

ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátě složeném z předsedy JUDr. Jaroslava Hubáčka a soudců JUDr. Elišky Cihlářové 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 žalované proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 2. 6. 2011, č. j. 3 A 29/2011 – 41,

takto:

I. Kasační stížnost **se zamítá.**

II. Žádný z účastníků **nemá** právo na náhradu nákladů řízení.

Odůvodnění:

Včas podanou kasační stížností se žalovaná domáhá u Nejvyššího správního soudu vydání rozsudku, kterým by byl zrušen rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 2. 6. 2011, č. j. 3 A 29/2011 – 41, a věc vrácena tomuto soudu k dalšímu řízení.

Městský soud v Praze (dále také „městský soud“) napadeným rozsudkem zrušil dvě rozhodnutí žalované Rady pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 23. 11. 2010, sp. zn./Ident.: 2010/730/VAL/ČTV, zn.: VAL/4331/2010, a sp. zn./Ident.: 2010/734/VAL/ČTV, zn.: VAL/4335/2010, a věc vrátil žalované k dalšímu řízení. Těmito rozhodnutími byly žalobkyni podle ust. § 60 odst. 1 písm. l) zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, ve znění účinném do 31. 5. 2010 (dále jen „zákon o vysílání“) uloženy pokuty ve výši 60 000 Kč a 60 000 Kč za porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání. Tohoto porušení zákona se měla žalobkyně dopustit tím, že opakovaně odvysílala reklamu AXA Bank (685), která nebyla jako reklama rozeznatelná, jelikož byla zařazena

v teleshoppingovém bloku Nákup extra. Předmětnému obchodnímu sdělení chybí základní znak teleshoppingu – přímá nabídka produktu/služby. Městský soud při rozhodování vyšel z toho, že reklama i teleshopping slouží k podpoře prodeje, k propagaci výrobku či výrobce, potažmo k prodeji produktů výrobce. Zákon s oběma těmito formami komerční komunikace spojuje stejná pravidla. Z pohledu diváka je nerozhodné, zda konkrétní komerční propagace se uskutečňuje formou teleshoppingu či reklamy. Je tedy nerozhodné, zda v rámci bloku odděleném od ostatních částí programu na něho působí komerční propagace formou teleshoppingu či reklamy. Jednání spočívající v tom, že reklama nebyla rozeznatelná proto, že byla zařazena v teleshoppingovém bloku Nákup extra, postrádá nutnou míru společenské škodlivosti neboli materiální stránku správního deliktu. Povinnost týkající se rozeznatelnosti v ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání se vztahuje jen k ostatním částem programu, nikoliv k oběma institutům (teleshoppingu a reklamě) navzájem. Ustanovení § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání tedy vůbec neumožňovalo uložit žalobkyni pokutu z toho důvodu, že provozovatel zařadil do teleshoppingového bloku reklamní spot. Městský soud dále shledal žalobou napadená rozhodnutí nepřezkoumatelnými, neboť žalovaná zcela pominula uvést, že došlo k novele zákona a že v této novele došlo ke změnám právě těch ustanovení, podle nichž rozhodovala. Opomenula přitom uvážit, že správní orgán musí při trestání správních deliktů respektovat princip uvedený v čl. 40 odst. 6 Listiny základních práv a svobod. Městský soud z uvedených důvodů napadená rozhodnutí zrušil a věc vrátil žalované k dalšímu řízení.

Proti tomuto rozsudku městského soudu podala žalovaná jako stěžovatelka (dále jen „stěžovatelka“) v zákonné lhůtě kasační stížnost z důvodů podřaditelných pod ustanovení § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s.

