



ČESKÁ REPUBLIKA

**ROZSUDEK  
JMÉNEM REPUBLIKY**

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Lenky Kaniové a soudců JUDr. Marie Žiškové a JUDr. Zdeňka Kühna v právní věci žalobce: **Blue Style s.r.o.**, se sídlem Jindřišská 873/27, Praha 1, zastoupeného Mgr. Michalem Hanzlíkem, advokátem se sídlem Na Hřebenech II 1718/8, Praha 4, proti žalované: **Česká obchodní inspekce, ústřední inspektorát**, se sídlem Štěpánská 567/15, Praha 2, o žalobě proti rozhodnutí ústřední ředitelky žalované ze dne 17. 8. 2009, č. j. ČOI 14008/2009/0100/1000/2009/Vo/Št, v řízení o kasační stížnosti žalobce proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 20. 12. 2012, č. j. 9 Ca 347/2009 – 29,

**t a k t o :**

- I.** Kasační stížnost **s e z a m í t á .**
- II.** Žalobce **n e m á** právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti.
- III.** Žalované **s e n e p ř i z n á v á** náhrada nákladů řízení o kasační stížnosti.

**O d ů v o d n ě n í :**

**I. Vymezení věci**

[1] Rozhodnutím ředitele inspektorátu České obchodní inspekce, Inspektorátu Středočeského a Hl. města Praha ze dne 11. 5. 2009 byla žalobci uložena pokuta ve výši 10.000 Kč a povinnost uhradit náklady řízení ve výši 1.000 Kč za správní delikty podle § 24 odst. 1 písm. a) a odst. 7 písm. i) zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele (dále jen „zákon o ochraně spotřebitele“). Správního deliktu dle odst. 1 písm. a) uvedeného ustanovení (tj. porušení zákazu používání nekalých obchodních praktik) se měl dopustit tím, že v katalogu Blue Style Egypt 2008 (zájezdy do destinace Hurghada, Sharm El Sheikh) uváděl informaci o cestovním pojištění BlueComfort (360 Kč na osobu, 180 Kč na dítě do 12 let) jakožto povinném příplatku, přičemž podle zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, má zákazník možnost, nikoliv povinnost uzavřít individuální pojištění pro cesty a pobyt. Deliktu dle odst. 7 písm. i) cit. ustanovení se měl dopustit tím, že ve Všeobecných smluvních podmínkách obsažených v tomtéž katalogu a na zadní straně

cestovních smluv řádně neinformoval spotřebitele o podmínkách a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady služeb.

[2] Odvolání proti tomuto rozhodnutí zamítla ústřední ředitelka České obchodní inspekce v záhlaví specifikovaným rozhodnutím. Žalobu proti rozhodnutí žalované zamítl městský soud v záhlaví vymezeným rozsudkem. Proti tomuto rozsudku nyní žalobce (dále též „stěžovatel“) brojí kasační stížností.

## II. Shnutí odůvodnění rozsudku městského soudu

[3] Městský soud se v odůvodnění napadeného rozsudku ztotožnil se závěrem žalovaného, že žalobce se dopustil správního deliktu podle § 24 odst. 7 písm. i) zákona o ochraně spotřebitele, protože jako prodávající neinformoval spotřebitele tak, jak mu ukládá § 13 téhož zákona. Soud konstatoval, že žalobce spotřebitele v bodě 9.7 svých všeobecných smluvních podmínek (dále jen „VSP“) informoval o spotřebitelově povinnosti sepsat reklamační protokol a zároveň o jeho odpovědnosti za čitelnost a pravdivost údajů uvedených v reklamačním protokolu, přestože spotřebitel není podle zákona vůbec povinen protokol o reklamaci sepsávat či nést odpovědnost za čitelnost a pravdivost údajů v něm uvedených. Reklamovat vady poskytnutých služeb, tj. uplatnit právo z odpovědnosti za vady, spotřebitel může jakoukoliv formou, tedy i ústně. K žalobní námitce, podle níž je sepisování reklamačního protokolu zákazníkem realizováno pouze a výlučně za účelem maximalizace spokojenosti zákazníka, který je tak schopen přesně vymezit vytýkaný nedostatek, soud uvedl, že je pouze na spotřebiteli, jakou formu právního úkonu pro uplatnění reklamace zvolí, tedy zda se spokojí s ústní formou reklamace a vystaví se tak případnému nebezpečí důkazní nouze, nebo zda přistoupí k písemné formě. Žalobce není oprávněn rozhodovat za spotřebitele, jaká forma uplatnění reklamace bude pro něj nejvhodnější, nebo jej dokonce prostřednictvím poskytnutých informací přesvědčovat o tom, že vlastně žádnou volbu formy uplatnění reklamace nemá.

