



ČESKÁ REPUBLIKA

## ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátu složeném z předsedkyně JUDr. Elišky Cihlářové a soudců JUDr. Jaroslava Hubáčka a JUDr. Karla Šimky v právní věci žalobce: **WALMARK, a. s.**, se sídlem Oldřichovice 44, Třinec, zastoupen Mgr. Vojtěchem Novotným, advokátem se sídlem Karlovo nám. 24, Praha 1, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, se sídlem Škrétova 44/6, Praha 2, o kasační stížnosti žalobce proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 4. 4. 2008, č. j. 9 Ca 397/2007 – 35,

**t a k t o :**

- I. Kasační stížnost **s e z a m í t á .**
- II. Žádný z účastníků **n e m á** právo na náhradu nákladů řízení.

**O d ů v o d n ě n í :**

Městský soud v Praze rozsudkem ze dne 4. 4. 2008, č. j. 9 Ca 397/2007 - 35, zamítl žalobu podanou žalobcem (dále jen „stěžovatel“) proti rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) ze dne 7. 2. 2007, č. j. sot/8932/07, 8933/07 (PROENZI 3 mutace 15), jímž byla stěžovateli jako zadavateli reklamy na přípravek PROENZI 3 vysílané na televizních programech Prima televize a Nova v průběhu roku 2005, uložena podle § 8 odst. 1 písm. a) zákona č. 40/1995 Sb., ve znění účinném do 25. 1. 2006 (dále jen „zákon o regulaci reklamy“) pokuta ve výši 100 000 Kč za porušení ustanovení § 5d písm. d) citovaného zákona. Městský soud v odůvodnění rozsudku uvedl, že zákon o regulaci reklamy chrání zejména spotřebitele, jemuž jsou jako adresátu reklamy předávány konkrétně zaměřené informace o určitých výrobcích. Reklama vždy slouží k podpoře prodeje či nákupu výrobku nebo služeb, což je zároveň i jejím definičním znakem. Citovaný zákon proto svými ustanoveními chrání toho, komu jsou tyto účelové informace prezentovány. Podle názoru městského soudu ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy v otázce uvádění spotřebitele v omyl zcela jasně stanoví, jaká jednání tento omyl vyvolávají. Omyl spotřebitele je způsoben kombinací odborných názvů komponent přípravku ve spojení s grafickým zpracováním reklamního spotu, který tak ve svém celku vyvolává ve spotřebiteli dojem, že přípravek má vlastnosti s léčivými účinky. Citované ustanovení proto nelze vykládat tím způsobem, že prokázání skutkové podstaty správního deliktu spočívá v naplnění znaku omylu způsobeného uváděním nepravdivých údajů o účincích přípravku. Naopak je třeba zkoumat, zda obsah a způsob prezentace reklamy v příčinné

souvislosti vyvolá omyl spotřebitele. Pro posouzení věci tudíž není rozhodné, zda předmětný doplněk stravy má či nemá léčivé účinky, ale to, zda je spotřebitel odkazem na léčivé účinky doplňku stravy uváděn v omyl, byť by i tyto účinky měl. Zaměřil-li proto stěžovatel svoji obranu na prokázání skutečnosti, že předmětný doplněk stravy má léčivé účinky ve vztahu ke konkrétnímu onemocnění, nemohla být taková obrana úspěšná. Správným shledal městský soud i závěr Rady, že předmětná reklama verbální i animační částí, jíž naznačuje působení všech tří účinných látek v kloubním spojení (glukosamin sulfát, chondroitin sulfát a Lignisul MSM) uvádí diváka v omyl. Zejména výslovné tvrzení o působení přípravku na zbavení bolesti kloubů sloganem „Jedinečná účinnost Proenzi“ a „Bezbolestný pohyb“ naznačuje, že se jedná o přípravek schopný vyléčit bolest nebo jí předejít. Navíc divák v předmětné reklamě nebyl zřetelně a výslovně upozorněn na to, že jde o potravinový doplněk. Selektivně vybrané informace o předmětném doplňku stravy, doplněné obrazovým ztvárněním užitým v reklamě, tak mohou vést k omylu spotřebitele, že jeho používáním lze onemocnění předcházet nebo může dokonce nabýt dojmu, že tento doplněk stravy má schopnost odstranit a léčit příčinu zdravotních obtíží. Městský soud se proto neztotožnil se závěry, které byly v obdobné věci vysloveny v rozsudcích sp. zn. 10 Ca 334/2007 a 10 Ca 227/2007, že citované ustanovení zákona o regulaci reklamy umožňuje různý výklad pojmu „uvádět v omyl.“ Ohledně žádosti o moderaci uložené sankce trestu konstatoval, že nezjistil žádný důvod, pro který by byla uložena pokuta pro stěžovatele zjevně nepřiměřená. Stejně tak neshledal městský soud důvodnou ani námitku týkající se požadavku vést společné řízení proti stěžovateli jako zadavateli reklamy a proti zpracovateli reklamy, neboť charakter odpovědnosti zadavatele i zpracovatele reklamy podle ustanovení § 6b odst. 1 zákona o regulaci reklamy nezakládá povinnost vedení společného řízení. Vést samostatná řízení je proto možností správního orgánu, která není v rozporu se zákonem. Městský soud proto dospěl k závěru, že Rada nepochybila ve svém skutkovém a právním posouzení věci.

