

ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Nejvyšší správní soud rozhodl v senátě, složeném z předsedy JUDr. Petra Průchy a soudců JUDr. Jana Vyklického a JUDr. Jaroslava Vlašína, v právní věci žalobkyně: **STOCK Plzeň - Božkov, s.r.o.,** se sídlem Palírenská 641/2, Plzeň – Božkov, IČ 27904636, zastoupena JUDr. Miroslavem Svobodou, advokátem se sídlem Hybernská 1009/24, Praha 1, proti žalované: **Rada pro rozhlasové a televizní vysílání,** se sídlem Škrétova 44/6, Praha 2, proti rozhodnutí žalované ze dne 16. 12. 2008, č.j. had/8359/08, v řízení o kasační stížnosti žalované proti rozsudku Městského soudu v Praze ze dne 7. 9. 2011, č. j. 9 Ca 44/2009 - 63,

takto:

I. Kasační stížnost se zamítá.

II. Žalovaná je povinna zaplatit žalobci na nákladech řízení částku 2.880 Kč k rukám JUDr. Miroslava Svobody, advokáta se sídlem Hybernská 1009/24, Praha 1, a to do 30 dnů od právní moci tohoto rozsudku.

Odůvodnění:

Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (dále „stěžovatelka“) rozhodnutím ze dne 16. 12. 2008, č.j. had/8359/08, sp. zn. 2008/1091/had/STO, uložila žalobci pokutu ve výši 500.000 Kč podle ust. § 8a odst. 2 písm. g) a § 8a odst. 6 písm. b) zákona č. 40/1995 Sb., ve znění pozdějších předpisů, (dále „zákon o regulaci reklamy“), a to pro porušení povinnosti stanovené v § 4 písm. b) citovaného zákona. Závadného jednání se měl žalobce dopustit jako *„zpracovatel reklamního spotu STOCK, produkt Fernet 8000 (mutace 2), který byl premiérově odvysílán dne 8. 3. 2008 v 19:28:56 hod. na programu Prima televize a dále premiérově na programu Nova dne 8. 3. 2008 ve 20:45:01 hod.“*

Rozsudek Městského soudu v Praze

Žalobce uvedené rozhodnutí napadl správní žalobou u Městského soudu v Praze (dále „městský soud“), který shora uvedeným rozsudkem rozhodnutí zrušil a věc vrátil stěžovatelce k dalšímu řízení. Při posouzení, zda žalobce naplnil skutkovou podstatu uvedeného správního deliktu, vycházela stěžovatelka jedině z obrazově zvukového záznamu reklamní spotu a její správní uvážení o vyznění spotu bylo v napadeném rozhodnutí výslovně založeno *„na vjemu tří mladíků u stolu a na ději, při němž mladíci slízávají papriku, přičemž jejich výrazy vypovídají o pálivosti papriky a zároveň zvou k ochutnání Fernet Stocku 8000.“*

