



ČESKÁ REPUBLIKA

ROZSUDEK JMÉNEM REPUBLIKY

Vrchní soud v Praze rozhodl v senátě složeném z předsedkyně JUDr. Yvony Svobodové a soudců Mgr. Michaely Kudějové a Mgr. Jiřího Čurdy v právní věci žalobce **Karlovarské minerální vody, a.s.** se sídlem v Karlových Varech, Horova 3, IČ 14706725, zastoupeného JUDr. Hanou Heroldovou, advokátkou se sídlem v Praze 1, Jungmannova 24, proti žalovaným 1/ **Karlovarská Korunní s.r.o.** se sídlem ve Stráži nad Ohří, IČ 18226990 a 2/ **Alphaduct, a.s.** se sídlem v Praze 1, Na Příkopě 12, IČ 26212412, zastoupeným JUDr. Jolanou Bartošovou, advokátkou se sídlem v Praze 1, Školská 3/660, na ochranu proti nekalé soutěži, k odvolání žalobce proti rozsudku Krajského soudu v Plzni ze dne 27. března 2009 č.j. 49 Cm 73/2004-541

t a k t o :

Rozsudek soudu prvního stupně se ve výroku I., v odvoláním napadeném rozsahu ohledně zamítnutí požadavku na uložení povinnosti žalovaným 1) a 2) zdržet se propagace minerálních vod za použití sdělení, že některé minerální vody mají mnoho magnesia, případně hořčíku a takové minerální vody je třeba střídat, případně hořčíku, a takové minerální vody je třeba střídat, sdělení, že některé vody mají mnoho magnesia v kombinaci s informací, že vysoký obsah magnesia, případně hořčíku, v lidském těle může způsobit necitlivost, sdělení, že některé minerální vody mají mnoho magnesia v kombinaci s informací, že žalovaným propagovaná minerální voda obsahuje vyvážený poměr minerálů a sdělení, že některé minerální vody mají mnoho magnesia a v kombinaci s informací, že vysoký obsah magnesia, případně hořčíku, v lidském těle může způsobit apatii, uveřejnit společně na své náklady na 1. nebo 3. straně deníku Mladá Fronta DNES, na 1. nebo 3. straně regionálních deníků Českobudějovické listy, Českokrumlovské listy, Listy Jindřichohradecka, Listy Písecka, Listy Prachaticka, Listy Strakonicka, Tábořské listy, Rovnost, Rovnost Blansko, Rovnost Břeclav, Rovnost Hodonín, Rovnost venkov, Rovnost Vyškov, Rovnost Znojmo, Českolipský deník, Děčínský deník, Deník Chomutovska, Deník Jablonecka, Deník Litoměřicka, Deník Lučan, Deník Mostecka, Deník Pojizeří, Deník Směr, Liberecký den, Ústecký den, Moravskoslezský deník, Region Bruntálský, Frýdecko-Místecko, Havířovsko,

