



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK
JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Elišky Cihlářové a soudců JUDr. Jaroslava Hubáčka a JUDr. Karla Šimky v právní věci žalobkyně: **Česká televize**, se sídlem Kavčí hory 1, Praha 4, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání**, se sídlem Škrétova 44/6, Praha 2, v řízení o kasační stížnosti žalobkyně proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 22. 12. 2011, č. j. 6 A 60/2010 – 81,

t a k t o :

- I. Rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 22. 12. 2011, č. j. 6 A 60/2010 – 81, a rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 6. 10. 2009, sp. zn. 2009/712/LOJ/ČTV, č. j. LOJ/95/2009, **se zrušují** a věc **se vrací** žalované k dalšímu řízení.
- II. Žalovaná **je povinna** zaplatit žalobkyni na náhradě nákladů řízení o žalobě 2.000 Kč do tří dnů od právní moci tohoto rozsudku.
- III. Žalovaná **je povinna** zaplatit žalobkyni na náhradě nákladů řízení o kasačních stížnostech 8.000 Kč do tří dnů od právní moci tohoto rozsudku.

O d ů v o d n ě n í :

Městský soud v Praze rozsudkem ze dne 22. 12. 2011, č. j. 6 A 60/2010 – 81, zamítl žalobu, jíž se žalobkyně (dále jen „stěžovatelka“) domáhala zrušení rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televizní vysílání (dále jen „Rada“) ze dne 6. 10. 2009, sp. zn. 2009/712/LOJ/ČTV, č. j. LOJ/95/2009, o uložení pokuty ve výši 50.000 Kč za porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona č. 231/2001 Sb., ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o vysílání“), jehož se měla stěžovatelka dopustit tím, že dne 20. 1. 2009 v čase 16:45:01 h na programu ČT 4 odvysílala označení sponzora www.norskamoda.cz

(sponzor pořadu, mutace 2), které obsahovalo reklamní prvky. Městský soud v odůvodnění rozsudku uvedl, že předmětem sporu je posouzení, zda se jednalo o sponzorský vzkaz v intencích ust. § 53 odst. 1 zákona o vysílání jak tvrdí stěžovatelka, či zda šlo podle obsahu o reklamu jak tvrdí Rada. Městský soud posuzoval tuto právní otázku s ohledem na rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 9. 11. 2006, č. j. 7 As 75/2005 - 57, s tím, že hranice mezi reklamou a sponzorským vzkazem není ostrá. I sponzorský vzkaz dávající divákovi najevo, že komerční subjekt se podílel na výrobě pořadu, především diváka upozorňuje na existenci sponzora, ať už uvedením jeho obchodní firmy, loga či ochranné známky, je ze své podstaty také reklamou svého druhu, byť se od klasické reklamy v určitých bodech odlišuje. Podle citované judikatury je hlavní rozdíl mezi oběma typy zejména v tom, že reklama zpravidla agresivnějším způsobem vybízí ke koupi konkrétního druhu výrobku, zatímco sponzorský vzkaz spíše statictější způsobem upozorňuje