

VÝZNAM TERITORIALITY PRO FUNGOVÁNÍ OBCHODNÍCH MODELŮ AUDIOVIZUÁLNÍHO PRŮMYSLU V ČESKÉ REPUBLICE

REKONSTRUKCE POSTOJŮ ČESKÝCH DISTRIBUTORŮ KE STRATEGII PRO
VYTVOŘENÍ JEDNOTNÉHO DIGITÁLNÍHO TRHU V EVROPĚ A ANALÝZA
DOPADU LEGISLATIVNÍCH ZMĚN NA OBCHODNÍ MODELY AUDIOVIZUÁLNÍHO
PRŮMYSLU NA MALÉM TRHU

Pavel Zahrádka, Rudolf Leška, Petr Szczepanik

Připraveno pro

Ministerstvo kultury České republiky
Státní fond kinematografie
Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky

Připravili

Pavel Zahrádka
Rudolf Leška
Petr Szczepanik

červenec 2019

T A
Č R



Univerzita Palackého
v Olomouci

Výzkumná zpráva byla vytvořena v rámci řešení projektu „Výzkum dopadu stávající legislativy a strategie Evropské komise pro jednotný digitální trh (DSM) na český audiovizuální průmysl: evaluace (autorsko)právního systému a příprava kulturní politiky v rámci DSM“ (č. TL01000306) s finanční podporou Technologické agentury České republiky.

1. vydání

© Pavel Zahradka, Rudolf Leška, Petr Szczepanik, 2019

© Univerzita Palackého v Olomouci, 2019

Publikace podléhá licenci Creative Commons:

CC-BY-NC-ND 3.0

(Uveďte autora-Neužívejte dílo komerčně-Nezasahujte do díla 3.0 Česko)

ISBN 978-80-244-5530-3 (online : PDF)

■ OBSAH

1. JEDNOTNÝ DIGITÁLNÍ TRH	1
2. RELEVANTNÍ NÁVRHY SMĚRNIC A NAŘÍZENÍ Z HLEDISKA VYTVOŘENÍ DSM	4
3. VÝZKUMNÉ OTÁZKY, VZOREK A METODOLOGIE	6
4. POSTOJE DISTRIBUTORŮ A POSKYTOVATELŮ AUDIOVIZUÁLNÍHO OBSAHU V ČESKÉ REPUBLICE K DSM.....	9
4.1 PŘESHraniční přenositelnost audiovizuálních online služeb	9
4.2 PŘESHraniční dostupnost audiovizuálního obsahu a význam geoblokace.....	10
4.2.1 Ztráta teritoriálního monopolu a nedostupnost prémiového obsahu.....	10
4.2.2 Význam teritoriální exkluzivity pro filmové koprodukce.....	14
4.2.3 Přeshraniční cirkulace (českých) audiovizuálních děl	15
4.2.4 Nebezpečí nadvlády nadnárodních poskytovatelů VOD služeb na malém trhu.....	16
5. SHRNUtÍ: OBCHODNÍ DŮVODY GEOBLOKACE V AUDIOVIZUÁLNÍM SEKTORU	18
6. NAPĚTÍ MEZI GEOBLOKACÍ A PRINCIPY FUNGOVÁNÍ VNITŘNÍHO TRHU EU	19
7. VZTAH GEOBLOKACE A AUTORSKÉHO PRÁVA.....	22
7.1 STATUS QUO	22
7.2 UPLATNĚNÍ ZÁSADY ZEMĚ PŮVODU NA SDĚLOVÁNÍ DÍLA PROSTŘEDNICTVÍM AUDIOVIZUÁLNÍCH ONLINE SLUŽEB	23
7.3 TARGET APPROACH (MODEL PASIVNÍHO PRODEJE)	25
8. SHRNUtÍ	26
TERITORIALITA V OBCHODNÍ PRAXI AUDIOVIZUÁLNÍ DISTRIBUCE – SHRNUtÍ ANALÝZY POSTOJŮ (KAP. 1 AŽ 5).....	26
GEOBLOKACE A PRÁVO (KAP. 6 A 7).....	28
9. LITERATURA A PRAMENY	29
PRÁVNÍ PŘEDPISY.....	31
SOUDNÍ ROZHODNUTÍ.....	32

1. Cílem první části výzkumné zprávy (kap. 1 až 5) je vysvětlit (a) význam principu teritoriality pro fungování obchodních modelů audiovizuálního průmyslu na malém trhu, resp. vysvětlit význam šíření audiovizuálních (převážně filmových) děl na základě prodeje exkluzivních teritoriálních licencí; (b) význam zeměpisného blokování přístupu k obsahu nabízenému audiovizuálními online službami (tzv. geoblokace) pro uchování hodnoty teritoriální licence v online prostředí. Tohoto cíle je dosaženo na základě rekonstrukce postojů českých distributorů audiovizuálních děl k návrhům Evropské komise na vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě, které byly postupně předloženy a diskutovány v letech 2015 až 2018. V navazující druhé části zprávy reflektujeme právní diskusi týkající se legálnosti uplatňování geoblokačních opatření, a to jednak z hlediska principů volného trhu v EU a jednak z hlediska toho, zdali má geoblokace oporu v autorském právu. Cílem druhé části zprávy (kap. 6 a 7) není rozhodovat mezi vzájemně si konkurujícími právními výklady vztahu práva a geoblokace, ale posoudit dopady odlišných právních rámců – utvářejících základní mechanismy fungování audiovizuálního trhu – na produkci a distribuci audiovizuálních děl na českém trhu. K tomuto cíli jsou využita empirická zjištění z první části.
2. Pojem audiovizuálního díla/obsahu zahrnuje pro účely této zprávy celovečerní filmy a seriály, které mají v oficiálních distribučních kanálech status tzv. prémiového obsahu (tedy obsahu s aktuálně nejvyšší potenciální mírou divácké atraktivity, prestiže a lukrativnosti v dané kategorii nabídky, obvykle také s relativně vysokými výrobními či akvizičními náklady). Pokud je to ve zprávě relevantní (např. z hlediska analyzovaných dat či pojednávaného distribučního modelu), zužujeme obecný pojem audiovizuálního obsahu na jeho konkrétní typ, tj. filmové dílo, televizní seriál, webseriál či přenos sportovní události.¹

■ 1. JEDNOTNÝ DIGITÁLNÍ TRH

3. Evropská komise představila v polovině roku 2015 strategii pro jednotný digitální trh (DSM), jejímž hlavním cílem bylo odstranění překážek pro volný pohyb digitálních produktů a služeb mezi zeměmi EU. Jednou z oblastí, na kterou strategie cílila, byla lepší přeshraniční dostupnost kulturních obsahů, které zatím často brání tzv. geoblokace, tedy zamezení přístupu k online obsahu na základě zeměpisné polohy uživatele internetu. Lepší dostupnost obsahu nabízeného online službami vnímala Evropská komise jako potřebnou již dlouhodobě a strategií DSM vyvrcholily některé její dřívější regulatorní² i legislativní snahy o řešení na poli multiteritoriálního licencování práv.³
4. Při aplikaci geoblokace si zákazníci z jiných členských států, než je stát poskytovatele obsahu, nemohou například zakoupit přístup k nabízeným digitálním knihovnám s audiovizuálním obsahem, popř. (ještě donedávna) ztratili přístup k předplacené online videotéce po překročení

1 Stranou ponecháváme právní skutečnost, že sportovní událost, resp. její přenos, nespĺňuje pojmové znaky autorského díla, tj. nelze jej z právního hlediska zahrnout pod kategorii audiovizuálního díla.

2 Srov. Evropská komise, Doporučení Komise 2005/737/ES ze dne 18. května 2005 o kolektivní přeshraniční správě autorského práva a práv s ním souvisejících pro zákonné on-line hudební služby, s. 54.

3 Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/26/EU ze dne 26. února 2014 o kolektivní správě autorského práva a práv s ním souvisejících a udělování licencí pro více území k právům k užití hudebních děl online na vnitřním trhu.

hranic domovského státu, kde došlo k jejímu pořízení. Zatímco jednotný vnitřní trh pro volný oběh hmotného zboží v EU z převážné části funguje, vytvoření jednotného digitálního trhu – umožňujícího rozsáhlejší a bezbariérovou nabídku digitálního zboží a služeb občanům EU bez ohledu na jejich státní příslušnost či místo trvalého bydliště – je stále nerealizovaným hospodářským a politickým cílem.

5. Od sjednoceného digitálního trhu si Evropská komise slibuje kromě jiného zlepšení dostupnosti evropských audiovizuálních děl v rámci nabídky audiovizuálních online služeb v jednotlivých členských zemích EU. Pro evropská audiovizuální díla je typická velmi omezená schopnost cestovat za hranice zemí jejich vzniku, a to nejen v rámci klasické kinodistribuce či televizního vysílání, ale také v rámci audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání. Podle údajů Evropské audiovizuální observatoře byly v EU jednotlivé evropské filmy (ve smyslu EU28) v roce 2018 dostupné na TVOD portálech v průměru ve 2,7 a na SVOD portálech ve 2,5 zemích (koprodukované filmy v průměru ve 3,6 členských zemích na TVOD), zatímco americké filmy byly v nabídce TVOD portálů v průměru v 6 a SVOD portálů ve 4,8 zemích EU.⁴ Nízká míra exportu evropských audiovizuálních děl se přitom týká především menších zemí.⁵
6. Za jednu z hlavních příčin roztržitosti evropského digitálního trhu s kulturními obsahy považuje Komise geoblokaci, která odděluje jednotlivé národní trhy v EU virtuálními bariérami.⁶ Kulturní obsahy totiž zahrnují především autorská díla, která podléhají ochraně autorským právem. Autorské právo je ovšem ze své podstaty teritoriální (tzv. zásada teritoriality), tedy „každá země určuje, zda a v jakém rozsahu [práva duševního vlastnictví] existují a požívají ochrany v jejích vlastních hranicích“.⁷ Promítnuto na situaci Evropské unie to znamená, že každá z členských zemí má svůj vlastní autorský zákon, jehož působnost se vztahuje na území příslušného státu. Autorská díla v EU jsou proto ve výsledku chráněna 28 národními autorskoprávními předpisy, které se v mnoha ohledech liší. Teritoriální roztržitost autorského práva se pak odráží v teritoriální roztržitosti licenční a obchodní praxe audiovizuálního průmyslu. Práva k užití audiovizuálních děl poskytují producenti ve většině případů na bázi monoteritoriálních licencí lokálním distributorům, kteří působí na příslušném státním území. Geoblokace je pak technickým nástrojem, který umožňuje kontrolu nad tím, že majitel teritoriální licence zpřístupňuje dílo pouze spotřebitelům v rámci licencovaného území.
7. Za další příčinu neexistence celoevropského digitálního trhu s audiovizuálními obsahy pokládá Evropská komise složitý proces vypořádání autorských práv. Filmová díla jsou totiž šířena v rámci určitého teritoria povětšinou prostřednictvím tzv. sekvenční distribuce. To znamená, že film je zpřístupňován publiku prostřednictvím postupně se otevírajících distribučních oken (kino, pay-TV, DVD, VOD, FTA TV), jejichž pořadí určuje výše mezního příjmu dosaženého v co možná nejkratším čase (případně může být takové pořadí určeno místními právními předpisy, jak je

4 Fontaine, Gilles (ed.), *Yearbook 2018/2019: Key Trends*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2019, s. 26–29; Grece, Christian, *How Do Films Circulate on VOD Services and in Cinemas in the European Union?* Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016, s. 12.

5 Viz Grece, Christian, *The Circulation of EU Non-national Films*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017, s. 15.

6 Evropská komise, *Sdělení Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů – Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě*, COM(2015) 100 final. 6. 5. 2015.

