



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 žalovanému: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, se sídlem Škrétova 44/6, Praha 2, v řízení o kasační stížnosti žalobce proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 4. 4. 2008, č. j. 9 Ca 394/2007 – 40,

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 394/2007 - 40, zamítl žalobu podanou žalobcem (dále jen „stěžovatel“) proti rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) ze dne 7. 2. 2007, sp. zn. 2006/235/kov/WAL, č. j. sot/8950/07 8951/07 (VARIXINAL mutace 8), jímž byla stěžovateli jako zadavateli reklamy na přípravek VARIXINAL 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) zákona o regulaci reklamy. 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. Zákon proto svými ustanoveními chrání toho, komu jsou tyto účelové informace prezentovány. Městský soud při výkladu ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy dospěl k závěru, že toto ustanovení v otázce uvádění spotřebitele v omyl zcela jasně stanoví, jaká jednání tento omyl vyvolávají. Omyl spotřebitele je vyvolán obsahem reklamy (obrazovou a slovní prezentací), který přisuzuje potravinně vlastnosti, jež jsou zaměnitelné s vlastnostmi a účinky léčiv. 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. Proto není podle městského soudu pro posouzení věci rozhodné, zda předmětný

doplňěk stravy má či nemá léčivé účinky, ale 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 doplňěk stravy má léčivé účinky ve vztahu ke konkrétnímu onemocnění, nemohla být taková obrana úspěšnou. Správným shledal městský soud i závěr Rady, že předmětná reklama vzbuzuje dojem léčivých účinků, zejména způsobem prezentace a umocňující grafickou částí, která naznačuje léčivé účinky přípravku, a také zejména tvrzením, že „přípravek způsobuje dobrou funkci chlopní, výrazně posiluje žilní stěny, zvyšuje jejich elasticitu, snižuje bolest a otoky nohou, vrací žilám jejich funkčnost a průchodnost“. Selektivně vybrané informace o předmětném doplňku stravy, doplněné obrazovým ztvárněním, užitá v reklamě, tak mohou vést k omylu spotřebitele, že jeho používáním lze onemocnění předcházet, nebo může spotřebitel nabýt dojmu, že doplňěk stravy má schopnost odstranit a léčit příčinu zdravotních obtíží. Městský soud se proto neztotožnil s názorem vysloveným v obdobných věcech v rozsudcích sp. zn. 10 Ca 334/2007 a sp. zn. 10 Ca 227/2007, že citované ustanovení zákona o regulaci reklamy umožňuje různý výklad pojmu „uvádět v omyl.“ K žádosti o moderaci městský soud uvedl, že nezjistil žádný důvod, pro který by shledal, že uložená pokuta je pro stěžovatele zjevně nepřiměřená. Městský soud rovněž neshledal opodstatněný požadavek stěžovatele vést ohledně jednotlivých reklam společné řízení a uložit jednu sankci, neboť každé jednotlivé reklamní mutaci na přípravek Varixinal byl vyhrazen jiný reklamní čas, kdy jednotlivé mutace reklamy zasahovaly rozdílné diváky (spotřebitele). Rozdílný vysílací čas navíc souvisí i s rozdílem ve sledovanosti jednotlivých mutací reklamy. Městský soud neshledal důvodný ani požadavek, aby bylo vedeno společné řízení proti stěžovateli jako zadavateli reklamy a zpracovateli reklamy, neboť charakter odpovědnosti zadavatele i zpracovatele reklamy podle § 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.