na existenci sponzora a buduje tak především jeho dobré jméno. Rada předmětný spot posuzovala jako celek, tedy jak jeho obrazovou, tak i zvukovou stránku a ty hodnotila společně se slovním sdělením podle uvedených kritérií. Městský soud dospěl ke stejnému závěru jako Rada, tj. že v daném případě předmětný spot naplňoval definiční znaky reklamy tak, jak jsou vymezeny v ust. § 2 odst. 1 písm. n) zákona o vysílání. K účelu předmětného spotu jako k rozlišovacímu kritériu mezi reklamou a sponzorováním městský soud uvedl, že není jen pouhým upozorněním na existenci sponzora či na jeho produkt, protože obsahuje kromě upozornění na osobu sponzora a jeho produkty další rozšiřující informace vztahující se k propagovaným výrobkům. V krátkém časovém intervalu je divák seznamován s výčtem značek, které sponzor prodává, s upřesněním, o jaké značky se jedná. Tento výčet je doplněn ilustrací a na konci sloganem „Kvalitní vybavení ze Skandinávie na jednom místě“. Uvedený zvukový slogan tak zdůrazňuje kvalitu vybavení, upozorňuje na jeho původ („ze Skandinávie“), na způsob jeho prodeje prostřednictvím internetu („na jednom místě“) a informuje o tom, kde je lze zakoupit odkazem na konkrétní webové stránky. Celkové ztvárnění předmětného spotu tak vykazuje dynamický charakter, přičemž spojení uvedených prvků (výčet značek doplněný ilustrací a slogan) pak jako celek tvoří sdělení, které již přímo vybízí diváky ke koupi výrobků. Tvzení stěžovatelky o nepřítomnosti detailů či konkrétních vlastností zobrazovaného zboží, o staticnosti fotografií a o tom, že na fotografiích je zobrazován vždy jen jediný výrobek představující jinou značku, na uvedeném závěru nemůže nic změnit. Označení zobrazeného zboží jako kvalitního vybavení ze Skandinávie ve spojení s tím, že se jedná o výrobky využívané v zimě, je třeba považovat za zdůraznění kvality výrobků, když ve Skandinávii je potřebné oblečení chránící před mrazivým počasím. Zejména zdůraznění, že se jedná o kvalitu ze Skandinávie ve spojení s informací, že zboží lze jednoduše zakoupit, představují prvky, pro které je třeba předmětný spot považovat za reklamu. Vždy je třeba hodnotit celkové vyznění spotu, a to na základě komplexního posouzení všech jeho složek. Na základě takového posouzení pak městský soud dospěl k závěru, že se v případě předmětného spotu jedná o reklamu ve smyslu ust. § 2 odst. 1 písm. n) zákona o vysílání. Jednáním stěžovatelky spočívajícím v zařazení předmětného spotu do vysílání programu CT 4 v uvedeném čase, došlo proto k porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání, a tudíž k naplnění skutkové podstaty správního deliktu uvedené v ust. § 60 odst. 1 písm. l) citovaného zákona, a pokuta za toto jednání jí byla proto uložena v souladu se zákonem.