Karvinsko, Region Krnovské noviny, Region týdeník okresu Nový Jičín, Region Opavský a Hlučínský, Týdeník Ostrava, Benešovský deník, Berounský deník, Boleslavský deník, Kladenský deník, Kolínský deník, Kutnohorský deník, Mělnický deník, Nymburský deník, Příbramský deník, Rakovnický deník, Večerník Praha, Naše Valašsko, Olomoucký den, Olomoucký den Hranice, Olomoucký den Jeseník, Olomoucký den Prostějovský týden, Olomoucký den Přerov, Olomoucký den Šumperk, Zlínské noviny, Zlínské noviny Kroměříž, Zlínské noviny Uherské Hradiště, Hradecké noviny, Krkonošské noviny, Noviny Chrudimska, Noviny Jičínska, Noviny Náchodská, Noviny Rychnovska, Noviny Svitavska, Orlické noviny, Pardubické noviny, Vysočina – Listy Pelhřimovska, Vysočina – Noviny Havlíčkobrodská, Vysočina – Noviny Jihlavska, Vysočina – Noviny Třebíčska, Vysočina – Noviny Žďárska, Domažlický deník, Chebský deník, Karlovarské noviny, Klatovský deník, Plzeňský deník, Rokycanský deník, Sokolovský deník, Tachovský deník vydávaných nakladatelstvím VLTAVA-LABE-PRESS, a.s., na televizní stanici NOVA, provozované společností CET 21 spol. s r.o., dvakrát v reklamním bloku vysílaném v době mezi 19.00 a 22.00 hodin omluvu následujícího znění: „Společnosti Karlovarská korunní kyselka, společnost s ručením omezeným a společnost Alphaduct, a.s., se omlouvají společnosti Karlovarské minerální vody, a.s. za šíření nepravdivých informací o účincích minerálních vod s vysokým obsahem hořčíku (magnesia) na lidský organismus. Konzumace minerálních vod s vysokým obsahem hořčíku prodávaných na českém trhu nemůže ohrozit lidské zdraví“, a na přiznání oprávnění žalobci uveřejnit rozsudek na náklady žalovaných dvakrát ve dvou celostátně distribuovaných denících v rozsahu záhlaví, výroku a odůvodnění rozsudku potvrzuje.

Ve výroku II. se rozsudek soudu prvního stupně zrušuje a věc se mu v tomto rozsahu vrací k dalšímu řízení.

O d ů v o d n ě n í :

Shora uvedeným rozsudkem soud prvního stupně zamítl žalobu o uložení povinnosti žalovaným zdržet se propagace minerálních vod za použití tvrzení, specifikovaných v žalobě, do 5 dnů od právní moci rozsudku uveřejnit na své náklady v celostátním deníku Mladá Fronta DNES, v regionálních denících, specifikovaných v žalobě a na televizní stanici TV NOVA omluvu následujícího znění: „Společnosti Karlovarská korunní kyselka, společnost s ručením omezeným a Alphaduct, a.s. se omlouvají společnosti Karlovarské minerální vody, a.s. za šíření nepravdivých informací o účincích minerálních vod s vysokým obsahem hořčíku (magnesia) na lidský organismus. Konzumace minerálních vod s vysokým obsahem hořčíku prodávaných na českém trhu nemůže ohrozit lidské zdraví“ a zaplatit žalobci společně a nerozdílně 5,000.000,- Kč s tím, že plněním jednoho ze žalovaných, zaniká v tomto rozsahu povinnost druhého žalovaného, a že žalobce je oprávněn uveřejnit rozsudek na náklady žalovaných, a to dvakrát ve dvou celostátních denících v rozsahu záhlaví, výroku a odůvodnění rozsudku (výrok I.), a o nákladech řízení rozhodl soud prvního stupně tak, že k jejich náhradě žalovaným ve výši 168.925,80 Kč k rukám advokátky JUDr. Jolany Bartošové zavázal žalobce (výrok II.).

Soud prvního stupně vyšel z návrhu, kterým se žalobce domáhal, aby žalovaným bylo uloženo zdržet se propagace minerálních vod za použití sdělení, specifikovaných v žalobě, uveřejnit na své náklady v celostátním deníku, regionálních denících a na TV NOVA omluvu