Stěžovatel spatřuje nesprávné posouzení právní otázky ve výkladu § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy, který městský soud užil v napadeném rozhodnutí. Tvrdí, že o omylu spotřebitele lze hovořit pouze tehdy, pokud je u adresáta reklamy vyvolán mylný dojem, který je v rozporu se skutečnými vlastnostmi propagovaného produktu. V případě, že je výsledný dojem z reklamy u spotřebitele v souladu se skutečnými vlastnostmi produktu, nejde hovořit o omylu. Rada a městský soud se nezabývaly posouzením pravdivosti obsahu reklamy ve vztahu k vyvolání omylu. Nezákonost rozhodnutí spatřuje stěžovatel v tom, že městský soud nepřihlédl k nejednoznačnosti citovaného ustanovení, které lze vykládat dvojím způsobem. Poukázal na předchozí rozsudky ve skutkově i právně obdobných případech (sp. zn. 10 Ca 227/2007, sp. zn. 10 Ca 334/2007 a sp. zn. 335/2007), které odůvodnil městský soud základními právními principy a odkázal na judikaturu Ústavního soudu, přičemž v napadeném rozsudku městský soud rozhodl zcela protichůdně. K otázce jednoznačnosti citovaného ustanovení stěžovatel namítal, že jeho nejasnost je zjevná, neboť ještě v průběhu správního řízení, po odvysílání předmětných reklam, Rada zaujímala stanovisko k jeho výkladu shodné s výkladem stěžovatele, a to že by měl být posuzován obsah reklamy z hlediska pravdivosti sdělovaných informací ve vazbě na možnost vyvolání omylu. Tato skutečnost jednoznačně vyplývá z interních analytických materiálů Rady, které jsou založeny ve správním spise. Rada změnila svůj názor až poté, co požádala Státní ústav pro kontrolu léčiv o posouzení, zda způsob prezentace přípravku nezakládá důvod pro jeho zařazení do kategorie léčiv. Tento ústav se však odmítl zabývat posouzením přípravku jako doplňku stravy, neboť mu přísluší pouze posuzování léčiv. Rada tedy změnila výklad citovaného ustanovení, aby si následně usnadnila rozhodování a nemusela se zabývat posuzováním pravdivosti tvrzení v reklamě. Z uvedeného je zřejmé, že byl možný dvojí výklad ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy, a proto je zcela na místě, aby stěžovateli byla poskytnuta ochrana jeho legitimního očekávání a oprávněné důvěry v právo, a to s ohledem na princip předvídatelnosti. Na závěr kasační stížnosti stěžovatel uvedl, že podnikat v oblasti prodeje doplňků stravy jako potravin s vysokým obsahem vitamínů a minerálních látek vyrobených za účelem doplnění běžné stravy, lze pouze v případě, kdy podnikatel může potencionální

zákazníky seznámit s účelem a vlastnostmi nabízeného zboží. Přinejmenším tedy musí spotřebiteli sdělit, o jaké látce se užíváním doplňku strava obohatí a v jakých případech je takové doplnění vhodné. Výklad citovaného ustanovení týkající se omylu spotřebitele, ale i krajní posouzení informace, která odkazuje na vlastnosti a použití v reklamě propagovaných doplňků stravy, prakticky znemožňuje reklamu na doplněk stravy, pokud zadavatel nerezignuje na sdělení týkající se složení, vlastností a účelu použití zboží. Nezakazuje-li zákon reklamu na doplňky stravy, musí připustit i výklad citovaného ustanovení, a to včetně informace spotřebitelům o povaze nabízeného doplňku stravy. Výklad zamezující reklamu na doplňky stravy by prakticky znemožnil podnikání ve výrobě a prodeji doplňků stravy, což je v rozporu čl. 26 odst. 1 Listiny základních práv a svobod. Proto stěžovatel navrhl, aby Nejvyšší správní soud napadený rozsudek městského soudu zrušil a věc vrátil tomuto soudu k dalšímu řízení. Zároveň požádal o přiznání odkladného účinku kasační stížnosti.