Stěžovatelka namítla, že teleshopping a reklama nemohou být zaměňovány a musí být dbán důraz na jejich vzájemné odlišení a potažmo oddělení, zvláště pak u provozovatele vysílání ze zákona. V roce 2009 vydala své stanovisko týkající se prolínání obou institutů, toto stanovisko bylo zveřejněno a provozovatelé upozorněni na porušení zákona. Jazykovým výkladem lze dospět k závěru, že požadavek rozeznatelnosti a oddělenosti se týká i obou institutů navzájem. Obě formy komerční komunikace mají vlastní definici, zákon s nimi pracuje jednotlivě a je tedy třeba uvedené instituty odlišovat. Pokud by nebyly k dispozici jasné mantinely pro odlišení teleshoppingu a reklamy, došlo by ke splynutí obou typů obchodních sdělení a potažmo k obcházení přísných reklamních limitů. Česká televize by tímto také odebírala reklamu komerčním provozovatelům televizního vysílání, kteří jsou na příjmech z reklamy existenčně závislí. Rovněž podle publikace Evropské mediální právo se pojem teleshopping vztahuje k používání televize jako platformy pro obchodní transakce. Konečně by byli podvedeni diváci, plátci koncesionářských poplatků, kterým bylo přislibováno, že platba vyšších poplatků se promítne v tom, že na programech České televize nebudou obtěžování reklamou. Pokud by nebyla stanovena zcela zřetelná hranice mezi reklamou a teleshoppingem, mohli by provozovatelé vysílat souvislé reklamní bloky trvající bez přerušení více než 15 minut, které budou vydávat za teleshopping. Pokud jde o vytýkané nedostatky, které měly být způsobeny tím, že se stěžovatelka nezabývala změnami po novelizaci zákona o vysílání, nejedná se o vadu, která by byla s to způsobit nepřezkoumatelnost daných rozhodnutí. Došlo-li novelizací k nějaké změně, pak pouze v číslování daných ustanovení. V ust. § 60

odst. 1 písm. l) zákona o vysílání došlo pouze ke změně v pojmosloví. Ke změně tedy nedošlo, natož ku prospěchu provozovatele vysílání. Stěžovatelka z uvedených důvodů navrhla, aby Nejvyšší správní soud zrušil napadený rozsudek městského soudu, a věc vrátil tomuto soudu k dalšímu řízení.

Žalobkyně se ztotožnila s názorem městského soudu a uvedla, že tak široké odůvodnění kasačních námitek mělo být součástí rozhodnutí, nikoliv formou dodatečného vysvětlování. Navrhla proto, aby byla kasační stížnost zamítnuta.

Nejvyšší správní soud přezkoumal kasační stížností napadený rozsudek městského soudu v souladu s ustanovením § 109 odst. 2 a 3 s. ř. s., vázán rozsahem a důvody, které uplatnila stěžovatelka v podané kasační stížnosti, a dospěl k závěru, že kasační stížnost není opodstatněná.

Spornou otázkou je v posuzované věci výklad ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání, podle něhož „[p]*rovozovatel vysílání je povinen zajistit, aby reklamy a teleshopping byly rozeznatelné a u provozovatele rozhlasového vysílání zřetelně zvukově, u provozovatele televizního vysílání zřetelně zvukově, obrazově či zvukově-obrazově oddělené od ostatních částí programu.*“

Čistě jazyková interpretace citovaného ustanovení je v daném případě nejednoznačná, neboť umožňuje učinit závěr, že reklama a teleshopping musí být rozeznatelné a oddělené od ostatních částí programu (s výjimkou reklamy a teleshoppingu), ale stejně tak i závěr, že reklama musí být rozeznatelná a oddělená od ostatních částí programu (včetně teleshoppingu) a teleshopping musí být rozeznatelný a oddělený od ostatních částí programu (včetně reklamy). Je proto nutno se přiklonit k té variantě, která zejména nejlépe zohlední požadavky unijního a ústavního práva.

Povinnost stanovenou v ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání obsahuje také čl. 19 odst. 1 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/13/EU ze dne 10. března 2010 o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících poskytování audiovizuálních mediálních služeb (směrnice o audiovizuálních mediálních službách) a stejné ustanovení obsahovala již směrnice Rady 89/552/EHS o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání ve svém čl. 10 odst. 1. Jak přitom vyplývá z judikatury Soudního dvora, vnitrostátní soud je povinen vnitrostátní právo, ať již přijaté před nebo po směrnici, interpretovat v co největší míře ve světle znění a účelu směrnice, aby bylo dosaženo výsledku sledovaného směrnicí a tím i souladu s čl. 288 Smlouvy o fungování Evropské unie (viz např. rozsudek Soudního dvora ve věci C-106/89 *Marleasing*, Sb.rozh. 1990, s. I-4135, bod 8).