pokračování

Proti tomuto rozsudku podala stěžovatelka v zákonné lhůtě kasační stížnost z důvodů uvedených v ust. § 103 odst. 1 písm. a) a d) s. ř. s., ve které namítala, že městský soud sice při hodnocení spotu provedl korektní výčet příslušných právních ustanovení, ale pochybil při jejich aplikaci, když nepoužil a nezohlednil příslušnou judikaturu Nejvyššího správního soudu, protože nezkoumal základní účel spotu, ale zaměřil se pouze na jeho jednotlivé prvky bez širších a vzájemných souvislostí. Městský soud dospěl k nesprávnému a zužujícímu závěru, když hlavní rozdíl mezi označením sponzora a reklamou neshledává primárně v jejich účelu, ale zejména v tom, že *„reklama zpravidla agresivnějším způsobem vybízí ke koupi konkrétního druhu výrobku, zatímco sponzorský vzkaz spíše statictější způsobem upozorňuje na existenci sponzora.“* Stěžovatelka uvedla, že základním vědomým úmyslem sponzora bylo přispět k financování televizního pořadu s cílem propagace jeho jména a činnosti v souladu s ust. § 2 odst. 1 písm. s) zákona o vysílání a že základním účelem spotu bylo vytvořit u diváků povědomí o existenci sponzora, resp. jeho činnosti postavené na spolupráci s exkluzivními norskými značkami. Prostřednictvím těchto značek sponzor v zásadě vytvářel ve spotu dobré jméno své firmy. Své mínění opírala stěžovatelka mimo jiné o skutečnosti obecně známé, resp. dostupné, z nichž lze seznat charakteristiku činnosti sponzora a také jím prezentovaných norských značek. Divákovi tak byla primárně poskytnuta informace o existenci sponzora, jeho službě a činnosti a obecná charakteristika jeho činnosti formou sloganu. Městský soud se v napadeném rozhodnutí ztotožnil se závěrem Rady, že spot obsahuje reklamní prvky, tedy je reklamou, ale již nezkoumal kumulativní naplnění prvků reklamy podle ust. § 2 odst. 1 písm. n) zákona o vysílání a bez vyjádření zřetelné úvahy rozhodl na základě zjednodušené a nesprávné rovnice: reklamní prvky ve spotu rovná se reklama. Takový závěr nekoresponduje ani s definicí reklamy, ani s judikaturou Nejvyššího správního soudu a odporuje právní větě publikované pod č. 1063/2007 Sb. NSS. Jak vyplývá z popisu a podoby spotu, sponzor prezentoval jednotlivé norské značky, které na českém trhu zastupuje a jejichž produkty dále ve své podnikatelské činnosti nabízí k prodeji. Nepropagoval tedy žádný konkrétní produkt, pouze uvedl obecnou charakteristiku produktů vyráběných norskými značkami spolu s jejich ilustrativními fotografiemi. Stěžovatelka proto vyjádřila zásadní nesouhlas s tvrzením městského soudu, že ve spotu byly divákovi poskytnuty další rozšiřující informace vztahující se k propagovaným výrobkům, když žádný konkrétní výrobek nebyl divákovi prostřednictvím spotu představen. Je objektivní pravdou, že ve spotu jsou představeny tři významné norské značky včetně stručné charakteristiky jejich činnosti. Městský soud však charakteristiku jednotlivých značek přičítá stěžovateli k tíži navzdory judikatuře Nejvyššího správního soudu (č. 1063/2007 Sb. NSS), která takovou obecnou charakteristiku považuje za přípustnou. Jednotlivým norským značkám je ve spotu dán časový prostor v délce dvou sekund. Samotné prezentaci činnosti sponzora celkem 2x3 sekundy. Tak krátký časový interval spotu zamezuje přesvědčovacímu procesu k nákupu zboží. K takovému závěru dospěl i Nejvyšší správní soud ve svých rozhodnutích ze dne 29.6.2011, č. j. 7 As 39/2011 - 74 a č. j. 7 As 13/2011 - 96. Stěžovatelka dále namítala, že městský soud nesprávně vyhodnotil užití sloganu ve spotu, když v rozporu se závěrem vyjádřeným v judikatuře Nejvyššího správního soudu (č. j. 7 As 81/2005 - 79 a č. j. 7 As 30/2010 - 93) přičetl k tíži stěžovatelky jeho znění vyjadřující obecnou charakteristiku prezentované služby. Sponzor ve spotu nezdůrazňoval kvalitu výrobků, a ani tento údaj žádným způsobem nevyzdvihoval. Slovní spojení „kvalitní vybavení“ je v odrazu činnosti sponzora zcela obecným vyjádřením. Rovněž uvedení původu propagované skupiny výrobků