7 Lundstedt, Lydia, *Territoriality in Intellectual Property Law*. Stockholm: Stockholm University, 2016, s. 1.

tomu ve Francii). Provozovatelé služby videa na vyžádání (VOD), kteří chtějí film nabídnout spotřebitelům ve větším počtu zemí EU, musejí proto práva na digitální distribuci vypořádat ve většině případů pro každou zemi zvlášť, tj. musí potřebné teritoriální licence zakoupit od lokálních distributorů. Tím ale podle Evropské komise dochází jednak k nárůstu informačních nákladů na identifikaci příslušného transakčního aktéra a jednak k nárůstu transakčních nákladů ve formě vysokého počtu transakcí a vysokého počtu transakčních aktérů.⁸

8. Teritoriální fragmentaci audiovizuálního trhu kritizují i zástupci organizací na ochranu práv spotřebitelů. Zatímco Evropské komisi vadí porušování principů volného trhu,⁹ spotřebitelským organizacím vadí diskriminace spotřebitelů v přístupu ke kulturnímu bohatství Evropy. Obchodní praxe licencování audiovizuálních děl na základě monoteritoriálních licencí je totiž důvodem jejich přeshraniční nedostupnosti a (donedávna rovněž) omezené přeshraniční přenositelnosti audiovizuálních online služeb v EU. Jinak řečeno, důvodem blokování přístupu k obsahu či audiovizuální službě na základě místa, ze kterého se spotřebitel připojuje k internetu, je skutečnost, že poskytovatel služby nedisponuje potřebnou licenci pro dané teritorium, ze kterého chce spotřebitel službu užívat. Uzavírání obsahu do hranic národních států je ovšem kritiky vnímáno jako diskriminační vůči jazykovým menšinám, zahraničním studentům, krátkodobě i dlouhodobě usazeným cizincům či zájemcům o cizí jazyk a kulturu.¹⁰ Hranice národních států totiž v mnoha případech nekopírují kulturní a jazykové hranice.
9. Tento argument získává na síle, když zohledníme podíl evropských grantů (Eurimages, MEDIA) na financování audiovizuální produkce a distribuce, resp. skutečnost, že občané zemí přispívajících na vznik audiovizuálních děl k nim posléze nemají přístup. V neposlední řadě uzavírá blokování přístupu ke kulturním statkům audiovizuální obsahy nejen do hranic národních států, ale rovněž připravuje tvůrce obsahu o potenciální zdroj příjmu, resp. o nové publikum, jehož členové jsou ochotni za obsah platit, ale nemají k němu legální přístup, a proto využívají nelegální zdroje obsahu.¹¹
10. O velikosti této spotřebitelské skupiny jsou dostupné pouze přibližné statistické údaje.¹² Z průzkumu veřejného mínění, který provedla Evropská komise v roce 2015, vyplývá, že o přístup k audiovizuálnímu obsahu (filmy, seriály, videoklipy, veškerý televizní obsah kromě sportovních

8 European Commission, Commission Staff Working Document: Impact Assessment on the Modernisation of EU Copyright Rules – Part 1, 14. 9. 2016, s. 52–55.

9 Evropský jednotný trh je podle zakládajících dokumentů prostorem bez vnitřních hranic, tj. prostorem, kde platí volný pohyb zboží, osob, služeb a kapitálu. Srov. např. čl. 26 Smlouvy o fungování Evropské unie.

10 Viz např. kampaň End Geoblocking, kterou iniciovala pirátská poslankyně Evropského parlamentu Julia Reda v roce 2016

11 Viz např. Tae-Sik, Kim, Finding Larger Transnational Media Markets: Media Practices of the Vietnamese Diasporic Community. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.). *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Berlin: Springer, 2020 (v přípravě); Macek, Jakub – Zahradka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic. In: Hick, D. H. – Schmücker, R. (eds.). *The Aesthetics and Ethics of Copying*. London: Bloomsbury, 2016, s. 335–358; Dootson, Paula – Suzor, Nicolas, The Game of Clones and the Australia Tax: Divergent Views about Copyright Business Models and the Willingness of Australian Consumers to Infringe. *University of New South Wales Law Journal*. 2015, roč. 38, č. 1, s. 206–239; Erle, Sabrina, The Battle Against Geo-Blocking: The Consumer Strikes Back. *Richmond Journal of Global Law & Business*. 2016, roč. 15, č. 1, s. 1–20.

12 Aktuální výzkum poptávky po zahraničních audiovizuálních online službách mezi českými spotřebiteli a výzkum objemu spotřeby audiovizuálních děl ze zdrojů s nelegálně šířeným obsahem je realizován v rámci navazující výzkumné zprávy projektu *Výzkum dopadu stávající legislativy a strategie Evropské komise pro jednotný digitální trh (DSM) na český audiovizuální průmysl: evaluace (autorsko)právního systému a příprava kulturní politiky v rámci DSM (TLO1000306)*. Výsledky šetření budou zveřejněny na začátku roku 2020.

přenosů) prostřednictvím online služeb určených uživatelům v jiných členských zemích se pokusilo jen velmi málo Evropanů (5 %; v ČR 7 %).¹³ Mezi důvody, proč se většina spotřebitelů nepokusila o přeshraniční přístup k digitálnímu obsahu na internetu, patří nezáměr o tento druh obsahu (v ČR 56 %); dostatečná nabídka obsahu v domácím teritoriu (v ČR 64 %); neznalost, jak technicky získat přístup k obsahu (v ČR 18 %); nesrozumitelnost obsahu kvůli cizímu jazyku (v ČR 26 %); nedůvěra vůči službám nabízeným v zahraničí (v ČR 13 %); přesvědčení, že přeshraniční přístup k obsahu nelze uskutečnit (v ČR 6 %). Tato zjištění je ovšem třeba interpretovat v širším kontextu. Dotazník s přednastavenými odpověďmi nezohledňuje např. fenomén internetového pirátství, tj. fakt, že nezáměr o obsah zahraničních služeb může být způsoben rovněž dostupností obsahu ze zdrojů s nelegálně šířeným obsahem. Z odpovědí na další otázky šetření rovněž vyplynulo, že 30 % českých respondentů (v průměru 29 % Evropanů), kteří se nepokusili o přeshraniční přístup k online službě nabízené v jiném členském státě, by o takový přístup mělo zájem v případě filmů, seriálů, videoklipů a televizního obsahu kromě sportovních přenosů. U sportovních přenosů tvoří zájemci o přeshraniční přístup 18 %. Šetření, které zadal Německý svaz na ochranu spotřebitelů (VZBV) v únoru 2016 a které bylo realizováno agenturou TNS mezi německými spotřebiteli (N = 1 032), dokonce ukázalo, že možnost legálního přístupu k placeným audiovizuálním službám (sportovní přenosy, filmy a seriály) z jiných členských států si přeje 73 % dotázaných.¹⁴

2. RELEVANTNÍ NÁVRHY SMĚRNIC A NAŘÍZENÍ Z HLEDISKA VYTVOŘENÍ DSM

11. Za účelem odstranění problémů s přeshraniční přenositelností a dostupností autorskoprávně chráněných obsahů v rámci audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání připravila Evropská komise v letech 2015 až 2016 čtyři návrhy nařízení či směrnic:¹⁵
12. **Nařízení Evropského parlamentu a Rady o zajištění přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu** (zkráceně „nařízení o přeshraniční přenositelnosti“) stanovuje pro poskytovatele audiovizuální online služby povinnost zajistit její přeshraniční přenositelnost po dobu dočasné přítomnosti uživatele služby v jiném členském státě, než je stát jeho bydliště. Tato povinnost se vztahuje pouze na poskytovatele, kteří poskytují svou službu za úhradu. Přičemž se má za to, že uživatel služby, který službu užívá v zahraničí, k této službě podle právní fikce přistupuje v členském státě bydliště, kde došlo k jejímu pořízení.¹⁶ Nařízení vstoupilo v platnost 20. července 2017 a je účinné od 20. března 2018, zatímco následující dva návrhy mají podobu směrnic, které byly přijaty, ale čekají na transpozici do právních řádů členských států v transpoziční lhůtě.

13 TNS Political and Social, Flash Eurobarometer 411: Cross-border Access to Online Content. Srpen 2015.

14 VZBV, Geo-blocking: Tearing Down Borders for Digital Content. Říjen 2017.

15 Nezmiňujeme zde problém přeshraniční kolektivní správy, protože i když s uvedeným souvisí, časově předchází programu DSM. Viz pozn. 1 a 2 výše.

16 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1128 ze dne 14. června 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.

13. **Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/789, kterou se stanovují pravidla pro výkon autorského práva a práv s ním souvisejících, jež se použijí na některá online vysílání vysílacích organizací a převzatá vysílání televizních a rozhlasových programů, a kterou se mění směrnice Rady 93/83/EHS** (zkráceně „směrnice o online vysílání“), měla mít původně podobu přímo použitelného nařízení; nakonec však byla zvolena forma směrnice, kterou musí členské státy do svého právního řádu ve lhůtě dvou let transponovat. Směrnice nově rozšiřuje platnost zásady země původu při vypořádání práv ze satelitního vysílání na online služby, které mají doplňkový charakter ve vztahu k vysílání příslušné vysílací organizace. Konkrétně v případě terestriálního televizního a rozhlasového vysílání se platnost zásady vztahuje na souběžné online vysílání (tzv. *simulcasting*) a službu zpětného zhlédnutí (tzv. *catch-up*). Zatímco v případě rozhlasového vysílání se zásada země původu bude vztahovat na všechny vysílané předměty ochrany, v případě televizního vysílání bude (v důsledku odporu, který se projevil při legislativním procesu) omezena pouze na vysílání zpravodajských pořadů a vysílání vlastních pořadů plně financovaných televizním vysílatelem. Smluvním stranám je nicméně ponechána smluvní svoboda dohodnout se na omezení využívání online práv za předpokladu, že přijatá omezení budou v souladu s právními předpisy Unie.¹⁷ Pokud se smluvní strany nerozhodnou využívání práv k příslušnému audiovizuálnímu dílu teritoriálně omezit, bude podle zásady země původu pro celoevropskou distribuci díla prostřednictvím zpravodajských doplňkových online služeb a u vlastních televizních produkcí postačovat nákup online práv pouze pro teritorium, kde má vysílací organizace hlavní místo podnikání.
14. **Směrnice Evropského parlamentu a Rady o autorském právu na jednotném digitálním trhu** se přeshraniční dostupnosti audiovizuálních děl týká jen velmi okrajově.¹⁸ Článek 13 stanovuje členským státům povinnost zřídit nestranný orgán, který bude mezi majiteli práv a poskytovateli služeb videa na vyžádání plnit mediační funkci při vyjednávání licencí pro šíření audiovizuálních děl na těchto portálech. Přičemž předpokladem pro využití vyjednávacího mechanismu je vůle obou smluvních stran uzavřít licenční dohodu.
15. Evropský parlament přijal 28. února 2018 **nařízení o zákazu geoblokace trhu kvůli státní příslušnosti, místu bydliště či místu usazení zákazníků**. Z působnosti tohoto nařízení byly explicitně vyjmuty elektronicky poskytované služby audiovizuální povahy, které poskytují přístup k dílům chráněným autorskými právy.¹⁹ Nicméně nařízení obsahuje revizní klauzuli (čl. 9), která do dvou let od jeho platnosti nařizuje přezkum dopadu na fungování vnitřního trhu s cílem posoudit, zdali by do jeho působnosti neměly spadat i služby, které poskytují přístup k chráněným dílům.

17 Viz čl. 3 odst. 3 směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/789, kterou se stanovují pravidla pro výkon autorského práva a práv s ním souvisejících, jež se použijí na některá online vysílání vysílacích organizací a převzatá vysílání televizních a rozhlasových programů, a kterou se mění směrnice Rady 93/83/EHS.

18 Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/790, o autorském právu na jednotném digitálním trhu, kterou se mění směrnice 96/9/ES a 2001/29/ES.

19 Viz bod č. 8 preambule Nařízení Evropské unie č. 2018/302 Evropského parlamentu a Rady ze dne 28. února 2018 o řešení neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace založených na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníků v rámci vnitřního trhu a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES.