[4] Soud dále, ve shodě s názorem žalovaného, považoval jednání žalobce spočívající v informování spotřebitelů o tom, že příplatek za cestovní pojištění BlueComfort je jedním z povinných příplatků tvořících konečnou cenu zájezdu, za klamavou obchodní praktiku ve smyslu § 5 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele. Tím, že žalobce v katalogu zařadil příplatek za cestovní pojištění BlueComfort mezi takové povinné příplatky, jako jsou letištní a bezpečnostní taxy, víza či palivový příplatek, o nichž je průměrnému spotřebiteli známo, že tvoří nevyhnutelnou součást ceny leteckého zájezdu a že bez jejich zaplacení není možné letecký zájezd uskutečnit, zcela jednoznačně informoval spotřebitele o tom, že i příplatek za cestovní pojištění BlueComfort má stejný charakter, tedy že jeho zaplacení je úkonem nutným a nezbytným k tomu, aby spotřebitel vůbec mohl vybraný letecký zájezd absolvovat. V tom, že příplatek za cestovní pojištění BlueComfort je příplatkem povinným, byl spotřebitel utvrzován i formulací uvedenou na str. 24 katalogu, kde žalobce hovoří o tom, že pro zákazníky připravil „*povinné exkluzivní pojištění BlueComfort*.“ Nepravdivý údaj o *povinném* charakteru příplatku za cestovní pojištění BlueComfort byl dle soudu způsobilý podstatně ovlivnit rozhodování zákazníků žalobce tak, že tito mohli učinit rozhodnutí o uzavření právě tohoto cestovního pojištění, které by jinak neučinili, pokud by jim byla poskytnuta pravdivá informace, že sjednání cestovního pojištění vůbec není podmínkou uzavření cestovní smlouvy a že smlouvu o cestovním pojištění mohou uzavřít nejen prostřednictvím žalobce, ale též u jiných subjektů, které tento typ pojištění nabízí. Skutečnost, že příplatek za pojištění BlueComfort tvoří jen malou část celkové ceny zájezdu, je z hlediska naplnění dílky § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele irrelevantní; podstatná je ta skutečnost, že v důsledku nepravdivého údaje o povinném charakteru

pokračování

příplatku za pojištění BlueComfort mohli spotřebitelé učinit obchodní rozhodnutí o zaplacení tohoto příplatku, a tím i o uzavření pojištění BlueComfort, které by jinak neučinili.

### III. Shrnutí argumentace obsažené v kasační stížnosti a ve vyjádření žalované

[5] Stěžovatel v kasační stížnosti předně namítl, že závěr o jím údajně užívaných klamavých obchodních praktikách je nelogický a nepodložený. Dle stěžovatele z důkazů, které předložil, naopak vyplývá, že spotřebitelům bylo zcela jasně dáno na vědomí, že pojištění BlueComfort je dobrovolným pojištěním. Podpisem cestovní smlouvy spotřebitel stvrdil, že se seznámil s VSP stěžovatele, jejichž odst. 4.6 uvádí: „*Cestovní pojištění Blue Comfort lze písemnou žádostí ze strany zákazníka zrušit, v tomto případě bere zákazník na vědomí, že nesjednáním tohoto pojištění nese na vlastní zodpovědnost a náklady nebezpečí škody nepokryté pojištěním v důsledku nesjednání pojištění BlueComfort (...)*“. Zákazník je navíc o možnosti, nikoli povinnosti, využít nabídku pojištění BlueComfort ústně informován i bezprostředně před podpisem smlouvy pracovníkem stěžovatele, popřípadě jeho smluvním zprostředkovatelem. Klamavost informace je nutné posuzovat z objektivního, nikoli subjektivního pohledu, a to z pohledu průměrného spotřebitele. Vzhledem k ustanovením obsaženým ve VSP tak má být nesporné, že je výsledně vždy jen na zákazníkovi, zda využije pojištění BlueComfort, jiné pojištění, nebo zůstane nepojištěn.