ve znění navrženém žalobcem, a zaplatit žalobci společně a nerozdílně 5,000.000,- Kč s tím, že soud žalobci přizná právo uveřejnit na náklady žalovaných rozsudek v rozsahu záhlaví, výroku a odůvodnění, a to dvakrát ve dvou celostátně distribuovaných denících. Žalobce tvrdil, že předmětem jeho podnikání a podnikání žalovaného 1/ je mimo jiné stáčení přírodní minerální vody do láhví a výroba nápojů s přísadou ovocných sirupů a šťáv, jsou tedy v přímém soutěžním vztahu, pokud jde o žalovaného 2/, ten je reklamní agenturou podporující na základě smlouvy podnikání žalovaného 1/, a zároveň výhradním distributorem jeho výrobků. Žalovaný 2/ nechal vyrobit reklamní spoty. Vzhledem k tomu, že mezi žalobcem a oběma žalovanými existuje soutěžní vztah, má žalobce za to, že jednání obou žalovaných naplňuje znaky skutkové podstaty nekalé soutěže podle generální klauzule § 44 odst. 1 ObchZ a dále speciální skutkové podstaty zlehčování podle § 50 odst. 1 ObchZ. Propagaci minerální vody Korunní prostřednictvím účinku magnesia na lidský organismus způsobem uvedeným ve spotech je třeba považovat za jednání v hospodářské soutěži, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům. Z toho, že ve spotech byl zdůrazňován latinský název hořčíku (magnesium), lze za situace, kdy na trhu přírodních minerálních vod neexistuje jiná minerální voda s tak vysokým obsahem hořčíku, než minerální voda žalobce, dovodit, že výrobek žalovaného 1/ bude u spotřebitelů automaticky porovnáván s přírodní minerální vodou Magnesia, tedy s produktem žalobce. Žalobce rovněž považuje spoty za klamavou reklamu podle ust. § 45 ObchZ, neboť jejich prostřednictvím jsou šířeny o produktu žalovaného 1/ informace způsobilé vyvolat u spotřebitelů klamnou představu jak o tomto produktu, tak i o minerální vodě žalobce. Protože uvedením spotů došlo ke změně postoje veřejnosti k dobré pověsti minerální vody Magnesia a takto vzniklou újmu již nelze odstranit pouhým uveřejněním omluvy v tisku, má žalobce za to, že je na místě, aby mu žalovaní poskytli navíc přiměřené zadostiučinění v penězích ve výši 5,000.000,- Kč.

Oba žalovaní navrhli zamítnutí žaloby jako nedůvodné s tím, že žalobce chybně rozdělil celé spoty, které mají několik částí, aby byly úmyslně distribuovány postupně v jednotlivých reklamních blocích. Tímto rozdělením se žalobce snažil docílit toho, aby soud posuzoval pro žalobce rozhodnou část spotu, která se váže na zdůraznění prvku magnesia. Spoty však je nutno podle žalovaných posuzovat jako celek, neboť tak byly zadány a prezentovány. V předmětné věci nemá být řešeno, která minerální voda je zdravější a lepší, či zda voda Magnesia je škodlivá, ale pouze to, zda způsob prezentace minerální vody Korunní v reklamních spotech, je nebo není v souladu s právní úpravou nekalé soutěže. Záměrem spotů bylo podle žalovaných šokovat a upoutat pozornost a nelze z nich dovodit, že by piti vody Magnesia bylo škodlivé pro lidský organismus. Pokud se žalobce domáhá zdržovacích nároků, jsou tyto širší než žalobní tvrzení, kterou jsou propojena v nesprávných souvislostech, nehledě k tomu, že reklamní kampaň již byla ukončena. Požadavek na omluvu považují žalovaní za nepřiměřený, měl-li by být uveřejněn v denících za situace, kdy dotčené spoty byly vysílány pouze v televizi. Také peněžitou satisfakci mají žalovaní za nepřiměřenou, neboť žalobce jen tvrdil, ale neprokázal, že by jeho pověst byla jednáním žalovaných poškozena. Jak minerální voda Magnesia, tak i minerální voda Korunní jsou na trhu již zavedeny a mají stálé odběratele. Žalobce také nedoložil, že by „pohyb“ ve vývoji objemu prodeje na trhu balených vod byl jakkoli ovlivněn odvysíláním napadených spotů. Konečně žalovaný 1/ zpochybnil svou věcnou pasivní legitimaci ve sporu s tím, že není tvůrcem, šířitelem, ani zadavatelem předmětných spotů.