3. VÝZKUMNÉ OTÁZKY, VZOREK A METODOLOGIE

16. DSM vychází mj. z předpokladu nízké míry přeshraniční cirkulace evropských audiovizuálních obsahů v rámci EU, ekonomické i kulturní dominance obsahů amerického původu na evropských trzích a výsledného omezení kulturní diverzity. Aktuální výzkumy ukazují, že tyto obavy nejsou neodůvodněné a že slabá konkurenceschopnost evropské audiovizuální kultury se od doby zahájení diskusí o tzv. kulturním imperialismu a jednosměrných kulturních tocích, tedy od 70. let 20. století, nijak nezlepšila, spíše naopak. Podle závěrů dosud nejkompexnějšího komparativního výzkumu přeshraniční cirkulace v EU jsou pouze 2 % evropských filmů schopná konkurovat méně početné, ale mnohem žádanější nabídce amerických studií, televizních sítí a VOD platform. Přeshraniční distribuci a tržbám nenárodních evropských filmů dominuje pět největších zemí, tedy Velká Británie, Francie, Německo, Itálie a Španělsko, přičemž nejúspěšnější jsou velkorozpočtové série kofinancované americkým kapitálem a distribuované americkými studii (série filmů o Harry Potterovi či Jamesi Bondovi), v druhé řadě mainstreamové „feel good“ filmy, typicky z Francie (*Nedotknutelní*), a nakonec filmy výrazných autorských režisérů. Pokud uspěje film z východní Evropy, jde obvykle o artový snímek se silnou autorskou vizí a mezinárodně sdělným, kontroverzním tématem (polská *Ida*). Obecně platí, že koprodukce cestují přes hranice minimálně dvakrát častěji (v kinodistribuci) než plně národní tituly.²⁰
17. Exportní potenciál je nejnižší v menších zemích s handicapem silné kulturní a jazykové specifčnosti, tedy ve střední a východní Evropě. Drtivá většina tamní produkce je ve své cirkulaci a tržbách omezena na národní trhy, případně na trhy jazykově či kulturně spřízněných zemí. I český audiovizuální trh patří k malým národním trhům EU (odborná literatura obvykle stanoví hranice malého trhu na 100 tis. až 18 mil. obyvatel), což samo o sobě přináší specifické předpoklady a bariéry pro přeshraniční cirkulaci audiovizuálního obsahu a pro obchodní modely domácích distributorů i producentů. Existující studie o audiovizuálním exportu ukazují na systémové konkurenční nevýhody malých trhů, spočívající především v omezených finančních zdrojích na vývoj a výrobu, v nedostatečné zásobě mezinárodně uznávaných tvůrců a herců, větší závislosti na importu z větších zemí, zranitelnosti vůči chování zahraničních investorů a mezinárodních regulátorů a také v nedostatečné kapacitě k pokrytí vložených nákladů z domácí distribuce a k akumulaci prostředků pro mezinárodní marketingové kampaně.²¹
18. Mezi neekonomické limity malých trhů patří především jazyková a kulturní specifčnost, tedy zakotvenost filmových příběhů v domácí kultuře, která posiluje faktor rezistence zahraničních publik (viz teorie takzvané kulturní slevy: publika dávají přednost domácí tvorbě nebo produkci nevykazující prvky rušivé kulturní specifčnosti, tedy především americké). Specifické postavení mezi malými trhy mají ty, které pojí historické, kulturní nebo jazykové vazby se sousedními teritorii. Malé mediální trhy se obvykle vyznačují vyšší mírou státního protekcionismu, protože kultura a média jsou zde považovány za prostředky budování národní identity a suverenity. Tím se dále posiluje národní orientace filmové produkce, oslabuje se její exportní potenciál, a nepřímě

20 Viz Higson, Andrew, The Circulation of European Films Within Europe. *Comunicazioni Sociali*. 2018, č. 3, s. 306–323.

21 Viz Alaveras, Georgios – Gomez-Herrera, Estrella – Martens, Bertin, Cross-border Circulation of Films and Cultural Diversity in the EU. *Journal of Cultural Economics*. 2018, č. 42, s. 645–676.

se tak podporuje i závislost malých trhů na importu z větších zemí, především z USA, kterým malí exportéři nejsou schopni konkurovat.²²

19. V případě ČR je výrazným limitem exportu hlavně jazyk, protože není šířeji srozumitelný v žádném zahraničním teritoriu kromě Slovenska, kam lze do určité míry audiovizuální díla distribuovat bez standardní lokalizace, tj. bez titulků či dabingu v národním jazyce. Česká republika tvoří se Slovenskem nejtěsněji provázaný geokulturní (geolingvistický) trh EU ve smyslu vzájemné závislosti v oblasti exportu audiovizuálních obsahů. Jako společný trh je Česko a Slovensko vnímáno i distributory, kteří často kupují licence pro obě teritoria současně a snaží se synchronizovat distribuční nasazení do jednotlivých oken. Podíl Slovenska na celkovém českém exportu v kinodistribuci v letech 2011–2015 činil 64 %, v opačném směru byla závislost ještě vyšší: 71 % exportu slovenských titulů v kinodistribuci směřovalo do ČR (vzájemná závislost na Slovensku se projevovala i v exportu prostřednictvím TVOD, byť mnohem mírněji: na úrovni 12 %).²³ Tyto toky a bariéry přeshraniční cirkulace, typické pro malé audiovizuální trhy střední a východní Evropy, podmiňují postoje lokálních distributorů a producentů k teritoriálnímu licencování a DSM a odlišují je od velkých evropských exportérů. V souvislosti s diskusí o zavedení jednotného digitálního trhu v EU se producenti soustředí primárně na Slovensko, kde si chtějí zajistit kontrolu nad distribučním nasazením svých titulů, a distributoři na dostupnost zahraničních, především amerických, filmů, nikoli na export českých obsahů.
20. Výzkumným cílem první části je rekonstrukce postojů distributorů a poskytovatelů audiovizuálních online služeb v České republice, tj. vybrané skupiny reprezentantů malého audiovizuálního trhu, vůči koncepci DSM. Zajímalo nás, zdali se jejich postoje k DSM liší od postojů evropských asociací sdružujících reprezentanty audiovizuálního průmyslu (EFADs, CEPI, FIAPF).²⁴ Rekonstrukce postojů lokálních distributorů nám umožní odpovědět na výzkumnou otázku, v jakém ohledu jsou koncepcí DSM ohroženi aktéři malého audiovizuálního trhu a zdali tato koncepce poskytuje pro určité skupiny aktérů audiovizuálního pole rovněž nějaké příležitosti a výhody.
21. Rekonstrukce postojů se zakládala na analýze kvalitativních dat, která byla sbírána v letech 2016 až 2018 prostřednictvím série polostrukturovaných rozhovorů s vybranými poskytovateli audiovizuálních děl v ČR. Výzkumný vzorek zahrnoval čtyři typy aktérů podílejících se na digitální distribuci audiovizuálních děl: (1) poskytovatele služeb videa na vyžádání (VOD);²⁵ (2) distributory, kteří kromě dalších distribučních kanálů (kino, TV, DVD) využívají k šíření obsahu rovněž služby videa na vyžádání, a to prostřednictvím obchodního modelu založeného na jednorázové platbě za obsah (TVOD), předplatném (SVOD) či reklamě (AVOD);²⁶ (3) provozovatele televizního vysílání s online službami, které mají doplňkový charakter vůči lineárnímu vysílání (služba zpětného

22 Jones, Huw D., Introduction: The Media in Europe's Small Nations. In: Jones, H. D. (ed.). *The Media in Europe's Small Nations*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2014, s. 1–18.

23 Viz Grece, Christian, *The Circulation of EU Non-national Films. A Sample Study: Cinema, Television and Transactional Video On-demand*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017.

24 Shrnutí postojů asociací sdružujících zástupce filmových fondů v jednotlivých členských zemích, evropské producenty a distributory viz v Szczepanik, Petr – Zahrádka, Pavel (eds.), *Mapa audiovizuálního pole v České republice z hlediska digitalizace a strategie jednotného digitálního trhu v České republice*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2018, s. 63–76.

25 Banaxi, O2 Czech Republic, Seznam, Google.

26 Bontonfilm, CinemArt, Aerofilms, Doc Alliance Films, Film Europe, Bioscop, AČFK, Artcam Films.

zhlédnutí, simultánní online vysílání);²⁷ (4) poskytovatele služeb přenosu vysílání nabízející rovněž služby videa na vyžádání (VOD).²⁸ Okruh respondentů byl v případě lokálních distributorů a poskytovatelů samostatných VOD služeb strukturován tak, aby zahrnoval nejvlivnější reprezentanty opačných pólů audiovizuálního pole, tj. distributory či šířitele komerční (americké studiové filmy, novější česká tvorba, vlastní tvorba) i okrajové (artové, dokumentární či žánrově vymezené) audiovizuální produkce.

22. Otázky kladené respondentům se týkaly jejich názorů na přeshraniční přenositelnost audiovizuálních online služeb a přeshraniční dostupnost audiovizuálních děl, významu teritoriálních licencí a zeměpisného blokování pro obchodní modely audiovizuálního průmyslu, překážek mezinárodní cirkulace evropských (českých) audiovizuálních děl a jejich postoju k legislativním návrhům.
23. V souvislosti s problémem přeshraniční dostupnosti audiovizuálního obsahu jsme s respondenty diskutovali o třech modelových scénářích pro vytvoření jednotného digitálního trhu, tedy o: (1) povolení tzv. pasivního prodeje u poskytovatelů audiovizuálních online služeb; (2a) rozšíření zásady země původu na doplňkové online služby televizních vysílatelů; (2b) rozšíření zásady země původu na veškeré audiovizuální online služby.
24. (1) Podle modelu pasivního prodeje je poskytovatel audiovizuální online služby povinen vypořádat práva pouze pro teritoria, ve kterých aktivně propaguje a nabízí obsah. Zároveň však může vyhovět požadavku na zakoupení služby či obsahu vznesenému spotřebitelem z nelicencovaného teritoria, ve kterém své služby aktivně nenabízí. Jinak řečeno, stávající praxe prodeje audiovizuálních děl na základě teritoriálních licencí je doplněna zákazem blokování přístupu k obsahu z území, pro která poskytovatel služby nemá práva vypořádána.
25. (2) Modelový scénář uplatnění zásady země původu na vypořádání práv k šíření děl prostřednictvím audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání umožňuje poskytovateli služby, který chce svůj obsah nabídnout spotřebitelům i v ostatních členských zemích, popř. v celé EU, aby tak učinil na základě nákupu pouze jedné licence pro členský stát, kde má hlavní místo podnikání. Je-li tento scénář kombinován se zákazem smluvního teritoriálního omezení výkonu práva, vytváří panevropský prostor pro poskytování audiovizuálních online služeb a odstraňuje fragmentaci audiovizuálního trhu podle hranic národních států.
26. Výzkumným cílem druhé části je zasadit postoje respondentů (distributorů a poskytovatelů audiovizuálního obsahu v České republice) do širšího právního rámce, ve kterém operují audiovizuální online služby, a objasnit důsledky, které by navrhovaná reforma právních norem v rámci strategie pro vytvoření jednotného digitálního trhu mohla mít pro fungování obchodních modelů audiovizuálního průmyslu. Metodologicky tedy odpovědi respondentů podrobujeme právní analýze a podřazujeme je pod platné právní normy s výhledem *de lege ferenda* (tj. jak bude stávající právní stav do budoucna ovlivněn strategií DSM).

27 Prima, Česká televize.

28 Skylink, UPC, DIGI CZ.

4. POSTOJE DISTRIBUTORŮ A POSKYTOVATELŮ AUDIOVIZUÁLNÍHO OBSAHU V ČESKÉ REPUBLICE K DSM

27. Odpovědi respondentů jsme rozčlenili do pěti základních kategorií podle předem zvolených témat polostrukturovaných rozhovorů zaměřených na zjišťování jejich postojů ke strategii jednotného digitálního trhu.

4.1 PŘESHRAŇIČNÍ PŘENOSITELNOST AUDIOVIZUÁLNÍCH ONLINE SLUŽEB

28. Nařízení o přeshraniční přenositelnosti online služeb je účinné od 20. března 2018 a zvyšuje uživatelskou přívětivost audiovizuálních online služeb poskytovaných za úplatu v tom smyslu, že je předplatitelé mohou užívat i během dočasného pobytu v zahraničí, resp. mimo území, pro které poskytovatel služby drží licenci k nabízenému obsahu.²⁹ Nařízení postuluje prostřednictvím institutu právní fikce, že k poskytování služby a jejímu užívání dochází pouze v členském státě bydliště uživatele služby, tj. dočasné užívání online služby v jiném členském státě je v souladu s nařízením pojmáno jako užívání v členském státě, pro které má šířitel obsahu zakoupenou licenci. Šířitel obsahu (tj. uživatel v právním slova smyslu) proto již nemusí z obavy před porušením autorských práv, resp. licenčních ujednání, blokovat přístup ke své službě předplatitelům, kteří dočasně vycestují za hranice licencovaného území.
29. Naši respondenti v zásadě považovali nařízení za akceptovatelný ústupek vůči požadavkům Evropské komise na vytvoření DSM. Nařízení totiž respektuje zavedenou obchodní praxi a teritoriální fragmentaci trhu, resp. nenarušuje teritoriální monopol majitele exkluzivní teritoriální licence (šířitele obsahu). Neshody panovaly pouze v otázce nastavení verifikačních mechanismů místa bydliště uživatele služby.
30. Poskytovatelé služeb operující pouze v jednom členském státě, tj. bez možnosti cenové diskriminace napříč členskými státy EU, byli v průběhu diskuse týkající se nastavování verifikačních mechanismů, které v důsledku zaručí přenositelnost služby rovněž pro dlouhodobě usazené cizince či předplatitele služby, kteří vlastní účet či nemovitost v daném členském státě (vlastnictví bankovního účtu, nemovitosti či úhrada licenčního poplatku za jiný typ služby, jako je například nájem či mobilní tarif), benevolentnější. Důvodem jejich postoje je zájem na minimalizaci nákladů vynaložených na verifikaci místa bydliště uživatele služby, protože v důsledku přeshraniční přenositelnosti služby neočekávají zvýšený zájem nových předplatitelů a vzhledem k zaměření jejich katalogové nabídky na lokální publikum (obsah v českém jazyce či dabovaný obsah) nepředpokládají, že by spotřebitelé z jiných zemí obcházeli verifikační mechanismy za účelem trvalého užívání služby ze zahraničního teritoria.
31. Naopak poskytovatelé audiovizuálních online služeb na větším počtu území upřednostňovali striktnější verifikační mechanismy (omezení doby trvání „dočasné přítomnosti v jiném členském státě, než je členský stát bydliště“; zápis do místních voličských seznamů apod.). Nařízení

29 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1128 ze dne 14. června 2017 o přeshraniční přenositelnosti online služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.

by podle tohoto scénáře umožňovalo přeshraniční přenositelnost audiovizuálních online služeb pouze pro turisty a krátkodobě usazené cizince. Důvodem prosazování přísnějších verifikačních nástrojů byla obava, že spotřebitelé ze zemí s dražší službou by mohli – pokud by obešli slabé verifikační mechanismy – začít užívat levnější službu nabízenou v jiném členském státě. Otevřením účtu streamovací služby nabízené v jiném členském státě a jejím užíváním v domovském teritoriu v souladu s nařízením o přeshraniční přenositelnosti by došlo k narušení principu teritoriality, tj. teritoriálních bariér mezi národními trhy, které jsou pro fungování audiovizuálního průmyslu klíčové.