[6] Stěžovatel označil tvrzení žalované a městského soudu, podle nějž mnoho zákazníků může být v důsledku pojištěno dvakrát, za ničím nepodloženou domněnkou. Pojištění BlueComfort je unikátní pojištění vytvořené ve spolupráci stěžovatele a Evropské centrální pojišťovny a.s. dle obvyklých pojistných potřeb klientů stěžovatele, přičemž shodný produkt na trhu v České republice neexistuje. Stěžovatel dále zdůraznil, že i v případě vzniku škody (který však nebyl prokázán) by se jednalo o škodu ve výši ceny pojištění, tj. o 360 Kč na dospělé osobu.

[7] V popsaném jednání dle stěžovatele nelze spatřovat nekalou obchodní praktiku ve smyslu § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele, neboť je to právě odborná péče o zákazníky a jejich zdravotní stav a ekonomickou situaci, co stěžovatele vede k tomu, že na možnost sjednání pojištění více upozorňuje. Mimo jiné díky zvolenému způsobu sdělení informace o pojištění se dle stěžovatele k dnešnímu dni vyskytuje mnohem méně případů, kdy zákazník není schopen vyřešit nečekanou událost při cestování z důvodu nedostatku finančních prostředků. V souladu s odbornou péčí je také jednoduchost a rychlost sjednání předmětného pojištění. Informace o příplatku za pojištění BlueComfort není ani způsobila podstatně ovlivnit rozhodnutí spotřebitele, a to zejména s ohledem na poměr celkové ceny zájezdu a ceny za pojištění.

[8] Dle stěžovatele se městský soud s těmito otázkami ve svém rozsudku nijak nevyřadil, a tak jej napadá nejen z důvodu nesprávného právního posouzení, ale také z důvodu nepřezkoumatelnosti.

[9] Ke správnému deliktu, který měl spočívat v tom, že řádně neinformoval spotřebitele o podmínkách a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady poskytovaných služeb, stěžovatel namítl, že sepisování reklamačních protokolů zákazníky samotnými je realizováno pouze a výlučně za účelem maximalizace jejich spokojenosti. Jedině zákazník sám je schopen přesně vymezit nedostatek, který je předmětem jím podané reklamace. Nemůže tak dojít k tomu, že by osoba za něj reklamaci zapisující uvedla do protokolu zcela jiný stav věci. V situaci, kdy u některých zájezdů není k dispozici delegát, by napadený závěr znamenal, že spotřebitel nebude moci reklamaci na místě uplatnit. Závěr správního orgánu a městského soudu má být absurdní také proto, že zákazník zpravidla sám trvá na vyplnění reklamačního protokolu

svou vlastní rukou. Ke skutečnosti, že předmětné ustanovení VSP postrádá pojednání o ústní reklamaci zákazníkem, stěžovatel namítl, že pokud nějaká otázka není ve VSP řešena, řídí se obecným právním předpisem (což předpokládá čl. 1 VSP). Pokládá za nesprávné, aby byl nucen v rámci svých VSP řešit veškeré potenciální otázky, které mohou ze smluvního vztahu se spotřebitelem vyvstat. Správní orgány i soud si zároveň nesprávně vykládají následující větu obsaženou v bodě 6.7 VSP: „*CK Blue Style je povinna sdělit své stanovisko do 30-ti dnů od doručení reklamace v písemné formě*“. Uvedená věta znamená, že stěžovatel je vždy povinen vyřídit reklamaci v písemné formě, což je nepochybně vyšší stupeň ochrany spotřebitele.

[10] Žalovaná ve vyjádření ke kasační stížnosti uvedla, že zcela jistě neodpovídá odborné péči podnikatele, jestliže je svou povahou dobrovolný poplatek nabízen zákazníkům jako povinný s tím, že nepravdivost dané informace může spotřebitel případně odhalit výkladem jiného textu obsaženého v předmětném katalogu. Opakovaným označováním pojištění BlueComfort v katalogu jako „povinného příplatku“ spotřebitelé zároveň byli ovlivňováni ve své volbě, zda využijí cestovní pojištění a jakého pojistitele zvolí. Ani tvrzenou ochranou zájmů spotřebitele a chválením jedinečnosti daného produktu nelze ospravedlnit motivování spotřebitele k jeho koupi pomocí nepravdivých údajů. Dle žalované pak stěžovatel volí obdobný přístup také ve vztahu k porušení zákona stanovením obligatorní písemné formy reklamace uplatňované zákazníkem: sám uvážil, co je pro jeho zákazníky nejlepší, tedy aby oni sami sepsali reklamaci, přičemž rovněž přípustnou variantu, kdy reklamace bude uplatněna ústně, pokládá za méně vhodnou a tudíž ji vylučuje.