Soud prvního stupně v průběhu řízení vydal k návrhu žalobce několik předběžných opatření, kterými žalovaným uložil povinnost zdržet se šíření výše uvedených spotů. Tato usnesení byla odvolacím soudem k odvolání žalovaných změněna tak, že návrhy na jejich vydání byly ve všech případech zamítnuty. Po provedeném dokazování pak soud prvního

stupně konstatoval, že žalobce a žalovaní jsou v soutěžním vztahu, neboť žalobce a žalovaný 1/ se zabývají stáčením přírodní, minerální a pitné vody do lahví a výrobou nápojů s přísadou ovocných sirupů, žalovaný 2/, krom toho, že zajišťoval výrobu reklamních spotů pro žalovaného 1/, je zároveň i jeho výhradním distributorem. Oba žalovaní jsou tedy podle soudu prvního stupně ve sporu věcně pasivně legitimováni. Ze závěru znaleckého posudku PhDr. Jiřího Kužela vyplynulo, že průměrný český spotřebitel mohl spoty vnímat tak, že byla demonstrována škodlivost magnesia na lidský organismus. Na základě posouzení předmětných televizních spotů soud prvního stupně konstatoval, že tyto se skládaly vždy z více částí, a na závěr bylo vždy konstatováno, že správný poměr všech minerálních látek má přírodní minerální voda Korunní. Na základě zjištěných skutečností pak soud prvního stupně dospěl k závěru, že žaloba není důvodná, jelikož jednání žalovaných při vysílání dotčených reklamních spotů nebylo nekalou soutěží podle ust. § 44 odst. 1 ObchZ, vzhledem k tomu, že nebyly splněny kumulativně všechny podmínky tam uvedené, především zde chyběl rozpor s dobrými mravy soutěže. Proto také toto jednání nenaplnělo znaky speciálního případu nekalé soutěže – klamavé reklamy podle ust. § 45 ObchZ. Soud prvního stupně proto žalobu v celém rozsahu zamítl a o nákladech řízení rozhodl podle ust. § 142 odst. 1 o.s.ř. tak, že jejich náhradu přiznal úspěšným žalovaným.

Proti rozsudku se včas odvolal žalobce v rozsahu zamítavého výroku I. a souvisejícího výroku II. o nákladech řízení, s výjimkou zamítnutí nároku na zaplacení částky 5,000.000,- Kč z titulu bezdůvodného obohacení. Žalobce jako odvolací důvod uvedl, že soud prvního stupně dospěl na základě provedených důkazů k nesprávným skutkovým zjištěním a jeho rozhodnutí spočívá na nesprávném právním posouzení. Žalobce má za to, že v posuzovaném případě šlo o tzv. nepřímou srovnávací reklamu ve smyslu ust. § 50a ObchZ, neboť ve srovnávací reklamě, jejíž podstatou bylo srovnání zdravotní prospěšnosti pravidelné konzumace minerální vody Korunní, byl nepřímo identifikován jiný soutěžitel, tj. žalobce a jeden z jeho nejvýznamnějších výrobků – minerální voda Magnesia. Podle žalobce tedy byly naplněny podmínky ust. § 44 odst. 1 ObchZ. Soud prvního stupně svůj opačný závěr o zjištění, že reklamní spoty byly založeny na reklamní nadsázce, že obsah spotů nelze hodnotit podle tvrzení zde prezentovaných, ale podle toho, že obsahem sdělení je výzva ke střídání minerálních vod, že nebylo prokázáno, že by spotřebitelé spojovali údaj o škodlivosti magnesia právě s produktem žalobce, a konečně, že reklamní tvrzení ve spotech bylo v podstatě správné, neboť reklamní agentura čerpala i z různých odborných stanovisek. Tato zjištění považuje žalobce za nesprávná a za podstatnou považuje otázku, zda v daném případě šlo o srovnání či nikoli, tedy zda průměrní spotřebitelé identifikovali ve spotech produkt žalobce (minerální voda Magnesia) či nikoli. V daném případě tak tomu podle žalobce bylo, jak ostatně vyplynulo i z provedeného dokazování. Na trhu se sice okrajově vyskytují i jiné minerální vody s vyšším obsahem magnesia, minerální voda Magnesia však je na trhu zcela dominantním výrobkem. Soud prvního stupně rovněž pominul skutečnost, že v době vysílání spotů vnímala veřejnost reklamní kampaň žalovaných jako kampaň, kdy proti sobě stojí minerální vody Korunní a Magnesia. Žalobce rovněž odkázal na rozsudek Vrchního soudu v Praze z 8. listopadu 2006 ve věci spis. zn. 3 Cmo 302/2006 a rozsudek Městského soudu v Praze ze dne 5. března 2006 ve věci spis. zn. 19 Cm 85/2006. Dále žalobce poukázal na skutečnost, že u srovnávací reklamy není podstatné, zda jediným úmyslem žalovaných bylo srovnávat výrobky, či zda inkriminované spoty současně prezentovaly i minerální vodu Korunní. Znalecký posudek znalce Kužela, který soud prvního stupně označil za tendenční, je sice jen jedním z řady důkazů s omezenou hodnotou, soud prvního stupně však znalce ustanovil sám a není zde důvod, proč by měl jeho závěry považovat za nevěrohodné a tendenční. Žalobce nesouhlasí ani se závěrem soudu prvního stupně, že se žalobci nepodařilo prokázat nepravdivost tvrzení v reklamních spotech, a má za to, že povinnost prokazovat