II 4.2 PŘESHRANIČNÍ DOSTUPNOST AUDIOVIZUÁLNÍHO OBSAHU A VÝZNAM GEOBLOKACE

32. Zajištění lepší přeshraniční dostupnosti obsahu se v rozhovorech s distributory ukázalo jako kontroverzní téma. Přestože distributoři uznávají, že každý nový zákazník služby z teritoria jiného členského státu je pro ně v zásadě ekonomickým přínosem, prolomení exkluzivního teritoriálního monopolu na šíření obsahu by podle nich mělo řadu vedlejších negativních účinků na fungování audiovizuálního průmyslu, které by tuto hypotetickou výhodu eliminovaly: (4.2.1) ztráta teritoriálního monopolu povede jednak k přeshraniční kanibalizaci příjmů generovaných příslušným distribučním oknem a jednak k cenové nedostupnosti prémiových obsahů pro lokální poskytovatele audiovizuálních online služeb; (4.2.2) prolomení teritoriality ohrožuje financování vzniku audiovizuálních děl formou předprodeje práv, zvláště v případě mezinárodních koprodukcí; (4.2.3) zjednodušení vypořádání práv nepovede k lepší mezinárodní cirkulaci evropských děl a vytvoření DSM ohrožuje lokální distributory, kteří hrají důležitou úlohu při propagaci a lokalizaci audiovizuálního díla v rámci národního trhu; (4.2.4) redukce transakčních nákladů spojených s uzavíráním smluv mezi aktéry licenčního řetězce v souvislosti se zaváděním DSM je nepotřebná, posiluje tržní dominanci nadnárodních poskytovatelů VOD služeb na malém trhu a naopak oslabuje postavení menších lokálních distributorů. Navzdory převažujícím výhradám vůči koncepci DSM odhalila analýza dat rovněž názory některých stakeholderů, kteří vůči DSM zaujímalí pozitivní postoj, popř. relativizovali katastrofické scénáře ničujícího dopadu DSM na český audiovizuální trh.

I 4.2.1 Ztráta teritoriálního monopolu a nedostupnost prémiového obsahu

33. Pro evropské distributory, kteří nakupují a lokálnímu publiku zpřístupňují zahraniční audiovizuální obsahy, je důležité teritoriální omezení licence k užití díla. Geoblokace je pro ně nástrojem, který chrání jejich obchodní model, protože jim v případě exkluzivní teritoriální licence zaručuje v rámci licencovaného teritoria distribuční monopol. Poskytovatel licence (producent, resp. distributor či zastupující sales agent) pak díky ní získává jistotu, že dílo bude užíváno pouze v rámci licencovaného teritoria, resp. že exkluzivní licenci pro další teritorium může prodat za výhodnou cenu dalšímu lokálnímu distributorovi.
34. Na rozdíl od evropských asociací sdružujících aktéry filmového průmyslu se nicméně lokální distributoři v souvislosti s přeshraniční dostupností obsahu (s výjimkou slovenského území, viz odstavec níže) neobávají ztráty teritoriálního monopolu, protože pro český trh je signifikantní poptávka pro obsah lokalizovaném v českém jazyce, a to nejlépe formou dabingu. Od přístupu

ke streamovacím službám nabízeným v ostatních členských státech by podle nich převážnou část českých spotřebitelů odradila absence lokalizace obsahu v národním jazyce, platba v cizí měně a komunikace v cizím jazyce. Respondenti se proto neobávají odlivu českých diváků k zahraničním službám s bohatší nebo levnější obsahovou nabídkou. Možnosti přeshraniční nabídky služeb by podle nich využili především spotřebitelé, kteří si obsah doposud pořizují z nelegálních zdrojů. Ve většině případů jde o filmové fanoušky a angažované diváky, kteří nejsou spokojeni s nabídkou lokální filmové distribuce. Tato změna spotřebního chování by tudíž podle vyjádření respondentů neměla mít výrazný dopad na stávající domácí trh.

35. Lokální distributoři se ztráty teritoriálního monopolu obávají především v souvislosti s dostupností služeb na českém a slovenském audiovizuálním trhu vzhledem k jazykové a kulturní blízkosti obou zemí. Tuto obavu ovšem oslabuje fakt, že většina z našich respondentů pracuje s českým a slovenským trhem jako jednotným a licence nakupuje pro obě země jako pro jeden celek. To znamená, že lokální distributoři mají kontrolu nad šířením obsahu v obou teritoriích. Jednotný digitální trh proto neohrožuje distributory obsahu v ČR, kteří nakupují licence pro oba trhy současně a distribuci obsahu dokážou synchronizovat tak, aby v rámci sjednoceného digitálního trhu nedocházelo k překrývání odlišných typů distribučních oken, tj. dokážou zabránit tomu, aby byl obsah na Slovensku dostupný v rámci služby VOD, zatímco v ČR bude teprve uváděn do kin.
36. Oddělení obou jazykově a kulturně spřízněných trhů je naopak klíčové pro respondenty, kteří nemají zakoupené licence pro šíření obsahu v obou teritoriích, nicméně v nich své služby nabízejí, popř. své služby nabízejí pouze v rámci jednoho národního trhu, ale přeshraniční dostupnost stejného obsahu z jazykově příbuzného teritoria je poškozují. Příkladem jsou komerční poskytovatelé volně šířeného televizního vysílání (TV Prima, TV Nova), kteří nemají zakoupené licence pro šíření obsahu v obou teritoriích (v ČR a na Slovensku), nicméně své služby na slovenském, resp. českém, území nabízejí prostřednictvím sesterských televizních stanic. Nedávné spory mezi komerčními vysílateli a provozovateli kabelového či satelitního přenosu televizního vysílání (Skylink, DIGI CZ, UPC) ukazují, že blokování satelitního příjmu českých televizních stanic na Slovensku a naopak je z hlediska ochrany obchodních modelů vysílatelů důležité. Satelitní přenos českých televizních stanic, které jsou na Slovensku oblíbené, totiž vytvářel slovenským stanicím konkurenci a připravoval je o sledovanost, resp. o příjmy z reklamy. Jinak řečeno, důvodem obavy slovenských vysílatelů je nebezpečí přeshraniční kanibalizace příjmu při vysílání akvizičního pořadu (např. zahraničního filmu) v případě, že je tento pořad divákům na Slovensku dostupný dříve právě prostřednictvím služeb kabelového či satelitního operátora, protože byl již odvysílán českým vysílatelem. Kromě toho docházelo rovněž k porušení práv souvisejících s právem autorským. Pokud operátoři na Slovensku uskutečňovali přenos signálu českého vysílatele bez jeho souhlasu, dopouštěli se zásahu do práva českého vysílatele k jeho vysílání.
37. Distributoři se dále shodují v názoru, že přeshraniční kanibalizací příjmů bude ohrožena především distribuce obsahů v široce rozšířených jazycích a přenosy sportovních událostí, pro jejichž recepci není jazyková složka tak významná. Možnost přeshraničního přístupu k obsahu proto ohrožuje především ekonomické zájmy majitelů práv na přenosy sportovních událostí a americká filmová studia, popř. evropské producenty audiovizuálních děl v anglickém jazyce či distributory

obsahu na jazykově příbuzných, nicméně teritoriálně oddělených trzích, na kterých operují dva na sobě nezávislí lokální distributoři.

38. Lokální distributory, jejichž obchodní strategie je založena na nákupu zahraničních audiovizuálních děl, ohrožuje – spíše než ztráta teritoriálního monopolu – zvýšení ceny licencí u premiových obsahů. Lokální distributoři se obávají, že pro řadu z nich by se premiový audiovizuální obsah stal v rámci jednotného digitálního trhu cenově nedostupný. Panevropské licence pro ně navíc nemají význam, protože své obchodní aktivity orientují pouze na domácí trh a nemají zájem o distribuci obsahu na trzích v jiných členských státech. Zároveň neočekávají ekonomicky relevantní zájem o svoji online nabídku z jiných členských států, ze strany krátkodobých či dlouhodobých migrantů, popř. zájemců o českou kulturu a jazyk. Důsledkem sjednoceného trhu by tudíž podle nich byla nabídka, která by vzhledem k absenci lokalizovaného zahraničního obsahu byla chudší nebo výrazně opožděná za premiérou zahraničního filmu. Jiným důsledkem by mohl být producenty vynucený dabing zahraničních obsahů, který je finančně podstatně nákladnější než titulkování. Výsledkem by byla nižší atraktivita, a tudíž i konkurenceschopnost lokálních audiovizuálních online služeb ve vztahu ke globální či zahraniční konkurenci. V horším případě by mohlo docházet k tomu, že zahraniční producenti budou při prodeji licencí požadovat vyjmutí práv na online distribuci z balíků práv, tj. k exkluzi celého tohoto distribučního okna ohrožujícího hodnotu licence pro šíření obsahu v ostatních členských státech.
39. Do skupiny respondentů, kteří k vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě zaujímali pozitivní či neutrální postoj, patří (a) nadnárodní poskytovatelé audiovizuálních online služeb, jejichž ambicí je obsluhovat větší počet území, nežli je jen česko-slovenský trh; (b) šířitelé online obsahu, kteří jsou zároveň jeho producenty, jako například internetová firma Seznam provozující prostřednictvím obchodního modelu AVOD s využitím product placementu online portál Stream s nabídkou profesionálního krátkoformátového videoobsahu; (c) distributoři se specifickým obchodním modelem, který by byl udržitelný i v rámci DSM; (d) poskytovatelé služeb satelitního přenosu televizního vysílání.
40. (a) Zástupci společnosti Google reprezentující nadnárodního poskytovatele audiovizuální online služby (Google Play) se stavěli k DSM bez geoblokačních bariér pozitivně. Cílem společnosti je využít současné technologie, které umožňují přenos digitálních obsahů s velmi nízkými logistickými náklady napříč teritorií, a nabídnout je co možná nejširšímu okruhu spotřebitelů na celém světě. Zjednodušení procesu vypořádání práv je proto v souladu s obchodními cíli společnosti.
41. Přestože nákup licencí pro šíření obsahu v jednotlivých členských zemích představuje pro společnost Google vysoké transakční náklady,³⁰ její obchodní model se dokázal nejen přizpůsobit

30 I když se globálnímu portálu podaří například zakoupit celoevropskou licenci a redukovat tím počet transakcí, je povinen vypořádat práva k filmové hudbě pro každé teritorium zvlášť s kolektivními správci v příslušné zemi, příp. na základě panevropské licence vybraného kolektivního správce nebo – dnes preferenčně – prostřednictvím agregátorů online práv, tzv. licenčních hubů, jako je ICE nebo Armonia. S novým fenoménem těchto licenčních organizací se vynořuje i zcela nový problém v licencování hudby – teritoriální roztržitost licencí pro panevropskou distribuci jednoho a téhož obsahu nahrazuje roztržitost repertoáru podle majitelů práv, což znemožňuje dosažení deklarovaného politického cíle jednoho místa kontaktu pro pořízení panevropské licence (*one-stop-shop*). Podrobněji k současným problémům přeshraničního licencování hudby srov. Leška, Rudolf, *Globalization of Collective Rights Management and the Role of National CMOs*. In: Synodinou, Tatiana Eleni (ed.). *Pluralism or Universalism in International Copyright Law*. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 2019 (v přípravě).

pravidlům fungování audiovizuálního trhu, ale dokonce z nich vytvořit konkurenční výhodu vůči lokálním širitelům obsahu. Přestože by zjednodušení vypořádání práv pro online distribuci audiovizuálních děl nahrávalo podle názoru lokálních distributorů poskytovatelům nadnárodních audiovizuálních online služeb z USA (Google Play, iTunes, Netflix či Amazon), vysoké transakční náklady spojené s vypořádáváním online práv pro každé teritorium zvláště – v případě, že licence jsou rozprodány distributorům v jednotlivých teritoriích – zároveň posilují jejich dominantní postavení na evropském trhu. Globální online portály totiž disponují rozsáhlými právními službami, s jejichž pomocí si s problémem fragmentovaného trhu a teritoriální fragmentace autorského práva v EU dokážou poradit.³¹ Evropské poskytovatele audiovizuálních online služeb může tato skutečnost naopak odradit od záměru stát se distributorem s celoevropskou působností. Nadvláda globálních platforem z USA na evropském trhu tedy nesouvisí přímo s výší transakčních nákladů vynaložených na vypořádání autorských práv, ale s jedinečností jejich obchodního modelu, širokou spotřebitelskou základnou a velkým objemem ekonomického kapitálu, který někteří poskytovatelé obsahu investují nejen do nákupu celosvětových licencí, ale i do tvorby vlastního prémiového obsahu (např. Netflix, HBO GO). Transakční náklady spojené s nákupem licencí jsou navíc redukovány agregátory práv, kteří se specializují na nákup online práv k rozsáhlým knihovnám s digitálním obsahem, která pak nabízejí nadnárodním VOD portálům.