Nezdůvodnila však, z čeho usuzuje, že mladíci vyhlížejí jako osoby mladší 18 let a nezhodnotila náležitě prvky, prostředí a akci, které jsou v předmětné reklamě zachyceny. Stěžovatelka nepopsala vzezření mladíků a jejich chování, přičemž u nich lze zpochybnit, že vyhlížejí jako osoby mladší 18 let, neboť jejich vystupování u stolu není projevem žádného infantilního jednání ve smyslu dětinskosti, rozvernosti či skotačení. U jednoho z mladíků lze dokonce zaznamenat počínající řídnutí vlasového porostu, které není u nezletilých a mladistvých obvyklé. Městský soud nepřisvědčil ani závěru stěžovatelky, že reklama obsahuje prvky, prostředí nebo akce, které oslovují osoby mladší 18 let. Děj se odehrává u stolu v kuchyňském prostředí, mladíci používají kuchyňské náčiní a zručně připravují k ochutnání chilli papričky. Toto prostředí a činnost se nejeví jako obvyklé pro generaci osob mladších 18 let. Stěžovatelka, ač měla reklamu posoudit ve všech jejích dílčích detailech a zároveň i v komplexnosti jejího vyznění, se zabývala pouze tou částí, z níž je zřejmá „adrenalinová“ zábava spočívající ve slízávání drcených chilli papriček a tím, že tuto činnost provádějí tři mladíci. Její správní uvážení tak postrádá úsudek o dalších prvcích reklamy a nezohledňuje ani to, že prvky, prostředí a akce, které se v reklamě objevují, nejsou atributy obvyklými pro činnost dětí a mladistvých. Použité prvky, prostředky a akce jsou podle městského soudu příznačnější pro dospělé osoby. Stěžovatelka dospěla k závěru o rozverném a hravém dojmu předmětné reklamy, aniž by tento dojem byl ze všech sekvencí reklamy a jejího celkového vyznění zřejmý. Městský soud neshledal na slízávání drcených chilli papriček, které vyvolává ostře pálivý pocit, nic infantilního či rozverného. Rovněž mu není známo, že by uvedená činnost byla u dětí či mladistvých cíleně vyhledávaným způsobem trávení volného času. Stěžovatelka tedy pochybila, pokud předmětnou reklamu nezhodnotila z hlediska naplnění skutkové podstaty správního deliktu v komplexním vyznění významové hodnoty obrazové i zvukové prezentace. Konstatovala sice, že reklama zákonem stanovený zákaz porušuje jak tím, že zobrazuje osoby, které jako mladší 18 let vyhlížejí, při spotřebě alkoholických nápojů, tak i tím, že využívá prvky, prostředky či akce, které oslovují osoby mladší 18 let, ale naplnění všech uvedených znaků nezhodnotila správně, protože je nezhodnotila a neodůvodnila v úplnosti všech dílčích obrazových sekvencí reklamy, a tedy ani podle jejího celkového vyznění. Předmětná reklama nepůsobí tak, že v ní účinkující osoby vyhlížejí jako osoby mladší 18 let, ani jednoznačně nevyužívá prvky, prostředky či akce, které by oslovovaly osoby v této věkové kategorii. Je zde tedy pochybnost o naplnění skutkové podstaty správního deliktu a tato pak s ohledem na zásadu *in dubio pro reo,* kterou je třeba zdůraznit i v oblasti správního trestání, vyvrací závěr stěžovatelky o sankční odpovědnosti účastníka řízení. Pouze částečné, a tedy neúplné, posouzení předmětné reklamy vedlo k nesprávnému správnímu uvážení o jejím působení, a tím i k nesprávnému právnímu závěru, že účastník řízení naplnil skutkovou podstatu správního deliktu.

Městský soud na základě uvedených důvodů napadené rozhodnutí *„zrušil z důvodu pouze částečného (neúplného) posouzení reklamního spotu, které vedlo k nesprávnému*

správnímu uvážení o působení předmětné reklamy na diváka a tím i k nesprávnému právnímu závěru o naplnění skutkové podstaty správního deliktu.“

Kasační stížnost

Proti tomuto rozsudku podala stěžovatelka včasnou kasační stížnost, ve které uvedla, že nelze mít za to, že absencí typového chování naplňujícího skutkovou podstatu ust. § 4 písm. b) zákona o regulaci reklamy v celé reklamě, nemohla být skutková podstata naplněna. Bude-li obrazová složka, např. ve formě obrázku, nabádat k podněcování rasové nenávisti a zvuková složka bude informačně neutrální, pak nelze mít za to, že je nutno prokázat znaky jak ve složce vizuální, tak zvukové. Obdobně nelze mít za to, že dojde-li k naplnění skutkové podstaty v první části reklamy a další část již nebude vykazovat znaky naplňující skutkovou podstatu, bude to znamenat, že celá reklama takové znaky nevykazovala. Tím, že městský soud dospěl k závěru, že se nejedná o rozvernou reklamu a že jeden z mladíků má prořídlý vlasový porost, neprokázal, že infantilnost a hravost v rámci reklamy nenapomáhá identifikaci osob působících jako dospívající. Není určující, kolik kdo má vlasů, ale jakého je obecně vzezření, včetně oblečení, nonverbálních gest a způsobu jednání. Stěžovatelka tvrdí, že ve svém rozhodnutí prokázala a náležitě odůvodnila existenci veškerých skutečností, které objasnily její správní úvahu a které se týkají reklamy jako celku, a nikoliv, jak vyhodnotil městský soud, jen jeho části (prosvítající lysiny).