Rada ve vyjádření ke kasační stížnosti konstatovala, že její podstatou je pouze opakování tvrzení a námitek, s nimiž se již v rámci vyjádření k žalobě vyrovnala a na něž reagoval v napadeném rozhodnutí i městský soud. Z tohoto důvodu odkázala na odůvodnění napadeného rozsudku městského soudu, s nímž se plně ztotožňuje. Současně odmítla tvrzení stěžovatele týkající se změny jejího stanoviska ohledně výkladu ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy a označila je za pouhou nepodloženou domněnku. S ohledem na rozsah a předmět podnikání lze dovodit, že stěžovateli je velmi dobře znám rozdíl mezi doplňkem stravy, potravinou a léčivými přípravky. Musí mu tak být známa i omezení plynoucí ze zákona o regulaci reklamy pro jednotlivé komodity. Regulace reklamy reklamu neznemožňuje, ale pouze ji v celospolečenském zájmu reguluje, čímž nikoho nemůže omezovat v jeho podnikání. S ohledem na výše uvedené Rada považuje kasační stížnost za bezdůvodnou a navrhla, aby byla zamítnuta.

Nejvyšší správní soud přezkoumal na základě kasační stížnosti napadený rozsudek v souladu s ustanovením § 109 odst. 2 a 3 s. ř. s., vázán rozsahem a důvody, které uplatnil stěžovatel v podané kasační stížnosti, a přitom sám neshledal vady uvedené v odst. 3, k nimž by musel přihlídnout z úřední povinnosti.

Ohledně skutkového stavu, jakož i povahy přípravku PROENZI 3 (doplňěk stravy), není mezi účastníky řízení sporu. V dané věci je třeba posoudit, zda městský soud, který dospěl k závěru, že žádná ze stěžovatelem uplatněných žalobních námitek není důvodná, vyložil v souladu se zákonem ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy. Stěžejní je tedy otázka, zda stěžovatel jako zadavatel reklamy na doplněk stravy PROENZI 3, způsobem prezentace reklamy, zejména jejím slovním a grafickým zpracováním, uvedl spotřebitele v omyl ve smyslu citovaného ustanovení.

V soudním řízení bylo prokázáno, že stěžovatel je zadavatelem reklamy na doplněk stravy PROENZI 3 (mutace 15), která byla opakovaně vysílána v průběhu roku 2005 na televizních programech Prima televize (provozovatel FTV Prima spol. s r. o.) a Nova (provozovatel CET 21, spol. s r. o.) v následující podobě. V obraze velká trojka, v levém horním rohu nápis Proenzi, v pravé dolní části obrazovky text: 3 násobná síla proti bolestem kloubů. Ve zvuku: „Trojnásobná síla proti bolestem kloubů, to je Proenzi!“ V obraze animace lidské kostry, červeně zvýrazňována místa kloubních spojení, v levém horním rohu nápis Proenzi 3. Ve zvuku: „S jeho účinkem pro celý pohybový aparát mají zkušenosti tisíce z vás.“ V obraze detailní animace lidského kloubu, animací je znázorněno působení třech účinných látek, přičemž se na obrazovce objevují jejich odborné názvy: glukosami sulfát, chondroitin sulfát, Lignisul MSM. Ve zvuku: „Jedinečná účinnost Proenzi je dána optimální kombinací tří látek: glukosaminu, chondroitinu a MSM.“ V dalším záběru lékárník podává zákaznici balení přípravku, ve zvuku: „Bezbolestný pohyb, to je Proenzi.“ V závěru záběr na dvojbalení přípravku, v levé polovině text: „Bezbolestný

pohyb to je Proenzi. Doporučujeme užívat 2 měsíce“. Ve zvuku: „Nyní i v ekonomickém balení na dva měsíce užívání.“

Podle ustanovení § 5d písm. d) věty před středníkem zákona o regulaci reklamy nesmí reklama na potraviny uvádět v omyl zejména tím, že přisuzuje potravině schopnost předcházet, ošetřovat nebo léčit lidské choroby nebo na takové schopnosti odkazovat.