nemůže být žádným údajem, který by byl způsobilý přesvědčit diváka ke koupi některého z možných výrobků nabízených firmou sponzora. Stěžovatelka se dále ohradila proti úvaze městského soudu, že z informace „na jednom místě“ lze dovodit způsob prodeje prostřednictvím internetu. Sponzor jako provozovatel internetových stránek zaměřených na outdoorové vybavení primárně ze Skandinávie a internetového obchodu nabízí k prodeji produkty nejenom značek uvedených ve spotu zcela pochopitelně na jednom místě. Takový údaj je zcela logický ze samotné podstaty tohoto druhu podnikání a není žádnou výzvou k nákupu. Městský soud prakticky znemožnil sponzorovi prezentaci prostřednictvím jeho činnosti, resp. služby, kterou jsou právě internetové stránky. Uvedení webové adresy jako činnosti sponzora je městským soudem bez dalšího vyloženo jako několikanásobný reklamní prvek - výzva k nákupu, místo nákupu, způsob nákupu a vyjádření původu produktu. Taková úvaha je zcela v rozporu s definicí sponzorování a naprosto zužujícím výkladem rozsahu prvků, jimiž se sponzor může prezentovat. Při takovém výkladu by nemohla být sponzorem žádná osoba, jež provozuje internetové stránky, resp. internetový obchod. Takové omezení však ust. § 2 odst. 1 písm. s) zákona o vysílání neobsahuje, a ani takový závěr nelze dovodit na základě stále preciznější a podrobnější judikatury. Stěžovatelka dále namítala, že z napadeného rozsudku nelze žádným způsobem dovodit, které prvky, části či informace poskytnuté ve spotu vytvářejí podle názoru městského soudu jeho dynamický charakter. Závěr městského soudu postrádá jakékoli odůvodnění, z něhož by byla znatelná jeho úvaha a v důsledku této absence je rozsudek nepřezkoumatelný. Je zřejmé, že spot www.norskamoda.cz, který obsahuje postupně povolna prolnuté tři statické fotografie s uvedením značky a její obecné charakteristiky, který neobsahuje žádný hudební podkres a ve kterém je zvukový doprovod laděn ve zcela neutrální hlasové rovině, neobsahuje žádný dynamický prvek. Městský soud dále nezohlednil zařazení spotu do vysílání, jeho návaznost na určitý pořad (ale i program) a současně i roční období. Podle názoru stěžovatelky je zcela legitimním právem sponzora zvolit k prezentaci své osoby své jméno, činnost, výrobky, apod. a je také jeho právem vyjádřit v označení sponzora spojitost se sponzorovaným pořadem. V předmětném případě je tedy v souladu s jeho právem prezentace zimního outdoorového vybavení, když spot byl zařazen na sportovním programu v souvislosti s pořadem, resp. sportovním přenosem lyžování v zimním ročním období. Závěrem stěžovatelka uvedla, že napadený rozsudek je nepřezkoumatelný pro nedostatek důvodů, protože městský soud se nevypořádal s jejími žalobními námitkami, jak mu bylo uloženo rozsudkem Nejvyššího správního soudu ze dne 29. 6. 2011, č. j. 7 As 17/2011 - 67. Z odůvodnění napadeného rozsudku není zřejmé, proč městský soud nepovažoval právní argumentaci stěžovatelky za důvodnou a proč žalobní námitky považoval za nedůvodné, nesprávné nebo vyvrácené. Ze shora uvedených důvodů stěžovatelka navrhl zrušení napadeného rozsudku a vrácení věci městskému soudu k dalšímu řízení.

Rada ve vyjádření ke kasační stížnosti uvedla, že stěžovatelka odůvodnila svoji opětovně podanou kasační stížnost de facto pouze nesprávným posouzením právní otázky soudem v předcházejícím řízení a nepřezkoumatelností správního rozhodnutí pro nedostatek důvodů. V kasační stížnosti ale neuvedla, jakým způsobem městský soud nerespektoval závazný právní názor Nejvyššího správního soudu, který byl obsažen v jeho zrušujícím rozsudku. Stěžovatelka pouze opakovala své právní názory na danou problematiku a na věc. Protože Nejvyšší správní soud neuvedl závazný právní názor týkající se charakteru posuzovaného obchodního sdělení, nemůže být tedy ani namítáno,

pokračování

že městský soud takový názor Nejvyššího správního soudu nerespektoval. Městský soud přitom napravit pochybení, která mu byla vytýkána Nejvyšším správním soudem, a jeho rozsudek je tedy již bezvadný a zákonný. Kasační stížnost je proto podle ust. § 104 odst. 3 písm. a) s. ř. s. nepřípustná. Z uvedených důvodů proto Rada navrhl, aby byla odmítnuta, případně jako nedůvodná zamítnuta.

Nejvyšší správní soud přezkoumal napadený rozsudek v souladu s ust. § 109 odst. 3 a 4 s. ř. s., vázán rozsahem a důvody, které uplatnila stěžovatelka v podané kasační stížnosti, a přitom shledal vady uvedené v odstavci 4, k nimž musel přihlídnout z úřední povinnosti.