Podle čl. 19 odst. 1 směrnice o audiovizuálních službách „[t]*elevizní reklama a teleshopping musí být snadno rozeznatelné a odlišitelné od redakčního obsahu. Aniž je dotčeno použití nových reklamních technik, musí být televizní reklama a teleshopping zřetelně odlišeny od ostatních částí pořadu obrazovými nebo zvukovými nebo prostorovými prostředky.*“

Podle bodu 81 odůvodnění směrnice o audiovizuálních službách „[o]*bchodní vývoj a technický rozvoj dávají uživatelům větší možnost výběru a větší zodpovědnost při užívání audiovizuálních mediálních služeb. Aby právní úprava zůstala přiměřená ve vztahu k cílům obecného zájmu, měla by umožnit určitou míru pružnosti, pokud jde o televizní vysílání. Zásada oddělení by se měla omezit na televizní reklamu a teleshopping, a umístění produktu by mělo být za určitých okolností povoleno, pokud členský stát nerozhodne jinak. Skryté umístění produktu by však mělo být zakázáno. Zásada oddělení by neměla bránit v užívání nových reklamních technik.*“

V prvé řadě je z textu čl. 19 odst. 1 směrnice o audiovizuálních službách zřejmý terminologický rozdíl oproti ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání. Směrnice totiž požaduje, aby reklama a teleshopping byly rozeznatelné a odlišitelné od „*redakčního obsahu*“. Ačkoliv tento termín není ve směrnici definován ani na jiném místě použit (a to ani v jiných jazykových verzích), je z něj zřejmé, že jím bylo zamýšleno vyjádřit ten obsah vysílání, který není určen k propagaci zboží, služeb či image osoby vykonávající hospodářskou činnost [tyto části vysílání představují audiovizuální obchodní sdělení ve smyslu čl. 1 odst. 1 písm. h) směrnice o audiovizuálních službách]. Tento závěr podporuje i bod 81 odůvodnění směrnice o audiovizuálních službách, z něhož vyplývá, že bylo možné přijmout pravidlo o oddělení (a rozlišení) pouze v omezené podobě, neboť v opačném případě by mohlo dojít k porušení požadavku přiměřenosti ve vztahu k cílům obecného zájmu. Nelze proto ani přistoupit k extenzivní interpretaci čl. 19 odst. 1 směrnice o audiovizuálních službách, podle níž by bylo povinností rozlišit reklamu od teleshoppingu přes absenci jakéhokoliv obecného zájmu, který by mohl takovou povinnost odůvodňovat. Nejvyšší správní soud proto nemá o správnosti předestřené interpretace čl. 19 odst. 1 směrnice o audiovizuálních službách pochybnosti; jedná se o *acte clair* (srov. rozsudek Soudního dvora ve věci 283/81 *CILFIT*, Sb.rozh. 1982, s. 3415, body 10 – 20).

Smysl požadavku na oddělení a rozlišení částí programu, jež jsou vysílány v zájmu určité osoby odlišné od provozovatele vysílání a jí i placeny, od ostatních částí programu nastínil Nejvyšší správní soud již ve svém rozsudku ze dne 29. 6. 2011, č. j. 7 As 38/2010-61 (dostupný na www.nssoud.cz): „*Označení, že pořad je sponzorován, je nutno považovat za zcela nezbytnou součást sponzorského vzkazu, a pokud absentuje, řadí spot mezi sdělení jsoucí v rozporu s § 53 odst. 1 zákona o vysílání. Je tomu tak proto, že základním požadavkem obsahové transparence televizního či rozhlasového vysílání je, aby u sponzorského vzkazu jako části programu, jež je vysílána v zájmu určité osoby odlišné od provozovatele vysílání a jí i placena, byl tento rys na první pohled a bez obtíží pro diváka rozpoznatelný. Jen tak je totiž zajištěno, aby divák k obsahu sponzorského vzkazu jako svého druhu reklamy mohl přistupovat s vědomím, že jeho objektivita rozhodně nemusí být dána, neboť vzkaz je vysílán na objednávku sponzora a v jeho zájmu. Spot se sponzorským vzkazem musí být jednoduše identifikovatelný jako takový a oddělen od ostatních částí programu podobně jako musí být podle § 48 odst. 4 písm. a) zákona o provozování vysílání, v rozhodném znění, zřetelně oddělena reklama. Oddělení od ostatních částí programu však neznamená, že by spot se sponzorským vzkazem musel být na začátku a na konci označen jako sponzorský vzkaz, podobně jako je tomu u reklamy. Ke splnění požadavku oddělení od ostatních částí programu bude zpravidla postačovat, nesplývá-li s předchozími či následujícími částmi programu po stránce obsahové tak, že by samotný vzkaz od těchto částí programu divák nemohl patřičně odlišit, a je-li zřetelnou součástí jeho obsahu sdělení, že se jedná o sponzorský vzkaz [např. sdělení*