pravdivost reklamních tvrzení měli naopak žalovaní. Soudem prvního stupně zmiňovaná reklamní nadsázka je podle žalobce přijatelná a možná, ovšem jen v situaci, kdy se tato reklamní nadsázka aplikuje na vlastní výrobek inzerenta, který inzerent propaguje a ne na výrobek cizí, jako tomu bylo v předmětné věci. Žalobce proto navrhl, aby odvolací soud změnil v napadeném rozsahu rozsudek soudu prvního stupně tak, že žalovaným uloží povinnost zdržet se propagace minerálních vod za použití tvrzení, specifikovaných v odvolacím návrhu, do 5 dnů od právní moci rozsudku uveřejnit na své náklady v celostátním deníku Mladá Fronta DNES, v regionálních denících, specifikovaných v odvolacím návrhu a na televizní stanici TV NOVA omluvu následujícího znění: „Společnosti Karlovarská korunní kyselka, společnost s ručením omezeným a Alphaduct, a.s. se omlouvají společnosti Karlovarské minerální vody, a.s. za šíření nepravdivých informací o účincích minerálních vod s vysokým obsahem hořčíku (magnesia) na lidský organismus. Konzumace minerálních vod s vysokým obsahem hořčíku prodáváných na českém trhu nemůže ohrozit lidské zdraví“ s tím, že žalobce je oprávněn uveřejnit rozsudek na náklady žalovaných dvakrát ve dvou celostátně distribuovaných denících v rozsahu záhlaví, výroku a odůvodnění rozsudku. Zároveň navrhl, aby žalovaným byla uložena povinnost nahradit mu náklady řízení.

Žalovaní k odvolání žalobce uvedli, že toto považují za nedůvodné. Pokud žalobce opakovaně tvrdí, že obsah reklamních spotů neoprávněně srovnával minerální vodu Korunní s minerální vodou Magnesia a tímto způsobem šířil o produktu žalobce nepravdivé a zavádějící informace, jde ze strany žalobce o chybnou interpretaci spotů a o chybné posouzení sporu. Žalovaní nesouhlasí ani s tvrzením žalobce, že by na trhu existují i jiné minerální vody s vyšším obsahem hořčíku, minerální voda Magnesia zaujímá dominantní postavení a již uvedení prvku magnesium vyvolává asociaci s touto minerální vodou. Pokud jde o použití pojmu magnesium, jde tato skutečnost k tíži žalobce, pokud se rozhodl pro označení své minerálky použít název prvku, který je obecným pojmem. Za nepřijatelné považují žalovaní dále odkaz žalobce na jiné spory vedené se žalovanými, neboť jde o věci rozhodnuté, které ani vzdáleně nesouvisí se spoty, jež jsou předmětem tohoto řízení. Žalovaní dále vyjádřili nesouhlas s úvahami žalobce na téma, že reklamní nadsázka je přijatelná jen ve vztahu k vlastním produktům inzerenta, neboť v žádném z napadených spotů nedochází k použití reklamní nadsázky v souvislosti s „blíže neidentifikovatelným výrobkem konkurenta“, natož s výrobkem, který lze identifikovat poměrně snadno. Žalovaní proto navrhli, aby odvolací soud v napadeném rozsahu rozsudek soudu prvního stupně potvrdil.