Stěžovatelka dále namítá, že městský soud nahradil v rozsudku její správní úvahu, čímž došlo k zásahu do jejího rozhodovacího privilegia. Vydáním napadeného rozsudku došlo k nezákonnému postupu, jelikož zrušení rozhodnutí stěžovatelky nestaví městský soud na zákonných kritériích, ale na vlastním zhodnocení hmotně právního posouzení věci, což je v přímém rozporu se smyslem oddělení výkonu správní a soudní moci. V intencích soudu bylo posoudit zákonnost a přezkoumatelnost rozhodnutí a nikoliv suplovat rozhodování kolegiálního správního orgánu, který navíc rozhodoval ve správním řízení na základě správního spisu, analýzy a záznamu a své rozhodnutí vydal jako kolegiální konsenzus členů Rady. V přímém rozporu s tímto faktem městský soud svůj závěr odůvodnil tvrzením, že stěžovatelka vycházela jedině z obrazového záznamu reklamy, a to jen z jeho konkrétní části, aniž by prokázala, že v rámci celé reklamy jsou obsaženy znaky porušující skutkovou podstatu ust. § 4 písm. b) zákona o regulaci reklamy. Městský soud nahrazením hmotně právních závěrů postupoval v rozporu s ust. § 103 s. ř. s., končí argumentace stěžovatelky.

Vyjádření ke kasační stížnosti

Žalobce ve vyjádření ke kasační stížnosti odmítl tvrzení stěžovatelky a ztotožnil se se závěry městského soudu. Stěžovatelka ignorovala, a ve správním uvážení nezohlednila, kromě děje spočívajícího ve slízávání chilli papriček, ostatní prvky, prostředky a akce použité v reklamě. Skutková podstata předmětného správního deliktu může být naplněna jen v případě, že celkové vyznění reklamy, co se týče jejich obrazových i zvukových složek, působí jednoznačně, a tedy nezpochybnitelně tak, že je zaměřena na osoby mladší 18 let, nebo tyto osoby nebo osoby, které jako osoby mladší 18 let vyhlížejí, zobrazuje při spotřebě alkoholických nápojů nebo využívá prvky, prostředky nebo akce, které osoby mladší 18 let oslovují. Argumentace stěžovatelky je nadto logicky hrubě zavádějící a dezinterpretuje právní závěry městského soudu. Ten totiž v napadeném

rozsudku netvrdil, že typové chování musí být přítomno v celé reklamě a rovněž netvrdil, že naplnění znaků skutkové podstaty v jedné části reklamy a v jiné části již nikoliv znamená, že celá reklama tyto znaky nevykazuje. Účastník řízení také poukázal na zjevnou nadsázku, která byla v reklamě použita, což celou reklamu velmi zlehčuje. Adresáti reklamy, a tedy nejen cílová skupina reklamy, tj. osoby starší 18 let, ale i osoby mladší 18 let, jsou schopni vzhledem ke svému věku a rozumovým schopnostem tuto nadsázku rozpoznat. Podle účastníka řízení je přirozené, že městský soud při posouzení překročení mezí správního uvážení předmětnou reklamu zhodnotil sám. Přitom napadené správní rozhodnutí nebylo zrušeno proto, že by posuzovaná reklama nenaplňovala znaky skutkové podstaty správního deliktu, ale proto, že stěžovatelka pouze částečně, resp. neúplně, předmětnou reklamu posoudila, což vedlo logicky k nesprávnému správnímu uvážení o jejím působení na diváka. Ze shora uvedených důvodů účastník řízení navrhl zamítnutí kasační stížnosti.

Posouzení Nejvyšším správním soudem

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 neshledal vady uvedené v odstavci 4, k nimž by musel přihlédnout z úřední povinnosti.

Stěžovatelka se explicitně nedovolala žádného z kasačních důvodů dle konkrétního ustanovení § 103 odst. 1 písm. a) až d) zákona č. 150/2002 Sb. (dále „s. ř. s.“), nicméně v odůvodnění kasační stížnosti uvedla, že městský soud postupoval nezákonně v rozsahu dle shora uvedených citací kasační stížnosti. Ze stabilní judikatury Nejvyššího správního soudu vyplývá, že důvody kasační stížnosti je třeba posuzovat podle jejich obsahu a nikoliv podle formálního označení. Tyto důvody samozřejmě musí být svým obsahem podřaditelné pod některé z ustanovení § 103 odst. 1 s. ř. s. – srovnej např. rozsudek tohoto soudu ze dne 18. 3. 2004, č. j. 1 As 7/2004 - 47. Jestliže tedy stěžovatelka vytkla v kasační stížnosti městskému soudu nezákonné posouzení věci v několika jeho úvahách a hodnoceních, jedná se o důvod dle § 103 odst. 1 písm. a) s. ř. s.