42. (b) Producenti a širitelé vlastního obsahu určeného pro lokální publikum byli k reformním návrhům lhostejní, protože původní obsahy mohou šířit globálně či multiteritoriálně již nyní, aniž čelí jakýmkoliv transakčním nákladům při uzavírání licenčních smluv.³² Dodejme, že v nynější podobě má směrnice o online vysílání, která v rámci audiovize platí pouze ve vztahu k vysílání zpravodajských pořadů a vlastních produkcí plně financovaných televizním vysílatelem, na audiovizuální průmysl malý praktický dopad. Vysílací organizace, která vyráběla vlastní televizní pořad, totiž vykupovala již za stávajícího stavu k předmětům ochrany zařazeným do pořadu práva pro území celého světa (snad s výjimkou hudby a zvukových záznamů vydaných k obchodním účelům a na nich zaznamenaným uměleckým výkonům).
43. (c) Přestože u většiny lokálních distributorů převažoval nezájem, resp. obava z vytvoření DSM, distributoři, jejichž obchodní model byl z velké části nezávislý na online distribuci, zaujímali k vytvoření DSM neutrální postoj. Příkladem je agregátor práv a distributor festivalových filmů, společnost Film Europe, která se svou nabídkou festivalového filmu v současnosti expanduje na zahraniční evropské trhy (Belgie, Nizozemí a Lucembursko) prostřednictvím partnerství s tamními poskytovateli VOD služeb a satelitními operátory. Obchodní model Film Europe spočívá ve zhodnocování kurátorsky sestavených skupin titulů prostřednictvím tematicky zaměřených festivalových přehlídek, pořádaných v českých a slovenských kinech, televizního vysílání a VOD portálů.³³ I kdyby vytvoření jednotného digitálního trhu posílilo dominantní postavení globálních

31 Nicméně ani nabídka těchto globálních portálů není napříč teritorií jednotná a některé tituly, pro které se nepodařilo vypořádat práva pro dané území, v nabídce chybí. Více viz Fontaine, Gilles – Grece, Christian, *Origin of films and TV Content in VOD Catalogues in the EU & Visibility of Films on VOD Services*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016.

32 Respondenti si nicméně pravděpodobně nebyli vědomi toho, že v případě celoevropské či globální distribuce vlastních audiovizuálních obsahů mají povinnost vypořádat práva k hudbě užitě v audiovizuálním díle s kolektivními správci v zemi, kde svůj obsah zpřístupňují.

33 B2Can, nejznámější koncept Film Europe, nabízí výběr soutěžních (a často také vítězných) filmů z festivalů v Berlíně, Cannes a Benátkách.

audiovizuálních online služeb, společnost Film Europe neztratí podle vyjádření svého ředitele pozici na trhu, protože bude pro globální streamovací portály plnit důležitou kurátorskou úlohu z hlediska výběru a propagace skupin artových titulů a aktivní tvorby jejich digitálního publika. Tato nezastupitelná kurátorská úloha Film Europe se odvíjí od její silné pozice již na úrovni nákupu obsahu, a to díky schopnosti rozpoznat a zakoupit práva k vítězným dílům dříve, než budou oceněna festivalovou porotou.

44. (d) Poskytovatelé satelitního přenosu vysílání se v zásadě staví proti uplatňování geoblokačních bariér vůči spotřebitelům.³⁴ Jejich argumentace coby poskytovatele technologické infrastruktury pro přenos audiovizuálních děl je podobná argumentaci společnosti Google, která audiovizuální díla nabízí prostřednictvím technologie internetu. Vzhledem k celoevropskému dosahu satelitního signálu je v obchodním zájmu operátorů, aby si jejich službu mohl předplatit co největší počet zákazníků. Jedinou podmínkou pro užívání služby je zakoupení dekodovací karty pro příjem satelitní televizní služby. Podle vyjádření představitel společnosti Skylink zákazník nelze při nákupu dekodovací karty diskriminovat na základě jejich národnosti či místa bydliště: „Volný pohyb zboží a služeb má vyšší prioritu než omezení z pohledu autorského zákona.“³⁵ Spotřebitelé by měli mít možnost užívat předplacenou službu bez ohledu na místo svého fyzického výskytu (samozřejmě pod podmínkou, že dané území je pokryto satelitním signálem či internetovou sítí), které je v případě příjmu satelitního vysílání – na rozdíl od internetového přenosu – technicky nemožné kontrolovat. Poskytovatelé služeb přenosu vysílání kromě toho operují v odlišném právním rámci než ostatní aktéři licenčního řetězce. Práva k přenosu vysílání vypořádávají nikoliv s majiteli autorských práv (producenty), ale s kolektivním správcem v členském státě, pro jehož území chtějí práva vypořádat (tzv. povinná kolektivní správa),³⁶ tj. jejich obchodní strategie není založena na teritoriální exkluzivitě obsahu, ale na co možná nejširší či nejatraktivnější nabídce obsahu.

I 4.2.2 Význam teritoriální exkluzivity pro filmové koprodukce

45. Přeshraniční dostupnost obsahu bez teritoriálních bariér, jak ji implikuje nejradikálnější scénář DSM, by podle vyjádření distributorů podílejících se na výrobě audiovizuálních děl ohrozila jejich investice, protože ty se opírají o předprodej exkluzivních teritoriálních práv. Nemožnost kontrolovat šíření obsahu ve vymezeném teritoriu by snížila jejich ochotu investovat do tvorby díla, a tudíž by vedla k poklesu počtu vytvořených audiovizuálních děl. Zvláštní pozici v tomto ohledu zaujímají mezinárodní koprodukce, do kterých zahraniční koproducenti a jejich lokální partneři (distributoři, vysílatelé) vstupují výměnou za exkluzivní distribuční práva ve vlastním teritoriu nebo i v dalších zahraničních teritoriích. Jak bylo uvedeno výše, mezinárodní koprodukce jsou zásadním faktorem přeshraniční cirkulace, protože přinášejí nenahraditelnou možnost navyšování rozpočtů, produkčních hodnot, a tím i exportního potenciálu českých

34 V tomto postoji se nicméně – jak se zdá – čeští provozovatelé satelitního přenosu odlišují od svých západoevropských protějšků, kteří naopak za právo parcelovat vnitřní trh použitím prostředků geoblokace dlouhodobě bojovali (srov. rozsudek Soudního dvora EU ve věci C-604/10 Football Dataco a další v. Yahoo UK Limited a další; případně též soutěžní šetření Evropské komise ve věci licenčních ujednání mezi Sky UK a hollywoodskými studii; viz kap. 6)

35 Rozhovor s Jaromírem Glisníkem, Ostrava, 27. listopadu 2018.

36 Výjimkou jsou práva k samotnému vysílání („signálu“), která musejí operátoři satelitního či kabelového přenosu vysílání získat smluvně přímo od vysílatelů.

audiovizuálních děl. Kdyby docházelo k prostorově neregulovanému přeshraničnímu šíření, byť jen formou přenosu televizního vysílání (ať už po drátě³⁷, či nikoli) či pasivního prodeje VOD nabídky ze sousední země před premiérou koprodukčního titulu v domácím teritoriu, vzniklo by riziko takzvané kanibalizace očekávaných příjmů v domácím teritoriu a koproducent by ztratil motivaci k minoritnímu vstupu do zahraničního projektu. Jinak řečeno, úspěch uvedení titulu v jedné zemi může „ujídat“ diváckou pozornost, a tím i tržby majitelů práv z uvedení téhož titulu v druhé zemi. Vzhledem k blízkosti národních jazyků je tento problém nejpalčivější u česko-slovenských koprodukcí, které zároveň představují nejčastější typ koprodukcí v české audiovizuální tvorbě a pro které je důležité kofinancování z veřejných prostředků (podpůrné fondy a veřejnoprávní média v ČR a SR).

46. Ohrožení mezinárodních koprodukcí, resp. nebezpečí kanibalizace příjmu generovaného distribučním oknem, kterou by hypoteticky mohla způsobit přeshraniční dostupnost obsahu, v česko-slovenském kontextu mírní možnost úpravy koprodukčních smluv, v nichž se koproducenti zaváží k uplatnění holdbacků či synchronizaci distribučních oken v příslušných členských zemích. Otázkou ovšem zůstává, zda tuto možnost, kterou – vzhledem ke skutečnosti, že řada distributorů působí na obou trzích současně a práva na obsah nakupuje pro obě teritoria zároveň, tj. dokáže synchronizovat paralelní distribuci obsahu na obou trzích – nabízí česko-slovenský trh, nabízejí i ostatní geografické klastry trhů, tvořené jazykově a kulturně spřízněnými zeměmi (jako například Francie a Belgie či Německo a Rakousko).

I 4.2.3 Přeshraniční cirkulace (českých) audiovizuálních děl

47. Podle respondentů nebrání teritorialita autorského práva mezinárodní distribuci evropských děl a rovněž není příčinou teritoriální fragmentace nabídky. Zjednodušení vypořádání práv proto nepovede k větší mezinárodní cirkulaci evropských děl. Pokud je to v ekonomickém zájmu producentů, mohou totiž distributorovi prodat multiteritoriální licenci pro celou Evropu (a někteří nezávislí producenti tak v menšině případů také činí). Překážkou pro vstup na zahraniční trh není teritoriální odlišnost autorského práva vzhledem k vysoké míře harmonizace majetkových práv, ale náklady vynaložené na lokalizaci obsahu v příslušném národním jazyce a na jeho marketing vzhledem k preferencím lokálního publika. Obchodní praxe se nicméně ve většině případů od možnosti prodeje multiteritoriální licence odchyluje. Důvody jsou tržního rázu: 1) Nedostatečná poptávka po obsahu v určitém teritoriu v důsledku kulturní a jazykové odlišnosti a odlišných spotřebitelských preferencí nezaplátí transakční náklady, které by poskytovatel audiovizuální online služby musel vynaložit na nákup licence a lokalizaci obsahu. 2) Prodej monoteritoriální licence lokálním distributorům, kteří znají lokální trh a dokážou nejlépe připravit propagační kampaň a uvedení obsahu do distribuce, je výhodný z hlediska maximalizace ekonomického zisku, resp. redukuje obchodní nejistotu producentů spojenou s neznalostí daného trhu. 3) Součástí obchodní strategie producenta prémiového obsahu je uchování komerční hodnoty licence pro další teritoria, resp. možnost jejího prodeje lokálnímu distributorovi v novém teritoriu. Aby se zabránilo poškození komerční hodnoty licence k užití díla v dalších teritoriích,

37 Terminologické vysvětlení zasluhuje pojem kabelového přenosu, který dle definice autorského zákona (resp. směrnice 93/83/EHS) zahrnuje též bezdrátový přenos mikrovlnným systémem. Proto preferujeme užívání pojmů přenosu po drátě a bezdrátového přenosu, které mají jasný právní význam.

zavazují se distributoři při podpisu licenční smlouvy k tomu, že licencované dílo nebudou nabízet spotřebitelům v jiných členských zemích, pro které nemají zakoupenou příslušnou licenci. 4) Systém veřejné podpory filmové produkce nemotivuje podle vyjádření některých lokálních distributorů producenty, jejichž obchodní model je založen na získávání grantové podpory pro natočení filmu, investovat větší úsilí do mezinárodní distribuce titulu. Producenti spíše usilují o získání podpory pro realizaci dalšího projektu. Veřejná podpora distribuce a propagace je podle respondentů oproti podpoře produkce disproporčně nízká a nezaměřuje se speciálně na export.³⁸