#### IV. Právní hodnocení Nejvyššího správního soudu

[11] Kasační stížnost není důvodná.

[12] Stěžovatel byl správními orgány sankcionován za porušení povinností plynoucích ze zákona o ochraně spotřebitele. Předně za porušení § 4 odst. 3 uvedeného zákona, který zakazuje „*užívání nekalých obchodních praktik při nabízení nebo prodeji výrobků, při nabízení nebo poskytování služeb (...) nekalé jsou zejména klamavé a agresivní obchodní praktiky*“, a § 5 odst. 1 písm. a) cit. zákona, který označuje obchodní praktiku za klamavou, „*je-li při ní užít nepravdivý údaj*“. Tím měl spáchat správní delikt podle § 24 odst. 1 písm. a) téhož zákona, spočívající v porušení zákazu používání nekalých obchodních praktik. Dále jej správní orgán pokutoval za porušení § 13 daného zákona, podle něž je prodávající „*povinen spotřebitele řádně informovat o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady výrobků a služeb, včetně podmínek uplatnění rozporu s kupní smlouvou (dále jen „reklamace“) spolu s údaji o tom, kde lze reklamaci uplatnit, a o provádění záručních oprav*“. Neposkytnutí informací spotřebiteli v souladu s tímto ustanovením představuje správní delikt dle § 24 odst. 7 písm. i) předmětného zákona.

[13] Nejvyšší správní soud se nejprve zabýval námitkami stěžovatele proti shledanému porušení § 4 odst. 3 a § 5 odst. 1 písm. a) zákona o ochraně spotřebitele (viz body [5] až [8] výše). Podstatu sporu zde představuje otázka, zda označení pojištění BlueComfort v katalogu stěžovatele Egypt 2008 (Hurghada, Sharm El Sheikh) slovy „povinný příplatek“ představuje klamání spotřebitele ve smyslu uvedených ustanovení. Ve věci tak není sporu o tom, zda je uzavření pojištění BlueComfort pro zákazníky stěžovatele povinným. Stěžovatel připouští, že není. Tvrdí však, že touto cestou své zákazníky upozorňoval na rizika cestování bez uzavření pojištění a že jim muselo být z VSP zřejmé, že sjednání daného pojištění ve skutečnosti povinné není.

pokračování

[14] Jak Nejvyšší správní soud ověřil ze správního spisu, v předmětném katalogu stěžovatele je opakovaně u jednotlivých zájezdů zahrnován příplatek za cestovní pojištění BlueComfort mezi „povinné příplatky“ za letištní a bezpečnostní taxy včetně pozemních služeb, vízum a palivový příplatek. Rovněž v části katalogu obsahující bližší informace o pojištění (str. 24-25) se hovoří „*povinném exkluzivním pojištění BlueComfort*“ s tím, že podrobnější pojistné podmínky „*jsou nedílnou součástí cestovní smlouvy*“. Ve VSP stěžovatele psaných drobným písmem na konci katalogu je pak uvedeno, že „*cestovní pojištění Blue Comfort lze písemnou žádostí ze strany zákazníka zrušit*“ (bod 4.6.).