typu „sponzorem pořadu je (...)“, „tento pořad vám přináší (...)“, „sponzorem časomíry je (...)“ apod.“ Byť byly citované závěry vysloveny ve vztahu ke sponzorskému vzkazu, v rozsahu úvah o smyslu oddělení (resp. spíše rozlišení) od ostatních částí programu jsou plně přenositelné i na povinnost stanovenou v ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání. Jejím cílem je taktéž zajistit, aby bylo v souladu s požadavkem obsahové transparence televizního či rozhlasového vysílání pro diváka na první pohled a bez obtíží rozpoznatelné, že reklama či teleshopping jsou vysílány v zájmu určité osoby odlišné od provozovatele vysílání a jí i placeny. Jen tak je zajištěno, aby divák k reklamě či teleshoppingu přistupoval s vědomím, že se rozhodně nemusí jednat o objektivní sdělení. Stejně jako u sponzorského vzkazu je proto nutné, aby reklama či teleshopping po stránce obsahové nesplývaly s navazujícími částmi programu.

Se smyslem požadavku oddělení a rozlišení reklamy, resp. teleshoppingu, od ostatních částí programu tak vůbec nekoresponduje povinnost oddělit a rozlišit také reklamu a teleshopping od sebe navzájem. K naplnění smyslu ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání je postačující, že divák je řádně informován o tom, že předmětná část programu je vysílána v zájmu osoby odlišné od provozovatele vysílání a jí i placena, a že tudíž nemusí jít o objektivní sdělení. Tento požadavek (a tedy i smysl daného zákonného ustanovení) je naplněn i tehdy, není-li pohledem průměrného diváka zcela zjevné, zda je předmětná část programu reklamou či teleshoppingem. Povinnost oddělit a rozlišit reklamu a teleshopping od sebe navzájem tak postrádá objektivní zdůvodnění, což je důvodem jednak pro odmítnutí extenzivní interpretace čl. 19 odst. 1 směrnice o audiovizuálních službách [a tím i ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání], jednak pro zamyšlení nad záměrem zákonodárce, jaká jednání skutečně zamýšlel postihovat.

Stěžovatelka sice uvádí, že odlišení reklamy od teleshoppingu je principiální otázkou v oblasti kontroly naplňování reklamních limitů, nicméně to samo o sobě neodůvodňuje zakotvení povinnosti dostatečně rozlišit reklamu od teleshoppingu a naopak a následně sankcionování jejího porušení. Právě naopak z argumentace stěžovatelky vyplývá, že za nežádoucí nepovažuje samo nerozlišení reklamy od teleshoppingu, nýbrž až porušení reklamních limitů (vysílání reklamy pod hlavičkou teleshoppingu či vysílání souvislých trvajících reklamních bloků trvajících bez přerušení více než 15 minut). Porušení reklamních limitů je však samo o sobě sankcinovatelné. Skutečnost, že je reklama vysílána pod hlavičkou teleshoppingu, neznamená, že se o reklamu nejedná. Stěžovatelce nic nebrání v tom, aby jednotlivé spoty komplexně posoudila podle naplnění zákonných kritérií dle ust. § 2 odst. 1 písm. n) a r) zákona o vysílání a jejich charakter vyhodnotila bez ohledu na jejich formální označení. Pokud dospěje k závěru, že byla například v teleshoppingovém bloku vysílána reklama a tím došlo k porušení reklamních limitů, může přistoupit k uložení sankce, ovšem nikoliv pro porušení ust. § 48 odst. 4 písm. a), nýbrž např. ust. § 50 zákona o vysílání. Jak vyplývá z ust. § 2 odst. 1 písm. n) a r) zákona o vysílání, základním rozlišujícím znakem mezi reklamou a teleshoppingem je existence přímé nabídky zboží či služeb (kdy se jedná o přímou nabídku lze přitom posuzovat ve světle ust. § 53 odst. 3 občanského zákoníku – blíže viz též Hulmák, M. Uzavírání smluv v civilním právu. Praha: C.H.Beck, 2008, s. 80-82; Švestka, J. a kol. Občanský zákoník I. 2. vyd. Praha: C.H.Beck, 2009, s. 479-480). Vymezení definičních znaků obou institutů v zákoně o vysílání lze proto považovat za dostatečné mantinely plně umožňující zajištění efektivní kontroly dodržování reklamních limitů.