I 4.2.4 Nebezpečí nadvlády nadnárodních poskytovatelů VOD služeb na malém trhu

48. Většina našich respondentů – lokálních distributorů – obchoduje s audiovizuálním obsahem pouze v českém a slovenském teritoriu a příslušné teritoriální licence nakupuje přímo od producentů či agregátorů práv, tj. nečelí problému vysokého počtu transakcí nutných pro vypořádání autorských práv pro příslušné teritorium či informačním nákladům spojeným s identifikací smluvní strany.³⁹ Snížení transakčních nákladů při vypořádání práv – uplatněním zásady země původu na audiovizuální online služby – nemá proto pro lokální distributory žádný přínos. Naopak by podle většiny respondentů mohlo posílit velké globální hráče (Netflix, Amazon, Apple, Google), protože ti jako jediní chtějí obsah dodávat do všech teritorií, mají dostatek prostředků na dražší tituly a nákup pouze jedné celoevropské licence by redukoval jejich transakční náklady na vypořádání práv.
49. Kromě toho by se globální online portály nabízející své služby na panevropském digitálním trhu mohly pro producenty a sales agenty stát nejatraktivnějšími smluvními partnery, kteří si mohou dovolit investovat do nákupu celoevropské licence, protože disponují potřebným finančním kapitálem a zakoupenou licenci k užití díla dokážou zhodnotit napříč členskými státy EU. Teritoriální fragmentace audiovizuálního trhu naopak podle českých distributorů chrání lokální audiovizuální služby před konkurenčním tlakem Netflixu, který – pokud chce stejný obsah nabízet ve všech členských státech EU a pokud nezakoupil přímo od producenta celoevropskou licenci – musí online práva vykupovat od lokálních distributorů v jednotlivých teritoriích. Tím je chráněn tradiční model sekvenční distribuce, který lokální distributoři preferují. Současná praxe, jak ji lze vyčíst z katalogů nadnárodních portálů a jak ji v rozhovorech reflektovali producenti a sales agenti, ovšem odhaluje odlišný přístup k přeshraniční online distribuci podle typu VOD. Akvizice lokálního obsahu probíhá velmi odlišně u nadnárodních SVOD a TVOD služeb: Největší prestiž a marketingovou podporu nabízí HBO Europe (distribuuje v současnosti primárně do svých 17 evropských teritorií), která také nejčastěji spolupracuje přímo s domácími producenty, ale důsledně uplatňuje vlastní kritéria kvality, a proto je pro většinu producentů nedostupná.

38 Disproporčnost mezi podporou produkce a distribuce konstatovalo již Sdělení Komise 2013/C 332/01 o státní podpoře filmů a dalších audiovizuálních děl. Sdělení v reakci na konzultaci Evropské komise k Posouzení státní podpory filmů a dalších audiovizuálních děl z roku 2011 zdůraznilo potřebu vyvážení podpory produkce na jedné straně podporou distribuce a propagace na straně druhé. Viz Evropská komise, Konzultace k posouzení státní podpory filmů a dalších audiovizuálních děl, 20. 6. 2011. Na tradičně nízkou míru (zvláště přeshraniční) podpory distribuce reagují i národní podpůrné programy. Například Polský institut filmového umění (PISE) nabízí program podpory zahraniční distribuce polských (zvláště artových) filmových titulů, které byly již dříve podpořeny ve fázi vývoje nebo výroby. Tento program se zaměřuje rovněž na lepší monitoring mezinárodní cirkulace a tržeb polských titulů. Viz PISE, Programy Operacyjnej Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej na rok 2019. 2019.

39 Obchodně nejvýznamnější výjimku představují dva dominantní distributoři v segmentu home videa, kteří vstoupili do přeshraniční online distribuce českých děl i mimo Slovensko, a to především exploatací TVOD práv: Bonton Film a AQS.

V případě Netflixu, jehož atraktivita v očích domácích producentů rychle stoupá, je hlavní – a zatím prakticky nepřekonatelnou – překážkou nezáměr centrálních akvizitorů daný nízkou mírou mezinárodní atraktivity českého obsahu a zároveň disruptivní přístup ke kinodistribuci (tzn. narušující zavedenou praxi, zvláště tzv. holdback premiérového uvedení filmu v kině), který odrazuje zvláště arthousevé producenty. V případě TVOD portálů Amazon, Google Play a iTunes, které umožňují decentralizovanou neexkluzivní samodistribuci, a tudíž nejnižší vstupní práh pro jinak obtížně exportovatelné domácí tituly, jsou překážkou zase velmi nejisté příjmy (tržby z procentuálních podílů z prodeje jsou obvykle mizivé), nulová marketingová podpora, a tudíž hrozba, že lokální tituly skončí „pohřbeny“ doporučujícími algoritmy portálů, zvláště v případech, kdy online distribuce nenavazuje na uvedení v kinech (což je typický případ českých titulů v USA). S menšími zahraničními VOD portály (k nejčastěji využívaným patří Pantaflax v USA a západní Evropě, Vudu a Tubi v USA, Orange VOD ve Francii) pak čeští producenti a distributoři zatím až na výjimky přímo neobchodují a český titul se do jejich katalogů dostane prakticky jen tehdy, když má zahraničního distributora (což obvykle zároveň znamená, že je mezinárodní koprodukcí se zahraničním sales agentem).⁴⁰

50. Konkurenční boj s globálními hráči na úrovni nákupu obsahu ovšem podle vyjádření lokálních distributorů probíhá již nyní, a to bez ohledu na zavádění DSM. Nicméně i mezi nadnárodními audiovizuálními online službami existují podstatné rozdíly ve způsobu, jakým se zakoupenými licencemi nakládají. Například společnost Amazon při distribuci vlastních i akvizičních filmových titulů respektuje tradiční model šíření audiovizuálního obsahu prostřednictvím postupně se otevírajících oken, přičemž prvním distribučním oknem je uvedení titulu v kinech, které pomáhá společně s marketingovou kampaní vytvářet povědomí o titulu a tím i digitální publikum pro následné zhodnocení titulu v rámci nabídky audiovizuální online služby. Tato distribuční praxe respektuje význam lokálních distributorů a tradičního sekvenčního modelu distribuce z hlediště propagace titulu na lokálním trhu. Spolupráce mezi globálními a lokálními hráči nasvědčuje tomu, že globální videotéky s rozsáhlou nabídkou potřebují pro nabízené tituly získat lokální publika, a jsou to právě lokální distributoři, kteří znají specifika lokálních trhů a mají kurátorskou zkušenost, a proto dokážou – ještě před uvedením filmu na VOD platformě – prostřednictvím dobře zacílené a dramaturgicky připravené distribuce filmu v kinech a na festivalech vytvořit (digitální) publikum. Společnost Netflix naopak tradiční distribuční řetězec vědomě narušuje a zakoupené tituly nabízí globálně prostřednictvím své služby online bez ohledu na jejich kinodistribuci.
51. Někteří lokální distributoři jsou proto k hrozbě vzniku distribučního monopolu či oligopolu amerických gigantů typu Netflix, Amazon či Google skeptičtí. Lokální trhy jsou podle nich natolik odlišné, že distribuce obsahu bude vždy vyžadovat znalost daného trhu (sítě provozovatelů kin, spotřebních návyků, kultury, harmonogramu kalendářního roku), kterou disponují lokální distributoři, popř. lokální zastoupení filmových studií. Služby zaměřené na nabídku velkého množství obsahu se navíc potýkají s problémem nedostatečné lokalizace, kurace a propagace obsahu. Filmoví producenti proto podle vyjádření lokálních distributorů již nyní čelí dilematu, zda obsah

40 K rozdílu mezi přeshraniční SVOD a TVOD distribucí viz Szczepanik, Petr, Channels and Barriers of Cross-Border Circulation in the Era of Online Platforms: A Small-Market Perspective. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.). *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Berlin: Springer, 2020 (v přípravě).

prodají globálnímu portálu s celosvětovou distribucí (Netflix – byť ten ve skutečnosti zatím nejeví o akvizice českého obsahu zájem), ale vystaví se tím nebezpečí, že jejich film zůstane nepovšimnut v množství dalších nabízených titulů, anebo obsah raději nabídnou distributorům v několika vybraných teritoriích, kteří respektují tradiční sekvenční model distribuce a provedou náležitou lokalizaci a propagaci titulu. Producenti, kteří licenci prodají globálnímu VOD portálu, jenž jejich film zpřístupní celosvětově, se podle respondentů zároveň vystavují nebezpečí, že film již neprodají žádnému lokálnímu distributorovi, a to z důvodu chybějící záruky pro zhodnocení jeho investice.

52. Vstup nadnárodních a globálních portálů zaměřujících se na nákup teritoriálně exkluzivních (Netflix, HBO GO) nebo neexkluzivních práv (Amazon, Google Play, iTunes) na český trh v současnosti ohrožuje mainstreamově zaměřené lokální VOD portály. Respondenti ohrožení naopak nevnímají v případě služeb a) s vyhraněnou dramaturgií a silnou značkou (jakou má například Aerofilms nebo Doc Alliance), orientovanou na selekci specifického menšinového obsahu; b) s pevnou základnou předplatitelů, jakou mají v ČR například videotéky poskytovatelů celoplošného televizního vysílání (Voyo) či portály spojené s jinými typy komerčních služeb, např. s IPTV (O2 Videotéka). Ohroženy rovněž nejsou internetové televize produkující vlastní krátkoformátový obsah v režimu AVOD, určený výhradně pro domácí spotřebu na internetu (Stream, Obbod, iDNES KINO, MALL.TV). Úzkoprofilová dramaturgie, těsný kontakt s jasně definovanou uživatelskou základnou nebo naopak napojení na jiné komerční služby, případně původní krátkoformátový obsah pro internet, jsou podle respondentů nejlepší obranou proti globální konkurenci.

5. SHRUTÍ: OBCHODNÍ DŮVODY GEOBLOKACE V AUDIOVIZUÁLNÍM SEKTORU

53. Postoje respondentů odhalily základní mechanismy fungování obchodních modelů audiovizuálního průmyslu na malém trhu. Produkce a distribuce audiovizuálních děl v České republice (a v celé Evropě) je závislá kromě veřejné podpory rovněž na prodeji a nákupu exkluzivních teritoriálních licencí. Teritoriální exkluzivita licence je nástrojem, kterým aktéři hodnotového řetězce eliminují tržní rizika spojená se zhodnocováním audiovizuálních děl, jejichž výroba vyžaduje vysokou finanční investici. Na principu teritoriální exkluzivity jsou pak postaveny i programy podpory filmového průmyslu Evropské unie a národní grantová schémata.⁴¹
54. Teritoriální exkluzivita licence motivuje budoucího distributora k náležité propagaci a lokalizaci díla (výroba titulků, dabing apod.) v rámci licencovaného teritoria a v příslušném národním jazyce. Exkluzivní teritoriální licence kromě toho slouží jako nástroj, s jehož pomocí může producent získat potřebné množství finančních prostředků pro výrobu nákladného audiovizuálního díla, a to výměnou za teritoriálně exkluzivní licenci, kterou poskytuje investorovi, resp. budoucímu distributorovi díla (tzv. předprodej práv). Investor na oplátku získává jistotu, že stejné dílo

41 K přetrvávající závislosti podpory z veřejných zdrojů na modelech vícestranných koprodukcí s teritoriálním dělením práv mezi jednotlivé národní koproducenty a teritoriálních předprodejů práv v jejich územích srov. Poort, Joost – Hugenholtz, Bert – Lindhout, Peter – Til, Gijs van, *Film Financing and the Digital Single Market: Its Future, the Role of Territoriality and New Models of Financing*. Leden 2019. Obdobně též starší výzkum Evropské audiovizuální observatoře: Blázquez, Francisco Javier Cabrera – Cappello, Maja – Grece, Christian – Valais, Sophie, *Territoriality and its Impact on the Financing of Audiovisual Works*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2015.

nebude na daném území nabízeno žádným jiným poskytovatelem audiovizuální služby. Pokud by investor, resp. distributor, tuto jistotu neměl, mohlo by docházet k tomu, že na jeho investičních nákladech do výroby a propagace díla budou parazitovat jiné tržní subjekty.