Uvedený kasační důvod je, dle přesvědčení stěžovatelky, naplněn dvěma skutečnostmi. Prvou je chybná interpretace významu přítomnosti typového chování (z hlediska zákonné definice skutkové podstaty předmětného správního deliktu) v celém reklamním sporu k naplnění skutkové podstaty správního deliktu dle § 4 písm. b) zákona o regulaci reklamy. Druhou skutečnost představuje to, že městský soud nepřípustně nahradil správní uvážení stěžovatelky vlastním hodnocením věci.

Podle ust. § 4 písm. b) zákona o regulaci reklamy nesmí být reklama na alkoholické nápoje *„zaměřena na osoby mladší 18 let, zejména nesmí tyto osoby ani osoby, které jako mladší 18 let vyhlížejí, zobrazovat při spotřebě alkoholických nápojů nebo nesmí využívat prvky, prostředky nebo akce, které osoby mladší 18 let oslovují.“*

Předmětnou reklamu popsala stěžovatelka ve správním rozhodnutí takto: *„Tři mladíci v kuchyni, jeden z nich ukazuje na kameru šňůru s navlečenými sušenými papričkami, v pozadí je slyšet hlas dalšího z mladíků: „co to je proboha?“ Následují rychlé záběry: nůž řeže papriku, ta je drcena v hmoždíři, ruka sype na stůl paprikovou čáru, nůž ji urovnává, vše doprovázeno ve zvuku rytmickou melodií. Tři mladíci stojí u stolu, každý před sebou jednu*

paprikovou čáru, ve zvuku odpočítávání: „tři, dva, jedna, teď", mladíci slízávají papriku, jejich obličeje a gesta vypovídají o pálivosti papriky. Mužský hlas říká: „Baví tě zkoušet, co ještě nikdo nezkusil? Tak ukaž co je v tobě a zkus osmitisícovku. Jediný čistý bylinný destilát, který si uděláš podle svýho. Třeba s chilli papričkou..." Při slovech „čistý bylinný destilát" otevírá jeden z mladíků chladničku a vyjímá z ní láhev Fernet Stock 8000 a staví ji na stůl. Vzápětí střih, jak do sklenice s tekutinou vhazuje jednu chilli papričku. V dalším střihu všichni tři mladíci se slovy „tak jdem na to" obracejí sklenky do sebe. Mužský hlas dodává: „Fernet Stock 8000". V závěru spotu je záběr na láhev Fernet Stock 8000 se dvěma sklenkami (v jedné je paprička) a text „Čistě tvoje věc." s odkazem na webové stránky www.fs8000.cz."

V první stížnostní námitce stěžovatelka namítala, že „*nelze mít za to, že absencí typového chování naplňujícího skutkovou podstatu správního deliktu v celém spotu, nemohla být skutková podstata naplněna.*" Takový závěr se však v napadeném rozsudku nenachází. Městský soud stěžovatelce toliko vytkl, že se zabývala pouze jedním dílčím aspektem předmětné reklamy, že ji nehodnotila v jejím celkovém vyznění a že tedy provedla pouze částečné, neúplné posouzení věci. Ve stabilní judikatuře Nejvyššího správního soudu taková situace, kdy se stížnostní námitky míjejí s důvody pro které krajský (zde městský) soud napadené správní rozhodnutí zrušil, vede k zamítnutí kasační stížnosti, respektive k závěru o nedůvodnosti užité kasační námitky (srovnej např. rozsudek tohoto soudu ze dne 16. 4. 2007, č. j. 8 Afs 161/2005 - 87). V nyní posuzované věci Nejvyšší správní soud nezpochybňuje, že k naplnění skutkové podstaty správního deliktu postačuje závadný obsah byť i jen části reklamy, např. pouze ve zvukové nebo obrazové složce či jen v určitém časovém úseku. V předmětné reklamě však nebyly skutečnosti, ve kterých stěžovatelka spatřovala porušení zákona o regulaci reklamy (slízávání chilli papriček v kombinaci s mladistvým vzhledem aktérů reklamy), takového charakteru, aby pro závěr o rozporu této reklamy se zákonem postačovalo jejich izolované konstatování. Předmětnou reklamu je nutno hodnotit v jejím celkovém vyznění, přičemž je třeba vzít v úvahu všechny její dílčí aspekty, třeba zdánlivě marginální, např. řídnoucí vlasy jednoho z aktérů.