Zákon o regulaci reklamy je jednou z norem veřejného práva, která zasahuje do jinak převážně soukromoprávní úpravy pravidel nekalé soutěže jako jedné ze dvou hlavních částí soutěžního práva. Důvodem veřejnoprávní regulace v této oblasti je především snaha zákonodárce o ochranu spotřebitele - adresáta informací plynoucích z reklamních sdělení, která jsou formulována především za účelem nalákat a prodat co nejvíce zboží, často bez ohledu na pravdivost poskytnutých informací či jiné společenské hodnoty. Vlastní úprava nekalé soutěže je obsažena v § 44 obch. zák. v podobě generální klauzule. Nekalou soutěží, která je podle obch. zák. zakázána, se podle citovaného ustanovení rozumí jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům nebo spotřebitelům. Na tuto generální klauzuli navazuje demonstrativní výčet základních skutkových podstat nekalosoutěžních deliktů, které dále generální klauzuli konkretizují, a mezi ně patří i klamavá reklama. V této souvislosti Nejvyšší správní soud rovněž podotýká, že naplnění některé ze skutkových podstat nekalosoutěžních deliktů je deliktem objektivní povahy, u něhož zákon nevyžaduje zavinění, a proto k nekalé soutěži dochází, jakmile jsou naplněny zákonem stanovené znaky skutkové podstaty konkrétního deliktu.

Zákon o regulaci reklamy obsahuje v ustanovení § 5d písm. d) jednoznačně konkretizovaný obecný zákaz klamavé reklamy, neboť uvádí, čím nesmí reklama na potraviny uvádět potenciální spotřebitele v omyl. Reklama na potraviny nesmí uvádět v omyl zejména přisuzováním potravině vlastnosti prevence, ošetřování, léčby nebo vyléčení lidských onemocnění nebo na takové schopnosti odkazovat. Pro naplnění skutkové podstaty správního deliktu není proto rozhodující, zda reklama uvádí údaje pravdivé nebo nepravdivé, neboť klamavými mohou být i údaje pravdivé, pokud mohou uvést spotřebitele v omyl, vzhledem k okolnostem a souvislostem, za nichž byly učiněny. Rozhodujícím je proto celkový dojem, jaký reklama vyvolává (In Eliáš, K., Bejček, J., Hajn, P., Ježek, J. a kol.: Kurs obchodního práva, Obecná část, Soutěžní právo, 5. vydání, Praha, C.H. Beck, 2007).

Ačkoliv stěžovatel tvrdí, že v reklamě na doplněk stravy PROENZI uváděl pouze pravdivé informace o možných účincích přípravku, což se snažil v řízení před městským soudem i dokázat, tato skutečnost není rozhodná pro naplnění skutkové podstaty deliktu podle § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy. V dané věci je naopak rozhodné, zda stěžovatel použitou kombinací obsahu reklamního sdělení a grafického zpracování mohl v adresátech reklamy dojem, že prezentovaný doplněk stravy je lékem nebo přípravkem schopným lidské choroby léčit nebo jim předcházet. Pro naplnění skutkové podstaty je proto dostačující, pokud je na takové schopnosti přípravku obsahem reklamního sdělení pouze odkazováno. Nejvyšší správní soud je toho názoru, že stěžovatel tohoto dojmu dosáhl kombinací obrazového ztvárnění působení tří látek přípravku na kloubní spojení a způsobu prezentace, zejména tvrzením o zbavení bolesti kloubů. Celkový dojem o léčivých účincích (odstranění bolestivosti kloubů) je navíc posílen reklamním tvrzením „Bezbolestný pohyb, to je Proenzi“ a „Jedinečná účinnost Proenzi je dána optimální kombinací tří látek: glukosaminu, chondroitinu a MSM.“ Spotřebitel je tak způsobem prezentace reklamy, v níž jsou tyto léčivé účinky přípravku přisuzovány, uveden v omyl, neboť přípravek je doplňkem stravy a nikoliv léčivem. Podle ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy však nesmí reklama preventivní či léčivé účinky přípravku přisuzovat či na ně odkazovat bez ohledu na to, zda je obsah reklamního sdělení pravdivý či nikoliv. Nejvyšší správní soud konstatuje, že citované ustanovení je dostatečně jednoznačné a zřetelné