55. Význam teritoriální exkluzivity ilustruje následující hypotetický příklad. Představme si, že by Česká televize chtěla vyrobit vysokorozpočtový seriál pro mladé diváky, ale k jeho výrobě by neměla dostatek finančních prostředků. Aby je získala, předprodá německému televiznímu vysílateli ZDF vysílací práva pro německy mluvící země. Nákupem licence riskuje ZDF v případě diváckého neúspěchu ztrátu investice. Seriál je nicméně divácky úspěšný a globální VOD služba Netflix se rozhodne koupit licence pro jeho streamování. A protože mladí lidé v Německu sledují seriály raději na portálu této služby, pro televizního vysílatele ZDF to znamená, že navzdory úspěchu nedokáže zajistit návratnost své investice.
56. Geoblokace je technickým prostředkem, který z obchodního hlediska slouží k ochraně hodnoty exkluzivní teritoriální licence v online prostředí. Předmětem právní polemiky je otázka, zdali požadavek zeměpisného blokování přístupu k autorskému obsahu dostupnému online vyplývá z teritoriální povahy autorského práva (více k tomu viz následující oddíly). Požadavek geoblokace je v každém případě součástí většiny uzavíraných licenčních smluv týkajících se online distribuce audiovizuálních děl.⁴² Důvodem teritoriální exkluzivity, která je v případě geoblokace absolutní, je ochrana investice do výroby, šíření a propagace audiovizuálních děl. Bez geoblokace by například čeští spotřebitelé mohli zakoupit přístup k dílu u zahraničního poskytovatele audiovizuální online služby, který pro šíření téhož díla v České republice nemá zakoupenou licenci. Licence pro Českou republiku by v takovém případě fakticky ztratila svou exkluzivní teritoriální účinnost, resp. poskytovatel služby videa na vyžádání v České republice by nebyl jediným subjektem, u kterého by si čeští spotřebitelé mohli obsah koupit.⁴³

6. NAPĚTÍ MEZI GEOBLOKACÍ A PRINCIPY FUNGOVÁNÍ VNITŘNÍHO TRHU EU

57. Za absolutní teritoriální exkluzivitu označil Soudní dvůr EU situaci, ve které aktéři eliminují veškerou konkurenci třetích osob v oblasti pokryté jejich licencemi.⁴⁴ Tento typ dohod je nicméně

42 Ze zjištění Evropské komise vyplývá, že geoblokační opatření užívá většina poskytovatelů digitálního obsahu na základě dohodnutých licenčních ujednání. Smluvní závazek zeměpisného blokování přístupu k online obsahu z jiného členského státu je nejrozšířenější ve smlouvách týkajících se televizních seriálů (74 %), filmů (66 %) a sportovních přenosů (63 %). Pro srovnání uveďme, že v případě hudby je geoblokace vyžadována v 57 % a u zpráv v 24 % licenčních smluv. Podrobněji viz European Commission, Final Report on the E-commerce Sector Inquiry, COM(2017) 229 final, 10. 5. 2017, s. 15.

43 Specifická je situace u tzv. paralelních importů. Ani dříve totiž nebyla územní integrita licence absolutní, a sice na trhu se zbožím (míněno na trhu s hmotným zbožím, nikoli digitálními produkty). Podle práva EU totiž platí, že paralelní dovoz zboží chráněného právy duševního vlastnictví z jiného členského státu (nebo státu EHP) je zásadně přípustný (výjimky připouští soud pouze pro dovoz zboží z členských států, v nichž nepodléhá ochraně právem duševního vlastnictví, do států, kde takové ochraně podléhá – např. v případě patentů). Tato zásada „unijního vyčerpání práv“ neplatí pro dovoz ze třetích zemí. Nositel práva k užití díla, resp. práva na rozšiřování rozmnoženiny díla, nemůže proto po jeho prvním prodeji (na hmotném nosiči) zabránit paralelnímu importu díla z jiného teritoria EHP, kde je například prodáváno za nižší cenu. Viz čl. 4 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/29/ES o harmonizaci určitých aspektů autorského práva a práv s ním souvisejících v informační společnosti.

44 Rozsudek Soudního dvora EU ve věcech C-403/08 Football Association Premier League a další v. QC Leisure a další; C-429/08 Karen Murphy v. Media Protection Services Ltd.

problematický z hlediska soutěžního práva Evropské unie, protože může narušovat volný pohyb služeb uvnitř Unie.⁴⁵ Například v roce 2014 zahájila Evropská komise vyšetřování smluvních ujednání mezi poskytovatelem placeného satelitního televizního vysílání Sky UK a šesti hollywoodskými filmovými studii, ve kterých se Sky UK na jedné straně zavázala k tomu, že nebude obsah nabízet spotřebitelům z nelicencovaného teritoria, a hollywoodská studia se na straně druhé zavázala k tomu, že poskytovatele audiovizuálních služeb v jiných členských státech zavážou v licenčních ujednáních k tomu, že spotřebitelům z nelicencovaného území neumožní přístup k nabízenému obsahu. Problém tohoto sporu spočívá v tom, že pro satelitní vysílání zavedla Evropská unie již v roce 1993 směrnicí 93/83/EHS o koordinaci určitých předpisů týkajících se autorského práva a práv s ním souvisejících při družicovém vysílání a kabelovém přenosu princip země původu, tj. právní fikci, podle které se za místo užití autorského díla považuje v zásadě místo emise signálu na družici. Evropská komise tvrdí, že studia se dohodou s distributory pokusila toto ustanovení nezákonně (protisoutěžně) obejít. Pouhé využití teritoriální povahy autorského práva (včetně geoblokace) k zamezení dostupnosti obsahu na nelicencovaném území (v jiných situacích než právě u satelitního vysílání) zatím Evropská komise za protisoutěžní nepovažuje. Předmětné řízení skončilo bez udělení sankce tím, že dotčené společnosti na sebe převzaly závazky neuplatňovat ve svých smlouvách některé klauzule, které Evropská komise považovala za nejproblematictější.⁴⁶ Konkrétně se tyto společnosti zavázaly vyhovět nevyžádaným (pasivním) žádostem spotřebitelů z mimosmluvního území. Podle Evropské komise „[d]ánymi závazky zůstávají výslovně nedotčena práva studií stanovená nařízením (EU) 2017/1128 [...] nebo autorským právem. Závazky rovněž nemají vliv na právo studií nebo vysílacích společností poskytujících placené televizní vysílání jednostranně rozhodnout o použití technologií umožňujících filtrování podle zeměpisné polohy“.⁴⁷ Evropská komise tak výslovně připustila možnost geofiltrování v jiných případech, což se jeví být v souladu s čl. 3 odst. 3 směrnice 2019/789, podle kterého „zásadou země původu stanovenou v odstavci 1 není dotčena smluvní svoboda nositelů práv a vysílacích organizací, aby se v souladu s právem Unie dohodli na omezení využívání těchto práv, včetně práv podle směrnice 2001/29/ES“. Zdá se tedy, že nynější stav unijního soutěžního práva lze vyložit tak, že za protisoutěžní bude Evropská komise považovat dohody, které budou vynucovat užití takových prostředků (technických, ekonomických, právních), jimiž bude vyloučeno vyhovět nevyžádané žádosti spotřebitele o přístup ke službě, ovšem pouze v situaci, pro kterou předpisy Unie stanoví pro přeshraniční užití díla právní fikci místa užití v určitém členském státě, a to prostřednictvím principu země původu.⁴⁸

58. Instruktivní může být v tomto ohledu rovněž rozhodnutí Soudního dvora EU ve dvou sporech vedených před anglickými soudy (tzv. případ Murphy).⁴⁹ Spory vyvolala situace, kdy

45 Připomeňme, že unijní právo nemá ambici řešit problém nedostupnosti geoblokovaného obsahu z třetích zemí.

46 Viz Evropská komise, Souhrnná zpráva o rozhodnutí Komise 2019/C 132/06 ze dne 7. března 2019 týkajícího se řízení podle článku 101 Smlouvy o fungování Evropské unie a článku 53 Dohody o EHP ve věci AT.40023 (Přeshraniční přístup k placenému televiznímu vysílání).

47 Ibid. bod 33.

48 V současnosti se tato zásada v oblasti šíření audiovizuálních děl vztahuje pouze na satelitní vysílání, přenositelnost online služeb v případě dočasného pobytu uživatele služby v jiném členském státě, než je stát jeho trvalého bydliště, užití děl vzdělávacím zařízením při distančním vyučování prostřednictvím zabezpečených elektronických sítí, přeshraniční zpřístupňování na trhu nedostupných děl paměťovými institucemi a sdělování děl v rámci některých doplňkových online služeb vysílatelů.

49 Rozsudek Soudního dvora EU ve věcech C-403/08 Football Association Premier League a další v. QC Leisure a další; C-429/08 Karen Murphy v. Media Protection Services Ltd.

provozovatelé pohostinství ve Velké Británii užívali pro satelitní příjem fotbalových utkání levnější dekódovací karty pořízené v Řecku. Soud dospěl k závěru, že zákaz dovozu, prodeje či používání zahraničních dekódovacích karet omezuje volný pohyb služeb. Relevantní je toto rozhodnutí jednak proto, že vypořádání práv k satelitnímu vysílání podléhá zásadě země původu, a jednak proto, že geoblokace je podobným technickým prostředkem pro omezení online dostupnosti díla jako zákaz užívání karet pro dekódování satelitního signálu mimo licencované území. Podle směrnice o satelitním vysílání a kabelovém přenosu (93/83/EEC) dochází ke sdělování díla prostřednictvím satelitního vysílání výhradně v místě, kde dochází k zahájení přenosu satelitního signálu, tj. poskytovatel satelitního vysílání musí vypořádat práva pouze pro zemi, kde je usazen. Pokud tedy předplatitel karty přijímá signál satelitní televize v jiném členském státě, než je stát, ve kterém si zakoupil dekódovací kartu, nedochází ze strany provozovatele satelitního vysílání k porušení autorských práv a tento provozovatel nemůže zdůvodnit odmítnutí prodeje karty zákazníkovi z jiného členského státu ochranou autorského práva; problém nicméně vzniká v situaci, kdy sdělení zákazníkovi nelze považovat za jeden nepřerušovaný řetězec (jedno vysílání), ale za přenos vysílání, neboť u přenosu není zásada země původu v předpisech EU zakotvena.

59. Přesto by někdo mohl namítnout, že geoblokace není v rozporu se soutěžním právem EU, protože čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie obsahuje výjimky ze zákazu narušení hospodářské soutěže na vnitřním trhu, které se týkají dohod mezi podniky, které „přispívají ke zlepšení výroby nebo distribuce výrobků anebo k podpoře technického či hospodářského pokroku, přičemž vyhrazení spotřebitelům přiměřený podíl na výhodách z toho vyplývajících“. Tyto dohody nicméně nesmějí ukládat podnikům omezení, která nejsou nezbytně nutná, a nesmí vyloučit hospodářskou soutěž k podstatné části dotčených výrobků. Možnost exkluzivního teritoriálního omezení výkonu práva implikuje, že soutěž mezi distributory audiovizuálních děl se odehrává na úrovni národních trhů, nikoliv v rámci národního trhu. Distributoři mezi sebou nesoutěží o to, kdo v rámci určitého teritoria nabídne stejný obsah levněji, ale o to, kdo v rámci daného teritoria nabídne atraktivnější obsah za lepší cenu.
60. Vztáhneme-li tyto požadavky na geoblokaci audiovizuálních děl, pak můžeme konstatovat, že geoblokace v případě exkluzivní teritoriální licence sice eliminuje hospodářskou soutěž v rámci značky, nikoliv ovšem mezi značkami. Geoblokace omezuje hospodářskou soutěž mezi distributory prodávajícími zboží od stejného výrobce (tzv. soutěž v rámci značky), nikoliv soutěž mezi distributory prodávajícími stejný typ zboží od různých výrobců (tzv. soutěž mezi značkami). Soutěží se o národní trh, nikoliv v jeho rámci. Představitelé audiovizuálního průmyslu navíc poukazují na její potřebnost z hlediska produkce a lokalizace audiovizuálních děl, z čehož profitují konzumenti. Na druhé straně se nicméně nezdá, že by Evropská komise měla za přípustné takové dohody, v rámci nichž dochází k parcelování vnitřního trhu tam, kde je přímo unijními předpisy zavedena fikce jednoho území při sdělování díla veřejnosti (viz např. rozhodnutí Soudního dvora v případě Murphy).

7. VZTAH GEOBLOKACE A AUTORSKÉHO PRÁVA

61. Otázkou zůstává, zdali geoblokace vyplývá z povahy autorského práva, které se týká užití děl na internetu, tj. úkonu jejich sdělování veřejnosti prostřednictvím technologie internetu (např. prostřednictvím streamování). Jak určit, kde dochází k užití díla prostřednictvím online služeb videa na vyžádání? Tato otázka není explicitně zodpovězena v žádné směrnici EU.⁵⁰ V zásadě existují tři možné odpovědi, které mají určitou oporu v právním výkladu či jurisdikci Soudního dvora EU. V následujícím textu představíme tyto právní výklady, na základě kterých lze modelovat audiovizuální trh. S pomocí získaných poznatků o distribuční praxi audiovizuálních děl následně vyvodíme pravděpodobné důsledky jednotlivých modelových scénářů na (český) audiovizuální trh a praxe jeho aktérů.