V dané věci je vzhledem k časovému průběhu správního řízení zásadní otázka prekluze práva Rady uložit stěžovateli pokutu za protiprávní jednání vymezené v ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání.

Podle ust. § 61 odst. 1 věta první zákona o vysílání uloží Rada pokutu do jednoho roku ode dne, kdy se dozvěděla o porušení povinnosti.

Podle obsahu spisu stěžovatelka předmětný sponzorský vzkaz odvysílala dne 20. 1. 2009. Na zasedání konaném ve dnech 30. 6. až 1. 7. 2009 se Rada usnesla, že se stěžovatelkou zahájí správní řízení pro možné porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání. Následně rozhodnutím ze dne 6. 10. 2009 uložila stěžovateli pokutu. Toto rozhodnutí bylo stěžovateli doručeno dne 16. 2. 2010.

K určení okamžiku, od kterého je nutné počítat lhůtu pro zánik odpovědnosti za správní delikt, se vyjádřil již Vrchní soud v Praze v rozsudku ze dne 30. 4. 1999, č. j. 6 A 14/96 - 34 (Soudní judikatura ve věcech správních č. 627/2000), v němž uvedl, že „*Dozvědět se o porušení povinnosti“ ve smyslu § 12 odst. 1 zákona č. 238/1991 Sb., o odpadech, je časový okamžik vědomosti správního orgánu, příslušného k rozhodnutí o pokutě, o skutkových okolnostech deliktu v takovém rozsahu, který umožní i jejich předběžné právní zhodnocení. Ze zákona nelze dovodit, že by tato informace musela být zvlášť kvalifikovaná, pocházet jen z určitého zdroje nebo že by byla vázána na jiné řízení. Musí však mít onu nezbytnou míru určitosti a věrohodnosti, která zabezpečuje, že správní řízení nebude zahájeno na základě informací zcela neověřených, zhola nejasných či zjevně nevěrohodných.*“

Ústavní soud v nálezu ze dne 17. 3. 2010, sp. zn. I. ÚS 947/09 vyslovil, že počátek běhu subjektivní prekluzivní lhůty je dán okamžikem vědomosti správního orgánu o skutkových okolnostech v takovém rozsahu, který umožní předběžné právní zhodnocení, že došlo k porušení zákona. Smyslem jednorocní subjektivní prekluzivní lhůty je přimět správní orgán k aktivní činnosti. Tato lhůta je prostředkem ochrany účastníka správního řízení proti postupu orgánu veřejné moci, neboť mu dává jistotu ohledně lhůty, v níž musí být věc vyřízena. Ačkoli se Ústavní soud v citovaném nálezu vyjádřil k aplikaci ust. § 8 odst. 5 zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů, jeho závěry nepochybně dopadají i na aplikaci ust. § 61 odst. 1 věta první zákona o vysílání.

V usnesení ze dne 18. 9. 2012, č. j. 7 Afs 14/2011 - 115, rozšířený senát Nejvyššího správního soudu formuloval právní větu tak, že „*Správní orgán se „dozví“ o porušení*

cenových předpisů (§ 17 odst. 4 zákona č. 526/1990 Sb., o cenách) dnem, kdy soustředí onen okruh poznatků, informací a důkazních prostředků, z nichž lze na spáchání deliktu usoudit. Není rozhodující, zda v tento den již byl zpracován kontrolní protokol, ani zda tyto poznatky byly analyzovány a posouzeny se závěrem, že delikt byl spáchán a kým.“

Ze stávající judikatury však nevyplývá, která konkrétní skutečnost je určujícím okamžikem pro započetí běhu prekluzivní subjektivní lhůty. Onen okamžik dozvědění se o skutkových okolnostech umožňujících předběžné vyhodnocení protiprávnosti určitého chování je třeba vždy posuzovat se zřetelem na konkrétní okolnosti daného případu. Jak Ústavní soud v nálezu ze dne 17. 2. 2010, sp. zn. I. ÚS 1898/09, tak Nejvyšší správní soud v rozsudku ze dne 27. 7. 2011, č. j. 6 As 15/2011 - 73, pak pouze odmítl, že by tímto okamžikem mohlo být rozhodnutí správního orgánu o zahájení správního řízení, neboť již před touto událostí příslušní pracovníci správního orgánu museli „interně“ nastalou situaci vyhodnotit, ledaže by interní vyhodnocení a příslušné rozhodnutí o zahájení správního řízení ohledně konkrétního protiprávního jednání proběhlo týž den.