Jedním z důležitých požadavků na odůvodnění správního rozhodnutí je jeho přesvědčivost. Pouze jasné a přesvědčivé odůvodnění, ve kterém se správní orgán vypořádá se všemi relevantními aspekty posuzované věci, odpovídá požadavkům vyplývajícím ze zákona (srovnej § 68 odst. 3 zákona č. 500/2004 Sb., správního řádu, ve znění pozdějších předpisů). Odůvodnění přezkoumávaného správního rozhodnutí však tento požadavek nesplňuje. Závěru městského soudu, že stěžovatelka neprovedla komplexní hodnocení předmětné reklamy, tedy není co vytknout. Městský soud se podrobně a srozumitelně zabýval věrohodností argumentace stěžovatelky ke zdůvodnění jejího závěru, že žalobce porušil ust. § 4 písm. b) zákona o regulaci reklamy. Obsáhlá argumentace obsažená v napadeném rozsudku nepochybně převyšuje poněkud schematické odůvodnění napadeného správního rozhodnutí. Stěžovatelka se sice v napadeném správním rozhodnutí vyjádřila k námitkám vzneseným žalobcem, nicméně klíčovou otázkou naplnění skutkové podstaty správního deliktu, se zabývala velmi povrchně. Uvedla, že setrvává na svém zjištění, že odvysíláním předmětné reklamy bylo porušeno ust. § 4 písm. b) zákona o regulaci reklamy, neboť reklama prezentuje aktéry, kteří vyhlížejí mladší 18 let a současně využívá prostředky, akce a prvky oslovující osoby mladší 18 let, avšak jenoznačné důkazy a především komplexní hodnocení k takovému tvrzení chybí. Stěžovatelka popsala ty části reklamy, které byly podle jejího názoru v rozporu s citovaným ustanovením (slízávání chilli papriček třemi mladíky), a dále uvedla, že je objektivně těžce zdůvodnitelné a prakticky nevyjádřitelné jakýmkoliv popisem, že aktéři účinkující v reklamě působí

mladistvým vzhledem. Stěžovatelka sice tvrdí, že v reklamě jsou užity prvky a situace, které lze označit za infantilní, že aktéři jsou prezentováni v rozverných situacích, při zábavě a reklama působí rozverným, hravým dojmem bezstarostnosti, avšak takový závěr nelze bez dalšího dovozovat. Stěžovatelka prosté shrnutí skutkových zjištění zaměňuje za jejich obsahovou interpretaci. Přitom uvedené skutečnosti ani zdaleka jednoznačné nejsou, jak ostatně sama stěžovatelka uznává například poukazem na to, že mladistvý vzhled aktérů reklamy je těžko zdůvodnitelný či popsatelný.

Takto odůvodněné rozhodnutí o uložení sankce za správní delikt nelze akceptovat. Pokud je mladistvý vzhled aktérů reklamy jedním z důvodů pro uložení pokuty, nemůže stěžovatelka na popis jejich vzhledu, resp. mladistvého působení jejich vzhledu, rezignovat s poukazem na potíže s tím spojené. Pouhé konstatování, že se jedná o mladíky, je naprosto nedostatečné. Také prostředí, ve kterém se reklama odehrává, nevěnovala stěžovatelka v podstatě žádnou pozornost. Nejvyšší správní soud se shoduje s městským soudem v tom, že kuchyňské prostředí není ničím typické pro zábavu mladistvých a totéž platí pro krájení a drcení chilli papriček, jež tvoří ne zanedbatelnou část předmětné reklamy. Požívání kořeněných ingrediencí může být zajímavé a lákavé pro jedince vyhledávající výrazné chuťové vjemy, nicméně nic nenasvědčuje tomu, že by tato činnost byla typická pro osoby mladší 18 let, že by specificky zejména je oslovovala a byla pro ně atraktivní.

Ze shora uvedeného vyplývá, že závěry vyslovené městským soudem v napadeném rozsudku ve vztahu k napadenému správnímu rozhodnutí jsou správné, a kasační stížnost je proto v této části nedůvodná i z věcných hledisek.

V další stížnostní námitce stěžovatelka vytýkala městskému soudu, že nahradil její správní uvážení vlastním hodnocením věci.