Odvolací soud přezkoumal rozsudek soudu prvního stupně v napadeném rozsahu podle ust. § 212 a násl. o.s.ř. a dospěl k závěru, že odvolání není důvodné.

Soud prvního stupně měl na základě provedeného dokazování pro rozhodnutí k dispozici dostatek skutkových zjištění, účastníci také doplnění dokazování nenavrhovali. Odvolací soud se tedy zaměřil převážně na správnost právního hodnocení věci soudem prvního stupně a jím přijatých závěrů. Pokud jde o znalecký posudek, který soud prvního stupně zadal, je třeba zčásti souhlasit s námitkou žalobce, že to byl soud prvního stupně, kdo znalce ustanovil a uložil mu odpovědi na zadané otázky, a přitom sám z posudku nevycházel a v podstatě ho ani nehodnotil. V této souvislosti je však třeba uvést, že není zřejmé, proč byl vlastně znalecký posudek zadán, a co mělo být zjištěno z otázek, které soud prvního stupně znalci uložil, když některé z otázek jsou příliš široce a obecně formulované a jiné předem evokují vyjádření právního názoru, což znalci nepřísluší. Nelze tedy soudu prvního stupně vytknout, že uvedený posudek nevzal jako základ pro své posouzení, ale lze mu vytknout, že takový posudek vůbec zadal. Odvolací soud považuje za správný zamítavý výrok ve vztahu