Podle obsahu předloženého správního spisu není zřejmé, od kterého konkrétního okamžiku začala v posuzovaném případě běžet subjektivní prekluzivní lhůta. Ve správním spisu je jen sdělení analytického odboru Rady pro její zasedání 12/poř. č.: 36 ve dnech 30. 6. a 1. 7. 2009 ve věci: „Česká televize; sponzorský vzkaz jako neoddělená reklama – leden 2009“. Toto sdělení, které obsahuje mimo jiné návrh, aby Rada přijala usnesení o zahájení správního řízení se stěžovatelkou, není datováno a nelze z něj zjistit, kdy bylo vypracováno, ani kdy se informace o předmětném sponzorském vzkazu dostala do dispozice Rady. Ze správního spisu není ani zřejmé, co a kdy se stalo podnětem pro zahájení tohoto správního řízení.

Je pouze nepochybné, že tak muselo stát v době mezi odvysíláním předmětného sdělení a usnesením Rady o zahájení správního řízení. Subjektivní prekluzivní lhůta proto začala běžet v době od 20. 1. 2009 do 30. 6. 2009. Z obsahu správního spisu ovšem nevyplývá, kdy se Rada dozvěděla o skutkových okolnostech umožňujících předběžné zhodnocení protiprávnosti chování stěžovatelky, tedy kdy pracovníci správního orgánu mohli vyhodnotit obsah sponzorského vzkazu za rozporný s ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání.

Rozhodování o správním deliktu podle zákona o vysílání je limitováno subjektivní a objektivní prekluzivní lhůtou. Se zřetelem na požadavek přezkoumatelnosti správního rozhodnutí musí být správní spis v souladu s ust. § 17 odst. 1 zákona č. 500/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů, veden takovým způsobem, aby v něm byly obsaženy veškeré podklady umožňující závěr, že rozhodnutí o správním deliktu bylo vydáno v zákonné lhůtě a v souladu se zákonem. Ačkoliv zákon nevyžaduje, aby se správní orgán v odůvodnění svého rozhodnutí výslovně zabýval během prekluzivní lhůty, správní spis vždy musí obsahovat dostatečné podklady pro určení okamžiku počátku běhu prekluzivní lhůty (obdobně viz rozsudky Nejvyššího správního soudu ze dne 27. 7. 2012, č. j. 7 As 129/2011 - 69, a ze dne 18. 10. 2012, č. j. 7 As 57/2012 - 29).

Jelikož správní spis neobsahuje relevantní podklad pro určení počátku běhu subjektivní prekluzivní lhůty, je rozhodnutí Rady zatíženo vadou nepřezkoumatelnosti.

pokračování

Proto je nezbytné, aby správní spis byl doplněn tak, aby z něj bylo bez jakýchkoliv pochybností seznatelné, kdy začala běžet subjektivní prekluzivní lhůta. I v případě, že Rada tímto způsobem správní spis nedoplní, není možné rezignovat na zjištění tohoto rozhodného okamžiku. Jelikož se trestnost správních deliktů řídí obdobnými principy jako u trestných činů, je třeba při určení počátku běhu této lhůty zvolit řešení, které je pro účastníka v souladu se zásadou *in dubio pro reo* nejpříznivější. Pokud by tedy nebylo možno zjistit okamžik, kdy se Rada dozvěděla o skutkových okolnostech umožňujících předběžné vyhodnocení protiprávnosti chování stěžovatelky, pak by počátek běhu subjektivní prekluzivní lhůty byl určen okamžikem odvysílání sdělení. V této souvislosti lze opět odkázat na již citované usnesení ze dne 18. 9. 2012, č. j. 7 Afs 14/2011 – 115, v němž rozšířený senát uvedl: *„Lze snad namítnout, že tímto výkladem - upínajícím počátek běhu prekluzivní lhůty na okamžik co nejdřívejší - sám delikvent získává výhodu, neboť prekluzivní lhůta běží již v době, kdy správní orgán teprve přistupuje k hodnocení soustředěných skutkových zjištění, aniž by v této chvíli mohl rozhodnout o sankci, ba dokonce v době, kdy ještě ani nemá najisto postaveno, že tu vůbec delikt je. Tento důsledek má ale rozšířený senát za zcela spravedlivý a vyvážený proti vrchnostenské pravomoci správního orgánu.“*