Pokud nelze shledat obecný zájem na tom, aby byla zakotvena povinnost dostatečně rozlišit reklamu a teleshopping od sebe navzájem, je možné ve shodě s městským soudem učinit také závěr o absenci jakékoliv společenské nebezpečnosti jednání, kterým by k porušení takové povinnosti došlo.

Ústavní soud v minulosti zdůraznil, že zákonodárci nic nebrání, aby formuloval skutkovou podstatu činu, který je podle něj (tedy podle většiny společnosti reprezentované většinou dosaženou při hlasování v zákonodárném sboru) natolik nebezpečný, že musí být prohlášen za trestný. Rozhodnutí zákonodárce určitý druh jednání kvalifikovat co do formální podoby jako trestný čin je především projevem trestněprávní politiky státu. Ovšem tam, kde by trestní represe nepřípustně, tj. neproporcionálně, zasahovala do autonomní sféry jednotlivce, tedy do jeho základních práv a svobod, respektive by individuální práva a svobody bezdůvodně nebo nepřiměřeně omezovala, je možné zvažovat ústavněprávní dimenzi trestněprávní politiky. Princip proporcionality trestněprávní represe přitom vyžaduje, aby bylo zřejmé, jaký obecně společensky akceptovaný cíl vyžadoval nasazení prostředků trestního práva (srov. zejména usnesení Ústavního soudu ze dne 18. 3. 2003, sp. zn. Pl.ÚS 4/03, nález Ústavního soudu ze dne 7. 11. 2006, sp. zn. I.ÚS 631/05, zejména body 18, 19 a 25, obě rozhodnutí dostupná na http://nalus.usoud.cz). Tyto úvahy lze přiměřeně vztáhnout obecně na sankční politiku státu a formulování skutkových podstat veřejnoprávních deliktů. Základním východiskem těchto úvah je teze, že zákonodárce konstruuje skutkové podstaty deliktů v souladu se zásadou proporcionality veřejnoprávní represe tak, by byla postihována jednání, která skutečně považuje za společensky nebezpečná. Pokud tedy zákonodárce vymezí skutkovou podstatu deliktu tak, že do ní při použití jednoho z možných výkladů mohou spadat také typová jednání vykazující nulovou společenskou nebezpečnost, a svůj úmysl v tomto směru nijak dále neozřejmí, je nutno vycházet z premisy, že jeho záměrem bylo sankcionovat toliko ta typová jednání, která jsou skutečně společensky nebezpečná. Je proto nutno dát přednost interpretaci, která bude s touto premisou v souladu a povede k vyloučení sankční odpovědnosti za typová jednání, která nejsou společensky nebezpečná. Jinými slovy, formální znaky deliktu je nutno pokud možno interpretovat tak, aby neexistovalo typové jednání naplňující tyto znaky a zároveň zcela postrádající společenskou nebezpečnost. Není-li taková interpretace možná, uplatní se požadavek proporcionality veřejnoprávní represe také jako individuální korektiv, ovšem až po subsumpci jednání pod příslušnou skutkovou podstatu (k tomu blíže viz rozsudek Nejvyššího správního soudu ze dne 31. 5. 2007, č. j. 8 As 17/2007-135, č. 1338/2007 Sb.NSS, dostupný na www.nssoud.cz).

Jestliže tedy zákonodárce ve vztahu k ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání dostatečně jasně nevymezil, zda má být sankcionováno i odvysílání reklamy, která není rozeznatelná od teleshoppingu, je nutno vycházet z premisy, že toto jednání neměl vzhledem k jeho nulové společenské nebezpečnosti v úmyslu postihovat.