Důvod pro zrušení rozhodnutí stěžovatelky, jak vyplývá z odůvodnění napadeného rozsudku, spočíval v pouze částečném (neúplném) posouzení reklamního spotu, které vedlo k nesprávnému správnímu uvážení o působení předmětné reklamy na diváka a tím i k dostatečně nepodloženému právnímu závěru o naplnění skutkové podstaty správního deliktu. Proto nemohl obstát ani závěr o naplnění skutkové podstaty správního deliktu ve smyslu ust. § 4 písm. b) zákona o regulaci reklamy. Městský soud vyhodnotil posouzení předmětné reklamy stěžovatelkou jako nedostatečné, přičemž ve vztahu k některým jejím aspektům vyslovil vlastní dílčí závěry. Ani městský soud však předmětnou reklamu komplexně nehodnotil, a vzhledem k nedostatečnému odůvodnění přezkoumávaného správního rozhodnutí, tak ani učinit nemohl. Jednoznačný závěr, zda k porušení ust. § 4 písm. b) zákona o regulaci reklamy v dané věci došlo, městský soud v napadeném rozsudku nevyjádřil. Je proto na stěžovatelce, aby v dalším řízení znovu komplexně posoudila předmětnou reklamu. Pokud však i poté dospěje k závěru, že účastník řízení porušil zákon o regulaci reklamy, musí své úvahy vyjádřit přesvědčivě v odůvodnění rozhodnutí. Přitom by se měla zaměřit zejména na ty prvky předmětné reklamy, které podle městského soudu a Nejvyššího správního soudu odůvodňují závěr, že zákon nebyl porušen. Rovněž tato stížnostní námitka je ze shora uvedených důvodů neopodstatněná.

Zcela chybná je námitka stěžovatelky, podle které městský soud postupoval v rozporu s ust. § 103 s. ř. s. (zákon č. 150/2002 Sb.). Citované ustanovení upravuje důvody pro podání kasační stížnosti jako mimořádného opravného prostředku proti

pravomocnému rozhodnutí krajského (zde městského) soudu ve správním soudnictví, podle kterého posuzuje kasační stížnost Nejvyšší správní soud, zatímco porušení § 103 s. ř. s. krajským (zde městským) soudem nepřipadá v úvahu, neboť v řízení o žalobě proti rozhodnutí správního orgánu, příp. o dalších typech žalob upravených v s. ř. s., je aplikace citovaného ustanovení vyloučena.

S ohledem na výše uvedené dospěl Nejvyšší správní soud k závěru, že kasační stížnost je nedůvodná ve všech jejích částech, a proto ji zamítl (§ 110 odst. 1 věta druhá s. ř. s.). Ve věci rozhodl bez jednání, neboť neshledal důvody pro jeho nařízení (§ 109 odst. 2 s. ř. s.).

O nákladech tohoto řízení soud rozhodl podle ust. § 60 odst. 1 věta první s. ř. s. ve spojení s § 120 s. ř. s. Žalobce dosáhl plného procesního úspěchu, a proto má vůči neúspěšné stěžovatelce právo na náhradu nákladů, které mu vznikly v souvislosti s právním zastoupením. Náklady řízení sestávají z odměny advokáta za jeden úkon právní služby (vyjádření ke kasační stížnosti) ve výši 2.100 Kč [§ 7, § 9 odst. 3 písm. f), § 11 odst. 1 písm. d) vyhlášky č. 177/1996 Sb., ve znění pozdějších předpisů] a náhrady hotových výdajů ve výši 300 Kč (§ 13 odst. 3 citované vyhlášky). Protože advokát je plátcem daně z přidané hodnoty (§ 14a odst. 1 citované vyhlášky), zvyšuje se jeho odměna o částku odpovídající této dani, kterou je povinen odvést podle zákona č. 235/2004 Sb., ve znění pozdějších předpisů, tj. o 480 Kč. Celková částka náhrady nákladů řízení proto činí 2.880 Kč.

Nejvyšší správní soud nepřiznal žalobci náhradu nákladů za úkon právní služby spočívající v další poradě s klientem přesahující jednu hodinu, neboť ze soudního spisu nevyplývá, že by se tato porada uskutečnila, a ani zástupce účastníka řízení její konání soudu nedoložil.

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

V Brně dne 24. října 2012

JUDr. Petr Průcha
předseda senátu