Městský soud v daném případě pochybil, pokud nezohlednil skutečnost, že správní spis neobsahuje dostatečné podklady pro určení okamžiku počátku běhu subjektivní prekluzivní lhůty stanovené v ust. § 61 odst. 1 věta první zákona o vysílání. Jak vyplývá z konstantní judikatury Nejvyššího správního soudu, je soud povinen přihlížet k zániku odpovědnosti za správní delikt uplynutím času (prekluzi) z úřední povinnosti (viz např. rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 16. 4. 2010, č. j. 7 As 11/2010 - 134, publikovaný pod č. 2122/2010 Sb. NSS). Rozsah tohoto přezkumu nepochybně zahrnuje i správné určení okamžiku počátku běhu této lhůty bez ohledu na tvrzení účastníků řízení. Nemožnost určení přesného počátku běhu subjektivní prekluzivní lhůty přitom v dané věci mohla mít vliv na zákonnost správního rozhodnutí. Vzhledem k časovému průběhu správního řízení totiž nelze bez dalšího vyslovit závěr, zda k prekluzi došlo či nikoliv.

Vzhledem k tomu, že správní spis neobsahuje dostatečné podklady k posouzení otázky, zda subjektivní prekluzivní lhůta uplynula či nikoliv, je již nadbytečné, a v rozporu se zásadou hospodárnosti soudního řízení, aby se Nejvyšší správní soud zabýval dalšími stížními námitkami.

Nejvyšší správní soud proto ze shora uvedených důvodů napadený rozsudek podle ust. § 110 odst. 1 věta první před středníkem s. ř. s. zrušil. S ohledem na důvody zrušení napadeného rozsudku Nejvyšší správní soud podle ust. § 110 odst. 2 písm. a) s. ř. s. zrušil i napadené rozhodnutí Rady a vrátil jí věc k dalšímu řízení. Rada je vázána právním názorem vysloveným v tomto rozsudku [§ 110 odst. 2 písm. a) s. ř. s. ve spojení s ust. § 78 odst. 4 a 5 s. ř. s.].

Vzhledem k tomu, že Nejvyšší správní soud zrušil kromě napadeného rozsudku i rozhodnutí Rady, v souladu s ust. § 110 odst. 3 s. ř. s. rozhodl o náhradě nákladů za řízení o žalobě i o kasačních stížnostech.

Výrok o náhradě nákladů řízení o žalobě se opírá o ust. § 60 odst. 1 věta první 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. Protože stěžovatelka měla v řízení o žalobě úspěch, má právo na náhradu nákladů těchto řízení, které jí vznikly zaplacením soudního poplatku ve výši 2.000 Kč.

Nejvyšší správní soud rovněž rozhodl podle ust. § 110 odst. 3 věta druhá s. ř. s. o náhradě nákladů za řízení o kasačních stížnostech. Tento výrok se opírá o ust. § 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. Protože stěžovatel měl v řízení o kasačních stížnostech úspěch, má právo na náhradu nákladů řízení, které mu vznikly zaplacením soudních poplatků v částce 8.000 Kč (3.000 Kč za první a 5.000 Kč za druhou kasační stížnost).

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

V Brně dne 26. září 2013

JUDr. Eliška Cihlářová
předsedkyně senátu