Ačkoliv znění ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání připouští dvojí výklad, s ohledem na znění směrnice o audiovizuálních službách a požadavek proporcionality veřejnoprávní represe musí být interpretováno tak, že nestanovuje povinnost zajistit, aby byla reklama rozeznatelná od teleshoppingu. Porušení takové neexistující povinnosti tudíž není sankcionovatelné podle ust. § 60 odst. 1 písm. l) zákona o vysílání. Závěr městského

soudu o tom, že stěžovatelkou posuzované jednání nebylo porušením ust. § 48 odst. 4 písm. a) zákona o vysílání, je správný a kasační stížnost je v tomto rozsahu nedůvodná.

Dále stěžovatelka brojí proti závěru městského soudu o nepřezkoumatelnosti žalobou napadených rozhodnutí z toho důvodu, že stěžovatelka zcela pominula uvést, že došlo k novele zákona a že v této novele došlo ke změnám právě těch ustanovení, podle nichž rozhodovala. Podle stěžovatelky došlo v ust. § 60 odst. 1 písm. l) zákona o vysílání pouze ke změně pojmosloví, a nejedná se proto o vadu, která by byla s to způsobit nepřezkoumatelnost jejích rozhodnutí. Tato námitka není důvodná.

Závěr městského soudu, že stěžovatelka měla ve svých rozhodnutích uvážit o uplatnění principu uvedeného v čl. 40 odst. 6 Listiny základních práv a svobod, je správný. Jak uvedl Nejvyšší správní soud ve svém rozsudku ze dne 27. 10. 2004, č. j. 6 A 126/2002-27 (č. 461/2005 Sb.NSS, dostupný na www.nssoud.cz), „*rozhodnutí správního orgánu, které trestá podle starého práva delikt v době platnosti a účinnosti práva nového, se naprosto nemůže obejít bez toho, aby důsledně porovnalo nové a staré skutkové podstaty deliktů, doložilo, že i podle nového práva jde ve všech případech o jednání trestné a že postih podle nového práva není pro delikventa výhodnější. Rozhodnutí, které se s touto otázkou (a tedy s dodržením ústavního principu čl. 40 odst. 6 Listiny) vůbec nevypořádá a zcela ji pomine, je nepřezkoumatelné, protože důvody, které vedly k vyměření ukládané konkrétní sankce, z něj nelze seznat.*“ Uvedené přitom platí i pro případ, že změna rozhodných ustanovení byla toliko formulační. Delikvent musí být i v takovém případě seznámen, jak bylo uváženo o souladu postupu správního orgánu s čl. 40 odst. 6 Listiny základních práv a svobod. Pro vyloučení aplikace tohoto ustanovení je postačující, pokud správní orgán učiní úvahu, že legislativní změna vedla pouze ke změně pojmosloví, a novou úpravu tudíž nelze považovat za výhodnější pro delikventa. Tato úvaha však není samozřejmá a musí být ze správního rozhodnutí seznatelná, aby měl delikvent možnost následně zpochybnit její správnost.

S ohledem na výše uvedené dospěl Nejvyšší správní soud k závěru, že kasační stížnost je nedůvodná, a proto ji zamítl (§ 110 odst. 1 věta druhá s. ř. s.). Ve věci rozhodl v souladu s § 109 odst. 1 s. ř. s., podle něhož rozhoduje Nejvyšší správní soud o kasační stížnosti zpravidla bez jednání, když neshledal důvody pro jeho nařízení.

Výrok o náhradě nákladů řízení se opírá o ustanovení § 60 odst. 1, věta první s. ř. s. ve spojení s § 120 s. ř. s. Stěžovatelka ve věci úspěch neměla, a nemá proto právo na náhradu nákladů řízení. Úspěšné žalobkyni pak podle obsahu spisu žádné náklady v řízení o kasační stížnosti před soudem nevznikly. Nejvyšší správní soud proto rozhodl tak, že žádný z účastníků nemá právo na náhradu nákladů řízení o kasační stížnosti.

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

V Brně dne 22. září 2011

JUDr. Jaroslav Hubáček

předseda senátu