[15] Zdejší soud se plně ztotožňuje se závěrem městského soudu, že takové označení příplatku za pojištění bylo klamavé a že se tak jednalo o nekalou obchodní praktiku ve smyslu výše citovaných ustanovení zákona o ochraně spotřebitele. Průměrný spotřebitel bude označení „povinný příplatek“ zcela jistě vnímat tak, že jde o něco nezbytného, co si musí nutně sjednat, a to v nabízené formě. Tento jeho dojem nepochybně ještě umocní zařazení příplatku za pojištění mezi takové povinné příplatky, jako jsou letištní a bezpečnostní taxy, víza či palivový příplatek, o nichž je průměrnému spotřebiteli známo, že tvoří nevyhnutelnou součást ceny leteckého zájezdu. Není přitom podstatné, že z VSP stěžovatele může spotřebitel vyčíst, že sjednání tohoto konkrétního pojištění povinné není. Průměrný spotřebitel si totiž pod vlivem jednoznačné informace o povinném charakteru daného příplatku opakovaně uváděné v předmětném katalogu pojištění BlueComfort zpravidla sjedná, aniž by dále zjišťoval, zda je možné si sjednat jiné (a případně výhodnější) pojištění. Tvrzení stěžovatele (nijak nedoložené), podle něž byl zákazník před podpisem cestovní smlouvy vždy ústně upozorněn na to, že sjednání daného pojištění není povinné, hodnotí Nejvyšší správní soud jako zjevně účelové.

[16] Nejvyšší správní soud nemůže přistoupit na právní ekvilibristiku stěžovatele, který uvádí, že vlastně jednal v zájmu spotřebitelů. Stěžovatel se dovolává znění § 4 odst. 1 zákona o ochraně spotřebitele, podle něž jde o nekalou obchodní praktiku, „*je-li jednání podnikatele vůči spotřebiteli v rozporu s požadavky odborné péče a je způsobilé podstatně ovlivnit jeho rozhodování tak, že může učinit obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil*“. Zdejší soud je ale přesvědčen, že jednání stěžovatele naplnilo rovněž znaky citované generální klauzule vymezující nekalé obchodní praktiky. Nejenže tak stěžovatel uváděl v katalogu zřetelně nepravdivý údaj („*povinný příplatek za pojištění*“), ale jeho jednání vůči spotřebiteli bylo také v rozporu s *požadavky odborné péče* a bylo *způsobilé podstatně ovlivnit rozhodování* spotřebitele. Cíle, který stěžovatel údajně sledoval, tedy maximálnímu možnému zamezení situacím, kdy se zákazníci při cestování v důsledku nějaké nečekané události potýkají s nedostatkem finančních prostředků, lze bezpochyby dosáhnout i jinými způsoby, při nichž nebude spotřebitel uváděn v omyl sdělováním nepravdivých údajů. V katalogu zájezdů lze například poukázat na rizika cestování bez cestovního pojištění a následně nabídnout možnost jeho sjednání apod. Způsobilost podstatně ovlivnit rozhodování spotřebitele pak je třeba hodnotit ve vztahu k obchodnímu rozhodnutí ohledně sjednání daného cestovního pojištění (namísto sjednání jiného či žádného cestovního pojištění). Jak již bylo uvedeno výše, v tomto rozhodování vytýkané jednání stěžovatele spotřebitele zcela jistě podstatně ovlivňovalo. Není tak vůbec podstatné, v jakém poměru je výše příplatku za pojištění k celkové výši zájezdu.

[17] K námitce stěžovatele, že tvrzení městského soudu, podle něž mnoho zákazníků může být v důsledku pojištěno dvakrát, je nepodloženou domněnkou, Nejvyšší správní soud uvádí, že nic takového městský soud ve svém rozsudku netvrdí. Námitku, podle níž je pojištění BlueComfort unikátní pojištění, přičemž shodný produkt na trhu v České republice neexistuje, stěžovatel poprvé uplatnil v kasační stížnosti, ačkoliv ji bezpochyby mohl uplatnit již v řízení před městským soudem. Daná námitka je tak nepřípustná, ve smyslu § 104 odst. 4 zákona č. 150/2002 Sb., soudního řádu správního (dále jen „s. ř. s.“). Eventuální výše škody způsobená

jednáním stěžovatele je pro posouzení naplnění znaků skutkové podstaty předmětného správního deliktu nepodstatná.

[18] Ostatně obdobně rozhodl Nejvyšší správní soud ve skutkově srovnatelných věcech týkajících se týchž účastníků rozsudky ze dne 9. 12. 2010, č. j. 1 As 101/2010 – 82, a ze dne 22. 6. 2011, č. j. 1 As 59/2011 – 61 (všechna zde uváděná rozhodnutí NSS jsou dostupná na stránkách [www.nssoud.cz](http://www.nssoud.cz)).