a jasně konkretizuje, čím reklama na potraviny nesmí potenciální spotřebitele uvádět v omyl. Argumentace stěžovatele, že přípravek PROENZI 3 má konkrétní účinky, proto nemůže obstat. Možnost dvojího výkladu citovaného ustanovení s ohledem na konkrétní určení skutkové podstaty klamání, tedy uvádění v omyl, nepřichází tudíž v úvahu. Gramatický, jakož i logický, výklad sousloví „nesmí uvádět v omyl“, které je dále blíže určeno demonstrativním výčtem skutkových podstat, které zákonodárce k ochraně spotřebitele zakázal, nedává prostor k alternativnímu výkladu citovaného ustanovení ve smyslu posuzování pravdivosti v reklamě uvedených informací. Proto Nejvyšší správní soud rovněž shledává výstižnou argumentaci týkající se nálezu Ústavního soudu ze dne 11. 4. 2001, sp. zn. II. ÚS 487/2000, již městský soud v odůvodnění rozsudku uplatnil, neboť tento nálezh dopadá pouze na případy „neurčitosti“ ustanovení právního předpisu. V tomto nálezu Ústavní soud vyslovil, že negativní důsledky právní úpravy, ať už jde o absenci norem či jejich nesrozumitelnou formulaci, pokud jsou jimi ze strany státu ukládány povinnosti, nemohou jít k tíži jednotlivce a nastane-li právní situace, že připadá v úvahu více možností chování jednotlivce, pak je nezbytné volbu jednotlivce pro některou z nich respektovat. Tento nálezh však v dané věci nelze aplikovat, neboť se týká principu legitimního očekávání a výkladu neurčitého práva v případech, kdy je právní norma nesrozumitelná nebo umožňuje dvojí výklad. Jak bylo již shora uvedeno, ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy neobsahuje nesrozumitelnou skutkovou podstatu jednání a jeho smysl je zřetelný a jasný.

Nejvyšší správní soud si je vědom náročnosti, kterou zákon o regulaci reklamy v oblasti ochrany spotřebitele klade na zadavatele reklamy na doplňky stravy, ovšem za daných zákonem stanovených pravidel je nezbytné zdůraznit ochranu spotřebitele jako subjektu, jemuž jsou mnohá reklamní sdělení adresována především za účelem zvýšení prodeje výrobku, a nikoliv za účelem zlepšení zdravotního stavu či fyzické kondice. Proto nelze akceptovat argumentaci stěžovatele spočívající v tvrzení pravdivosti sdělovaných informací. Doplněk stravy je v souladu s platnou právní úpravou potravinou, a proto je nepřijatelné reklamní sdělení, které tuto potravinu způsobem prezentace a charakteristikou přiblíží léčivům, či dokonce vyvolá dojem, že se jedná o léčivo. Zadavatel reklamy je samozřejmě oprávněn uvádět pravdivé informace ohledně vlastností nabízeného doplňku stravy, avšak je zároveň povinen spotřebitele zřetelně a jasně informovat, že jde pouze o doplněk stravy a nikoliv o léčivo, které by v případě bolesti kloubních spojení mělo léčivý účinek. Tuto podmínku stěžovatel nesplnil, neboť spotřebitele neinformoval dostatečně o skutečnosti, že o léčivo nejde. Navíc součástí reklamního spotu nebylo žádné zvukové ani grafické sdělení, že se jedná pouze o doplněk stravy, a nikoliv léčivo. V případě akutní bolesti kloubů pohybového aparátu tak spotřebitel může spoléhat na přípravek, který v reklamě slibuje odstranění bolestivosti kloubů a přivodit si zhoršení zdravotního stavu, neboť je nedostatečně informován. Pokud předmětná reklama budí ohledně povahy doplňku stravy v tomto směru pochybnosti, je nutné upřednostnit ochranu zdraví spotřebitele.

Nejvyšší správní soud s ohledem na výše uvedené neshledal důvodnou ani námitku porušení jednoho ze základních lidských práv zakotvených v čl. 26 Listiny základních práv a svobod, neboť uvedený výklad citovaného ustanovení zákona o regulaci reklamy neznamena absolutní nemožnost reklamy na doplněk stravy nebo dokonce zákaz uvádět o nabízeném výrobku pravdivé informace. Je pouze nutné spotřebitele dostatečně informovat o povaze výrobku jako doplňku stravy, který není léčivem a zároveň se sdělením o účincích a působení látek obsažených v přípravku zřetelně uvést, že se nejedná o léčivo, a proto je nutné v případě zdravotních potíží vyhledat lékaře.

