okrem toho, ak raz vznikne právo na odpočítanie dane, zostáva zachované aj vtedy, ak sa zamýšľaná hospodárska činnosť napokon neuskutočnila a v dôsledku toho nevedla k zdaniteľným plneniam, alebo ak zdaniteľná osoba nemohla používať tovary alebo služby, ktoré viedli k odpočítaniu dane v rámci zdaniteľných plnení, z dôvodu okolností nezávislých od jej vôle (rozsudok z 12. novembra 2020, Sonaecom, C-42/19, EU:C:2020:913, body 38 a 40, ako aj citovaná judikatúra)“ (bod 35).

24. K otázke ekonomickej využiteľnosti prezentácie sťažovateľovho obchodného mena na reklamných polepoch umiestnených na závodných automobiloch, teda k prakticky identickej službe dodanej sťažovateľovi rovnakým dodávateľom (R5 +, s.r.o.) v iných zdaňovacích obdobiach, sa už vyjadrili senáty kasačného súdu v rozhodnutiach sp. zn. 3 Sžfk 18/2018 zo dňa 12.06.2019, sp. zn. 3 Sžfk 30/2019 <<https://www.nsud.sk/rozhodnutia/3szfk302019/>> zo dňa 22.7.2019 a sp. zn. 6 Sžfk 42/2018 zo dňa 11.9.2019. V prvom z označených rozsudkov kasačný súd konštatoval, že „vo veci nebol osvedčený ekonomický cieľ reklamnej činnosti uplatniť produkty na trhu a ide teda o absenciu pridanej hodnoty z takto vyvíjanej činnosti na jeho dodávkach tovarov a služieb. Reklama musí vo svojej forme a obsahu predstavovať ekonomickú protihodnotu, ktorú daňový subjekt využije na svoje dodávky tovarov a služieb. Jej existencia sa preto musí prejavovať ako ekonomický prínos, na preukázanie čoho má dôkazné bremeno žalobca (sťažovateľ). Na rozdiel od toho sa u sponzoringu neprejavuje ekonomický prínos na strane poskytovateľa sponzorského príspevku, pretože cieľ je odlišný, a to podpora sponzorovanej aktivity. Sponzoring spojený s prezentáciou obchodného mena podnikateľa možno uskutočňovať iba za splnenia podmienok podľa § 50 ods. 2 zákona č. 440/2015 Z. z. o športe. Reklama je činnosť orientovaná v zásade na spotrebiteľa, prípadne odberateľa daného produktu. Účinok reklamy je v zásade prezumovaný, ak v prostredí, v ktorom sa reklama uskutočňuje, je spôsobilá vyvolať asociáciu s určitými službami alebo tovarom. Sťažovateľ si z množstva reklamných nástrojov vybral taký, u ktorého nebol osvedčený cieľ uplatniť produkty na trhu. V priebehu daňového konania ani tento hospodársky cieľ neobjasnil a teda ekonomická súvislosť medzi týmto typom reklamy a jej prínosom pre podnikateľa zostala neobjasnená. Súčasne je potrebné poukázať na to, že náklady na vynaloženú reklamu by sa mali vracať v podobe primeraného zisku. Pokiaľ takáto súvislosť absentuje, naznačuje to skôr existenciu sponzoringu, u ktorého prevláda hospodársky cieľ podpory sponzorovanej aktivity.

25. K rovnakým záverom dospeli senáty i vo zvyšných dvoch veciach. Všetky označené rozhodnutia kasačného súdu boli na základe ústavných sťažností sťažovateľa podrobené i testu ústavnosti (rozhodnutia sp. zn. II. ÚS 365/2019 zo dňa 28.11.2019, sp. zn. II. ÚS 14/2020 zo dňa 16.01.2020), pričom Ústavný súd Slovenskej republiky v prvom z rozhodnutí označil za „ústavne udržateľný

právny záver, že v skutočnosti išlo o sponzorské príspevky, ktorým bol sledovaný iný účel (informovanie, pozn.), ako by to bolo v prípade reklamy (podpora predaja tovaru, služieb).“

26. Kasačný súd v zmysle § 464 ods. 1 S.s.p. poukazuje na citovanú časť odôvodnenia rozsudku Najvyššieho súdu Slovenskej republiky vo veci sp. zn. 3 Sžfk 18/2018 zo dňa 12.06.2019, ktorá je v zhode i so závermi rozsudkov tohto súdu sp. zn. 3 Sžfk 30/2019 <<https://www.nsud.sk/rozhodnutia/3szfk302019/>> zo dňa 22.7.2019 a sp. zn. 6 Sžfk 42/2018 zo dňa 11.9.2019. Senát sa s uvedenými závermi stotožňuje v tom, že ekonomická súvislosť medzi posudzovaným typom prezentácie loga spoločnosti a jej prínosom pre dodávky tovarov a služieb sťažovateľa nebola dostatočne objasnená a nebol preukázaný priamy a bezprostredný súvis prijatej služby s jednou alebo viacerými zdaniteľnými transakciami sťažovateľa na vstupe alebo s jeho celkovou hospodárskou činnosťou.

27. Vzhľadom na uvedené postupoval kasačný súd podľa § 461 SSP a kasačnú sťažnosť ako nedôvodnú zamietol, pričom pre strohosť sťažnostných bodov považuje vyslovené závery za dostatočne odpovedajúce na argumentáciu sťažovateľa.

28. O trovách kasačného konania rozhodol kasačný súd podľa § 467 ods. 1 v spojení s § 167 ods. 1 S.s.p. (a contrario) a vzhľadom na neúspech sťažovateľa v kasačnom konaní nepriznal mu právo na náhradu trov vynaložených v tomto konaní; zároveň kasačný súd nevidel dôvod na postup podľa § 168 S.s.p.

#### **Poučenie :**

Proti tomuto rozhodnutiu opravný prostriedok n i e j e prípustný.