[19] Městský soud tedy posoudil otázku porušení zákazu používání nekalých obchodních praktik stěžovatelem věcně správně, zároveň se vypořádal se všemi souvisejícími žalobními námitkami (a jeho rozhodnutí tak není ani nepřezkoumatelné pro nedostatek důvodů, jak namítal stěžovatel). Kasační námitky směřující do této části rozsudku jsou proto nedůvodné.

[20] Dále se Nejvyšší správní soud zabýval námitkami stěžovatele proti shledanému porušení § 13 zákona o ochraně spotřebitele (viz bod [9] výše). Otázkou je, zda lze považovat za řádné informování spotřebitele ve smyslu tohoto ustanovení údaje uvedené v bodě 9.7. VSP stěžovatele. V tomto bodě je popsán postup při reklamaci vad poskytnutých služeb. V případě, že se nepodaří oznámený nedostatek odstranit, „*sepíše zákazník se zástupcem Blue Style písemný protokol o reklamaci. Zákazník odpovídá za čitelnost a pravdivost uvedených údajů v rekl. protokolu potřebných pro identifikaci zákazníka (...) CK Blue Style je povinna sdělit svoje stanovisko k reklamaci do 30-ti dnů od jejího doručení v písemné formě do Blue Style*“. Obdobně jako v případě výše pojednaného správního deliktu i nyní není pochyb o tom, že zákon spotřebitele neomezuje v tom směru, že by byl povinen uplatnit odpovědnost za vady v písemné formě. Předmětem sporu je pouze to, zda informace o postupu při uplatnění odpovědnosti za vady poskytnutá stěžovatelem byla dostatečná, respektive zda nebyla zavádějící.

[21] Argumentace stěžovatele v kasační stížnosti se tak do značné míry mívá s podstatou věci. Z rozhodnutí správního orgánu ani městského soudu neplyne, že zákazníci nemohou sepisovat reklamační protokoly, mají-li o to zájem (jak tvrdí stěžovatel). Podstatné je, že nejde o jedinou možnou formu uplatnění odpovědnosti za vady, což ze stěžovatelových VSP skutečně není patrné. Interpretovat větu „*CK Blue Style je povinna sdělit svoje stanovisko k reklamaci do 30-ti dnů od jejího doručení v písemné formě do Blue Style*“ tak, že naopak garantuje zákazníkovi, že obdrží písemnou odpověď na reklamaci, jak činí stěžovatel v kasační stížnosti, lze jen s velkou dávkou fantazie.

[22] Stěžovatelova argumentace, že není účelem všeobecných smluvních podmínek upravovat detailně všechny možné situace, které mohou nastat a jejichž řešení obsahuje zákon, je v obecné rovině správná. Avšak v tomto konkrétním případě zákonodárce považoval za nutné, v zájmu lepší ochrany spotřebitele coby slabší smluvní strany, stanovit prodávajícímu povinnost spotřebitele „*řádně informovat o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění odpovědnosti za vady výrobků a služeb (...)*“. Této povinnosti se přitom nelze zprostit poukazem na to, že VSP odkazují na obecné právní předpisy, z nichž možnost uplatnit reklamaci ústně vyplývá.

[23] Námitky týkající se správního deliktu neposkytnutí informací spotřebiteli podle § 13 zákona o ochraně spotřebitele tak jsou nedůvodné.

pokračování

### V. Závěr a náklady řízení

[24] Nejvyšší správní soud tedy shledal námitky stěžovatele nedůvodnými. Jelikož v řízení nevyšly najevo ani žádné vady, k nimž musí kasační soud přihlížet z úřední povinnosti (§ 109 odst. 4 s. ř. s.), zamítl kasační stížnost jako nedůvodnou (§ 110 odst. 1 věta druhá s. ř. s.).

[25] O náhradě nákladů řízení bylo rozhodnuto podle § 60 odst. 1 za použití § 120 s. ř. s. Žalobce nemá právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti, neboť ve věci neměl úspěch; žalovanému správnímu orgánu, kterému by jinak jakožto úspěšnému účastníku řízení právo na náhradu nákladů řízení příslušelo, náklady řízení nad rámec jeho běžné úřední činnosti nevznikly.

**Poučení:** Proti tomuto rozhodnutí **nejsou** opravné prostředky přípustné.

V Brně dne 27. června 2013

JUDr. Lenka Kaniová  
předsedkyně senátu