Ohledně námítky stěžovatele týkající se rozdílné judikatury městského soudu ve skutkově a právně obdobných sporech nelze než konstatovat, že protichůdné závěry jednotlivých rozhodnutí městského soudu (sp. zn. 10 Ca 227/2007, sp. zn. 10 Ca 334/2007 a sp. zn. 9 Ca 402/2007) nijak neposilují důvěru v justici a nepřispívají ani k ochraně právní jistoty

účastníků sporu a principu předvídatelnosti práva. Proto Nejvyšší správní soud rozsudky městského soudu pod sp. zn. 10 Ca 227/2007, sp. zn. 10 Ca 334/2007 a sp. zn. 10 Ca 335/2007 pro nezákonnost zrušil, aby v souladu s ustanovením § 12 odst. 1 s. ř. s. zajistil jednotu a zákonnost rozhodování, jakož i ochranu právní jistoty účastníků. Jak již Nejvyšší správní soud konstatoval v rozsudku ze dne 15. 5. 2008, č. j. 6 As 70/2007 – 104, konstatoval, „rozpornost judikatury ve skutkově i právně obdobné otázce je z hlediska právní jistoty účastníků naprosto nežádoucí a sama o sobě je způsobilá zasáhnout právo na spravedlivý proces podle čl. 36 odst. 1 Listiny základních práv a svobod.“ Důvodem ke zrušení přezkoumávaného rozhodnutí pro neodůvodněný rozpor v judikatuře pak ovšem může být jen takový případ, kdy k tomuto faktu přistupuje i věcná nesprávnost rozhodnutí. Každý potenciální účastník řízení bere při zvažování svých šancí na úspěch v soudním řízení v potaz i dosavadní (především publikovanou) judikaturu; má právo přitom očekávat, že soudy budou v různých případech rozhodovat různě a v obdobných případech obdobně. Tím spíše oprávněně očekává, že krajský (městský) soud, který rozhoduje v obdobné věci, v níž již vyslovil svůj názor, tuto věc posoudí ve shodě s již vysloveným právním názorem. V opačném případě tím soud porušuje princip právní jistoty. Pro úplnost se výslovně dodává, že tyto úvahy nevylučují možnost vývoje právních názorů, které ovšem musí být řádně odůvodněny – názorový střet zakládá rozhodování vyšší soudní instance o sporné otázce, jejíž následné rozhodnutí bude napříště pro krajské (městské) soudy závazné.

Ze všech shora uvedených důvodů Nejvyšší správní soud neshledal kasační stížnost důvodnou, a proto ji podle ustanovení § 110 odst. 1 poslední věta s. ř. s. zamítl bez jednání postupem podle ustanovení § 109 odst. 1 s. ř. s., podle kterého o kasační stížnosti rozhoduje zpravidla bez jednání.

Nejvyšší správní soud již nerozhodoval o návrhu stěžovatele na přiznání odkladného účinku kasační stížnosti, protože bez prodlení (ihned po předložení spisu a po nezbytném poučení účastníků řízení) rozhodl o věci samé. Za této situace potom nemohou skutečnosti tvrzené jako důvod pro přiznání odkladného účinku ani nastat (srov. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 28. 8. 2003, č. j. 2 Azs 3/2003 - 44, který byl publikován pod č. 173/2004 Sbírky rozhodnutí Nejvyššího správního soudu). Navíc stěžovatel ani neuvedl žádné důvody k přiznání odkladného účinku kasační stížnosti.

Výrok o náhradě nákladů řízení se opírá o ustanovení § 60 odst. 1 věta první s. ř. s. ve spojení s § 120 s. ř. s., podle kterého, nestanoví-li tento zákon jinak, má účastník, který měl ve věci plný úspěch právo na náhradu nákladů řízení před soudem, které důvodně vynaložil proti účastníkovi, který ve věci úspěch neměl. Nejvyšší správní soud žádnému z účastníků náhradu nákladů řízení nepřiznal, protože stěžovatel v řízení úspěch neměl a Radě žádné náklady s tímto řízením nevznikly.

**P o u č e n í :** Proti tomuto rozsudku **n e j s o u** opravné prostředky přípustné.

V Brně dne 11. prosince 2008

JUDr. Eliška Cihlářová  
předsedkyně senátu