ke všem žalobou uplatněným nárokům, ne však již zcela úvahy a závěry soudu prvního stupně, které k tomuto výroku vedly, a to jednak pro jejich nepřesvědčivost a jednak proto, že některé závěry soudu prvního stupně působí rozporně. Soud prvního stupně dospěl k závěru o nedůvodnosti žaloby proto, že podle jeho názoru nebyly splněny podmínky ust. § 44 odst. 1 ObchZ, především rozpor s dobrými mravy soutěže, pro jehož absenci nelze hodnotit jednání žalovaných jako klamavou reklamu (speciální případ nekalé soutěže) podle ust. § 45 ObchZ. To, že žalovaným v době rozhodování soudu prvního stupně nelze uložit zákaz propagace minerálních vod za použití v žalobě uvedených reklamních sdělení, soud prvního stupně odůvodnil také tím, že reklamní spoty již vysílány nejsou. Zamítnutí požadavku na uveřejnění omluvy v řadě deníků je pak odůvodněno tím, že jednání žalovaných nebylo nekalosoutěžní, a jednak tím, že spoty byly vysílány pouze v televizi a nebyly distribuovány jiným způsobem. Pro nedostatek nekalosoutěžního jednání nebylo vyhověno požadavku na přiměřené zadostiučinění v penězích ve výši 5,000.000,- Kč. Soud prvního stupně tedy učinil tyto závěry: Reklamní spoty byly postaveny na jisté reklamní nadsázce, tvrzení v nich obsažená byla v zásadě pravdivá (podepřena lékařskými informacemi a posudky), nebylo prokázáno, že by průměrný spotřebitel spoty spojoval právě s minerální vodou Magnesia, ani tvrzený pokles prodeje této minerální vody v souvislosti s uvedenými spoty, jednání žalovaných nelze hodnotit jako klamavou reklamu, protože v reklamě klamavé prvky nestačí, ale je nutno, aby byl dán prvek rozporu s dobrými mravy soutěže, což však nebylo prokázáno. Odvolací soud má sice na rozdíl od soudu prvního stupně za to, že reklamní spoty by mohly splňovat znaky skutkové podstaty nekalé soutěže podle ust. § 44 odst. 1 ObchZ (generální klauzule), přesto však nelze nárokům, které jsou předmětem odvolacího řízení, vyhovět, a to z těchto důvodů: Povinnosti obsažené ve zdržovacích nárocích nelze žalovaným uložit, neboť se jedná o jednotlivá reklamní sdělení vytržená z kontextu, bez přímé vazby na ten který konkrétní reklamní spoty (jednotlivé spoty nejsou ani v žalobním návrhu zmíněny, ačkoli právě o ně se má jednat), uplatněné zdržovací nároky tak nepostihují podstatu jednání žalovaných, a proto jsou podle odvolacího soudu nepřipustné. Ohledně uveřejnění omluvy v deníku Mladá Fronta DNES a v žalobě specifikovaných regionálních denících, má odvolací soud shodně se soudem prvního stupně za to, že uložení takové povinnosti nepřichází v úvahu již proto, že dotčené spoty byly uveřejněny pouze v televizním vysílání a nikoli v tiskovinách žalobcem uvedených, přičemž podle odvolacího soudu by případná omluva, či vysvětlení měla být zveřejněna takovým způsobem, jakým došlo k dotčeným reklamním sdělením. Nadto již některé z deníků ani nevycházejí. Konečně znění omluvy zahrnuje v poslední větě vlastní hodnocení minerálních vod s vysokým obsahem hořčíku, což rámec omluvy přesahuje, a i v případě, že by bylo možno takovému požadavku vyhovět, bylo by zřejmě nutno tuto poslední větu vypustit. Konečně pokud jde o požadavek žalobce na zveřejnění rozsudku ve smyslu ust. § 155 odst. 4 o.s.ř., stanoví toto ustanovení, že soud může účastníkovi (žalobci) přiznat právo uveřejnit rozsudek na náklady neúspěšného účastníka, jestliže žalobě bylo vyhověno. Tento předpoklad však v daném případě splněn nebyl.

Odvolací soud proto, byť zčásti z jiných důvodů, rozsudek soudu prvního stupně v napadeném rozsahu ve věci samé podle ust. § 219 o.s.ř. jako věcně správný potvrdil. Pokud jde o výrok II. o nákladech řízení, pak nebyly splněny podmínky ani pro jeho změnu, ani pro jeho potvrzení, neboť tento výrok je i s odhlédnutím od zřejmé záměny účastníků v odůvodnění rozhodnutí, nepřezkoumatelný. Jde zejména o to, že v řízení původně vystupoval jeden žalovaný (žalovaný 1/), a že v průběhu řízení soud prvního stupně k návrhu žalobce nařídil několik předběžných opatření, která byla napadena odvoláními, což soud prvního stupně zřejmě při stanovení výše nákladů řízení nezohlednil. Protože i za situace, kdy o nákladech řízení soud rozhoduje z úřední povinnosti, nelze přezkoumat správnost tohoto výroku, postupoval odvolací soud podle ust. § 219a odst. 1 písm. a/ o.s.ř., a rozsudek soudu

prvního stupně ve výroku II. zrušil a věc mu v tomto rozsahu vrátil k dalšímu řízení, v jehož rámci soud prvního stupně rozhodne i o nákladech odvolacího řízení.

P o u ě n í : Proti potvrzujícímu výroku tohoto rozsudku **n e n í** dovolání přípustné, ledaže dovolací soud na základě dovolání podaného do dvou měsíců od doručení rozsudku k Nejvyššímu soudu České republiky, prostřednictvím Krajského soudu v Plzni dospěje k závěru, že napadené rozhodnutí má ve věci samé po právní stránce zásadní význam. Proti zrušovacímu výroku **n e n í** dovolání přípustné.

V Praze dne 26. května 2010

JUDr. Yvona S v o b o d o v á v.r.
předsedkyně senátu

Za správnost vyhotovení:
J. Balabánová