Proti tomuto rozsudku městského soudu podal stěžovatel v zákonné lhůtě kasační stížnost z důvodu uvedeného v ustanovení § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s. Nesprávné posouzení právní otázky městským soudem stěžovatel spatřuje především ve výkladu ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy. 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. Radě i městskému soudu je proto třeba vytknout, že se nezabývaly posouzením pravdivosti obsahu reklamy ve vztahu k vyvolání omylu. Městský soud rovněž nepřihlédl k nejednoznačnosti citovaného ustanovení, které lze vykládat dvojím způsobem. V tomto směru lze poukázat na předchozí rozhodnutí městského soudu ve skutkově i právně obdobných případech (sp. zn. 10 Ca 227/2007, sp. zn. 10 Ca 334/2007, sp. zn. 10 Ca 335/2007), která odůvodnil základními právními principy a odkázal na judikaturu Ústavního soudu, zatím co nyní rozhodl zcela protichůdně. Nejasnost citovaného ustanovení je přitom zjevná, neboť ještě v průběhu správního řízení, po odvysílání předmětných reklam, Rada zaujímala stanovisko k výkladu ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy tak, 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 poté, co požádala Státní ústav pro kontrolu léčiv o posouzení, zda způsob prezentace přípravku nezakládá důvod pro jeho zařazení do kategorie léčiv a tento ústav se odmítl posouzením přípravku jako doplňku stravy zabývat. 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 dvojitý výklad ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy, a proto je zcela na místě, aby byla poskytnuta ochrana legitimnímu očekávání a oprávněné důvěře v právo. Třeba zdůraznit i to, 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. Výklad citovaného ustanovení týkající se omylu spotřebitele, který zaujal městský soud, ale i krajní posouzení informace, jež odkazuje na vlastnosti a použití v reklamě propagovaných doplňků stravy, prakticky znemožňuje reklamu na tyto doplňky, pokud zadavatel nerezignuje na sdělení týkající se složení, vlastností a účelu použití zboží. Výklad zamezující reklamu na doplňky stravy by prakticky znemožnil podnikání ve výrobě a v prodeji doplňků stravy, což by bylo v rozporu s čl. 26 odst. 1 Listiny základních práv a svobod. Stěžovatel proto navrhl, aby Nejvyšší správní soud napadený rozsudek zrušil a věc vrátil městskému 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. V tomto směru proto stačí odkázat na odůvodnění napadeného rozsudku, s nímž se Rada plně ztotožňuje. Pokud jde o tvrzení stěžovatele týkající se změny jejího stanoviska ohledně výkladu ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy, jde o pouhou nepodloženou domněnku. 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 samotnou reklamu neznemožňuje, ale pouze v celospolečenském zájmu reguluje. S ohledem na výše uvedené Rada navrhla, aby kasační stížnost 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 odstavci 3, k nimž by musel přihlídnout z úřední povinnosti.

Ohledně skutkového stavu, jakož i povahy přípravku VARIXINAL (doplňěk stravy), není mezi účastníky řízení sporu. Reklama na přípravek VARIXINAL (mutace 8) začíná záběrem na ženu v kanceláři, poté muže vystupujícího z auta a lékaře se skalpelem v ruce. V levém horním rohu nápis Varixinal. Ve zvuku následující komentář: „Začíná to pocitem těžkých nohou, pokračuje otoky a může skončit až nepříjemnou operací.“ Poté následují záběry na stojící a sedící lidi v hromadném dopravním prostředku. Ve zvuku: „Dlouhé a časté stání, sezení, nadváha a dědičnost jsou hlavní příčiny vzniku křečových žil.“ Obraz se mění a objevuje se animace celé dolní končetiny s vyznačenými žilami a bolestivým místem, v levé polovině obrazu jsou nápisy: sezení, stání, nadváha, dědičnost, těhotenství. Obraz se mění v detailní zobrazení žíly a grafické znázornění příznivého působení Varixinalu na její funkci. V levé polovině obrazovky jsou nápisy: Varixinal, dobrá funkce chlopní. Ve zvuku: „Varixinal je špičkový preparát, který výrazně posiluje žilní stěny, zvyšuje jejich elasticitu, snižuje bolest a otoky nohou, vrací žilám jejich funkčnost a průchodnost.“ V závěru je záběr na balení přípravku a balení kompresivních podkolenek, v levém horním rohu nápis Varixinal a slogan: Skutečná úleva pro Vaše nohy. Ve zvuku: „Nyní ke každému balení devadesáti tablet kompresivní podkolenky zdarma.“ V samém závěru spotu zazní slogan: „Varixinal pro Vás vyrábí Walmark,“ což je v obraze doprovázeno logem společnosti Walmark, pod nímž je text „Zdraví pro celou rodinu.“ Předmětná reklama 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.).

Podle ustanovení § 5d písm. d) věta před středníkem zákona o regulaci reklamy nesmí reklama na potraviny uvádět v omyl zejména tím, že prisuzuje 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. Mezi něž 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 vymezuje, čím nesmí reklama na potraviny uvádět potenciální spotřebitele v omyl. Jak již bylo výše uvedeno, reklama na potraviny nesmí uvádět v omyl zejména přísuzováním 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 tedy stěžovatel tvrdí, že v reklamě na doplněk stravy VARIXINAL uváděl pouze pravdivé informace o možných účincích užívání přípravku, což v řízení před městským soudem i prokazoval, tato skutečnost není rozhodná pro naplnění skutkové podstaty deliktu podle ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy. V dané věci je naopak rozhodné, zda stěžovatel použitou kombinací obsahu reklamního sdělení a grafického zpracování reklamy 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 přípravku a způsobu prezentace, který je způsobilý vyvolat dojem léčivých schopností prezentovaného výrobku, zejména tvrzením, že „přípravek způsobuje dobrou funkci chlopni, výrazně posiluje žilní stěny, zvyšuje jejich elasticitu, snižuje bolest a otoky nohou, vrací žilám jejich funkčnost a průchodnost.“ Spotřebitel je tak způsobem prezentace reklamy, v níž jsou tyto léčivé účinky přípravku naznačeny, uveden v omyl, neboť přípravek je pouze doplňkem stravy, nikoliv léčivem, a proto podle ustanovení § 5d písm. d) zákona o regulaci reklamy nesmí preventivní či léčivé účinky přípravku přísuzovat 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. Stěžovatelova argumentace, že přípravek VARIXINAL má konkrétní účinky, proto nemůže obstát. Možnost dvojího výkladu předmětného ustanovení, s ohledem na konkrétní určení skutkové podstaty klamání (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, nedává prostor k alternativnímu výkladu ustanovení ve smyslu posuzování pravdivosti v reklamě

uvedených informací. Nejvyšší správní soud proto shledává výstižnou argumentaci městského soudu, která se týká nálezů Ústavního soudu, sp. zn. II. ÚS 487/2000, že tento nálezný dopadá pouze na případy „neurčitosti“ ustanovení právního předpisu. V dané věci jej aplikovat nelze, 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 smysl právní normy 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 adresátů. Proto nelze přijmout argumentaci účastníka řízení, že sdělované informace jsou pravdivé. Doplněk stravy je v souladu s platnou právní úpravou potravinou, a proto nelze akceptovat reklamní sdělení, které tuto potravinu způsobem prezentace a charakteristikou přiblíží léčivům, až dokonce vyvolá dojem, že se v podstatě jedná o léčivo. Zadavatel reklamy je samozřejmě oprávněn uvádět pravdivé informace ohledně vlastností nabízeného doplňku stravy, avšak je zároveň především povinen spotřebitele zřetelně a jasně informovat o tom, že jde pouze o doplněk stravy a nikoliv o léčivo, které by v případě onemocnění mělo léčivý účinek. Tuto podmínku účastník řízení nesplnil, neboť spotřebitele dostatečně neinformoval, že o léčivo nejde. Sotva postřehnutelný a velmi krátce prezentovaný nápis v pravé dolní části obrazovky „doplněk stravy“ nelze považovat za daných okolností za dostačující. Vadná je jednak velmi krátká doba jeho zobrazení a jednak nedostatečnost tohoto sdělení, které ve vztahu ke způsobu prezentace výrobku nenese dostatek informací o tom, že se nejedná o léčivo, které má v případě onemocnění léčivý účinek, a že je tedy v takových případech nezbytné obrátit se na lékaře. Proto v případě, kdy předmětná reklama budí ohledně povahy doplňku stravy v tomto směru pochybnosti, je nutné upřednostnit ochranu zdraví spotřebitele.

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

Pokud stěžovatel poukazyval na rozdílnou judikaturu městského soudu ve skutkové a právně obdobných sporech, nelze než konstatovat, že protichůdné závěry jednotlivých rozhodnutí městského soudu neposilují důvěru v justici a nepřispívají ani k ochraně právní jistoty účastníků sporu a principu předvídatelnosti práva. Proto Nejvyšší správní soud rozsudky městského soudu 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, dostupný na www.nssoud.cz, „rozpornost judikatury ve skutkové 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 soud, který rozhoduje v obdobné věci, v níž již vyslovil svůj názor, tuto věc posoudí ve shodě s tímto názorem. V opačném případě porušuje princip právní jistoty. Pro úplnost Nejvyšší správní soud 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 soudy závazné.

Nejvyšší správní soud 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).

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

Výrok o náhradě nákladů řízení se opírá o ustanovení § 60 odst. 1 věta první 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 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 25. září 2008

JUDr. Eliška Cihlářová
předsedkyně senátu