7.1 STATUS QUO

62. Podle prvního pojetí má geoblokace kromě obchodních důvodů oporu rovněž v autorském právu. Pokud by si například český divák mohl předplatit VOD službu nabízenou v Polsku, poskytovatel služby by porušil autorské právo, protože by docházelo k užití díla (tj. k jeho sdělování veřejnosti) na nelicencovaném území. Majitel práva totiž kontroluje a povoluje teritoriální užití díla v případě jeho sdělování veřejnosti.⁵¹ To znamená, že majitel práva může neautorizovaným subjektům zabránit v užívání díla v rámci určitého teritoria a držitel licence může zabránit v tom, aby dílo nabízel mimo licencované teritorium. Podle tohoto většinového právního výkladu podléhá právo na sdělování díla veřejnosti, které zahrnuje například streamování filmů a televizních seriálů v rámci služby videa na vyžádání, tzv. zásadě země určení, tj. poskytovatel služby je povinen právo na užití díla vypořádat s majitelem práva pro každé území, kde je dílo užíváno (kam je veřejnosti sdělováno).⁵² Přestože se směrnice o službách informační společnosti (2001/29/EC) týkající se vypořádání autorských práv nevyjadřuje k otázce, zdali se právo na sdělování děl veřejnosti řídí zásadou země původu, nebo zásadou země určení, zavedení zásady země původu pro vypořádání práv k satelitnímu vysílání ve směrnici o satelitním vysílání a kabelovém přenosu (93/83/EEC) je chápáno spíše jako výjimka z pravidla, a převažuje tudíž názor, že teritorialita autorského práva znamená, že práva musí být vypořádána pro každou zemi, kde je dílo exploatováno.⁵³ Pokud je například Česká televize nositelem práv k seriálu *Labyrint*, kdokoliv, kdo chce

50 Přestože je zásada země původu považována ve směrnici o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání za stěžejní princip pro regulaci poskytovatelů vysílání a služeb videa na vyžádání, jako je např. Netflix, směrnice se netýká vypořádání práv, ale koordinace národních právních rámců pro regulaci reklamy, ochrany mladistvých, povinnosti registrace poskytovatele služby či propagace evropských děl. Srov. směrnici 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, bod 33.

51 Naopak nositel autorského práva nekontroluje teritoriální oběh autorských děl na hmotných nosičích podle tzv. zásady vyčerpání práv, a to od okamžiku, kdy je on nebo jím pověřená osoba nabídne k prodeji na libovolném národním trhu v Evropském hospodářském prostoru (viz rovněž pozn. 43).

52 Srov. Doukas, Dimitros, *The Sky Is Not the (Only) Limit: Sports Broadcasting without Frontiers and the Court of Justice: Comment on Murphy*. *European Law Review*. 2012, roč. 37, č. 5, s. 605–626; Batchelor, Bill – Montani, Luca, *Exhaustion, Essential Subject Matter and Other CJEU Judicial Tools to Update Copyright for an Online Economy*. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*. 2015, roč. 10, č. 8, 591–600; Ibáñez Colomo, Pablo, *Copyright Licensing and the EU Digital Single Market Strategy*. In: Blair, R. D. – Sokol, D. (eds.). *The Cambridge Handbook of Antitrust, Intellectual Property and High Tech*. New York: Cambridge University Press, 2017, s. 339–357.

53 Zdá se, že na myšlence, že k užití díla dochází všude tam, kde je internetová stránka nabízející dílo dostupná, se zakládá i právní názor Evropské komise, jak se projevuje v diskutovaných legislativních opatřeních o multiteritoriálním licencování v prostředí online (viz směrnice 2014/26/EU). Tento přístup zdá se podporuje i Soudní dvůr EU ve věcech týkajících se autorského práva (C-441/13 *Pez Hejduk v. EnergieAgentur.NRW GmbH*, C-170/12 *Pinckney v. KDG Mediatech AG*), třebaže

Labyrint nabízet ke zhlédnutí v Polsku, musí pro toto území zakoupit licenci. Nestačí, že je držitelem licence například pro Slovensko. Slovenský a polský poskytovatel obsahu si proto nekonkurují. Omezení volné soutěže vyplývá z možnosti prodeje exkluzivních teritoriálních licencí. Geoblokace není příčinou, ale důsledkem této obchodní praxe a teritoriální povahy autorského zákona. Tudíž i kdyby byly geoblokační bariéry odstraněny, poskytovatel obsahu nemůže své služby poskytovat zákazníkům na území, pro které nemá zakoupenou licenci. Požadavek geoblokace v licenčních ujednáních lze proto chápat jako pojistku smluvních stran, že budou dodrženy licenční podmínky (licencovaného teritoria), resp. že teritoriální rozsah licence bude zajištěn konkrétními technickými opatřeními, a to pod hrozbou porušení smlouvy, které by mohlo mít za následek uplatnění smluvních sankcí, jako je odstoupení od smlouvy nebo smluvní pokuta (na rozdíl od sankcí ze zákona, které jsou nositeli práv k dispozici v případě mimosmluvního zásahu do autorského práva).

63. Tento scénář je totožný se stávající praxí licencování audiovizuálních děl pro jejich sdělování veřejnosti prostřednictvím internetu. Jeho nevýhody zvláště ve vztahu ke spotřebitelům, kteří nejsou spokojeni s nabídkou obsahu lokálních online služeb a mají zájem o zakoupení služeb nabízených v jiných členských státech, byly uvedeny již dříve (viz kap. 1). Nicméně skutečnost, že požadavek na geoblokaci přístupu k obsahu/službě z nelicencovaného území je v licenčních smlouvách často explicitně uváděn, podle kritiků stávající licenční praxe naznačuje, že samotní aktéři – smluvní strany – si nejsou jisti tím, zdali geoblokace vyplývá z teritoriality autorského práva, popř. tím, jak se bude výklad této právní otázky v budoucnu vyvíjet.

7.2 UPLATNĚNÍ ZÁSADY ZEMĚ PŮVODU NA SDĚLOVÁNÍ DÍLA PROSTŘEDNICTVÍM AUDIOVIZUÁLNÍCH ONLINE SLUŽEB

64. Podle odlišného právního výkladu dochází k užití díla poskytovatelem VOD služby výhradně v zemi, odkud je tato služba poskytována.⁵⁴ Tento závěr vyplývá z následující argumentace, která se opírá o právně-filozofický předpoklad, že autorské právo nechrání samotné dílo (intelektuální výtvar), ale zákonem vymezená práva.⁵⁵ To znamená, že autorské právo chrání – kromě osobnostních práv (např. právo osobovat si autorství či rozhodnout o zveřejnění díla) – pouze určité zákonem vymezené způsoby jeho užití (např. jeho sdělování veřejnosti prostřednictvím internetu). Mezi tato práva dle tohoto pojetí nepatří právo povolit či zakázat spotřebiteli přístup k dílu, resp. právo rozhodovat, kde, kdy a kým může být dílo užíváno pro osobní potřebu. Jinak řečeno, spotřebitel při sledování filmu neužívá dané filmové dílo v autorskoprávním významu. V autorskoprávním významu je užívá jeho šířitel, tj. ten, kdo dílo sděluje veřejnosti například prostřednictvím internetu. Klíčovou otázkou v naší souvislosti tudíž je, jaký je teritoriální rozsah práva na sdělování díla veřejnosti prostřednictvím online služeb. Kde je autorské dílo poskytovatelem služby videa na vyžádání užíváno, když je sdělováno veřejnosti prostřednictvím internetu? Je dílo poskytovatelem služby užíváno ve všech zemích, kde je prostřednictvím internetu dostupné,

byl některými akademiky kritizován; viz např. Husovec, Martin, *Mere Accessibility of Websites Enough for Jurisdiction*. *Kluwer Copyright Blog*. 11. 2. 2015.

54 Srov. např. Polčák, Radim, *Territoriality of the Copyright Law*. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.). *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Berlin: Springer, 2020 (v přípravě).

55 Zemer, Lior, *What Copyright Is: Time to Remember the Basics*. *Buffalo Intellectual Property Law Journal*. 2006. roč. 4, č. 2, s. 54–83.

resp. kde je k němu možný přístup (zásada země určení)? Anebo je užíváno pouze na území, kde je usazen poskytovatel služby, tj. odkud nabízí svou službu, popř. odkud je dílo dostupné (zásada země původu)? Pokud vyjdeme ze specifikace práva na sdělování díla veřejnosti uvedené ve směrnici o ochraně autorského práva v informační společnosti⁵⁶ či z definice služby informační společnosti⁵⁷ a ze specifické povahy přenosu informace prostřednictvím internetu, dochází k užití díla pro osobní potřebu na žádost spotřebitele v zemi, odkud se připojuje k internetu. Tento způsob užití ovšem nespadá pod regulaci autorským právem. Spotřebitel takříkajíc cestuje se svým požadavkem k poskytovateli služby do místa, odkud je služba videa na vyžádání nabízena, a na individuální žádost „užívá“ dílo pro osobní potřebu v místě a čase podle své volby. Poskytovatel VOD služby tudíž dílo užívá pouze na území, kde nabízí svou službu. Jinak řečeno, při sdělování díla veřejnosti prostřednictvím služby videa na vyžádání, resp. prostřednictvím technologie streamování, nedochází ke sdělování díla ve všech zemích světa (cestování obsahu do zemí), kde je internet dostupný, resp. kde je daný obsah konzumován, ale pouze v zemi původu, tj. v zemi, ze které je audiovizuální dílo sdělováno veřejnosti. Tím se sdělování díla prostřednictvím internetu liší od jeho vysílání, které jednosměrně (tj. bez interakce se spotřebitelem) zaměřuje zemi, ve které je vysílání dostupné. Geoblokace, která spotřebiteli brání užít dílo na území podle jeho volby, proto podle tohoto výkladu nemá oporu v autorském právu. Nechrání totiž žádný ze způsobů užití díla vymezený autorským právem.

65. Tento právní výklad odpovídá diskutovanému modelovému scénáři zavedení zásady země původu pro všechny audiovizuální online služby bez možnosti teritoriálního omezení výkonu práva. Geoblokace podle tohoto pojetí ztrácí oporu v autorském právu a slouží výhradně k ochraně obchodního modelu. Je proto otázkou, zdali není v rozporu se soutěžním právem. Pokud by ovšem geoblokace byla zakázána z důvodu své nekompatibility s pravidly fungování vnitřního trhu, nemožnost teritoriální ochrany výkonu práva by mohla vést k narušení ekosystému audiovizuálního průmyslu. Došlo by k narušení absolutní teritoriální exkluzivity v důsledku vytvoření tzv. soutěže v rámci značky, a to především tam, kde nefungují přirozené jazykové bariéry a investoři – potenciální distributoři – nebudou z obavy z přeshraniční konkurence ochotni investovat do nákupu exkluzivní teritoriální licence, popř. do lokalizace a propagace obsahu. Výsledkem může být menší objem vytvářených děl, popř. menší míra propagace a lokalizace audiovizuálních děl v Evropě, která bude na druhé straně vyvažována jejich přeshraniční dostupností všem občanům EU za nediskriminačních podmínek. Některým negativním dopadům tohoto modelového scénáře (především cenové nedostupnosti prémiového obsahu v obecně rozšířených jazycích pro poskytovatele lokálních audiovizuálních online služeb) by se neubráníl ani český audiovizuální trh navzdory tomu, že je chráněn jazykovými bariérami, spotřebitelskou preferencí obsahu lokalizovaného v češtině a více či méně synchronizovanou distribucí v rámci česko-slovenského trhu, kde přirozené jazykové bariéry nefungují.

56 „[V]ýlučné právo udělit svolení nebo zakázat jakékoliv sdělení jejich děl veřejnosti po drátě nebo bezdrátově včetně zpřístupnění jejich děl veřejnosti takovým způsobem, že každý jednotlivec ze strany veřejnosti má k těmto dílům přístup z místa a v době, které si zvolí.“ Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/29/ES ze dne 22. května 2001 o harmonizaci určitých aspektů autorského práva a práv s ním souvisejících v informační společnosti, čl. 3.

57 Podle definice služby informační společnosti je tato služba poskytována zpravidla za úplat, elektronicky, na dálku a přenosem dat na individuální žádost příjemce služeb. Viz Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2015/1535 ze dne 9. září 2015 o postupu při poskytování informací v oblasti technických předpisů a předpisů pro služby informační společnosti, čl. 1.

II 7.3 TARGET APPROACH (MODEL PASIVNÍHO PRODEJE)

66. Třetí právní výklad sdělování díla veřejnosti prostřednictvím streamovacích služeb vychází analogicky z rozhodnutí Evropského soudního dvora ve sporu vedeném společností Football Dataco proti společnosti Sportradar pro porušení práva k databázi (tedy tzv. práva *sui generis*, které je upraveno naším autorským zákonem ve zvláštní části a které se svou povahou vzdáleně blíží autorskému právu) obsahující informace o probíhajících utkáních fotbalových soutěží ve Velké Británii. Sportradar kopíroval údaje z databáze na svůj server umístěný v Německu a poskytoval je prostřednictvím společností nabízejících sázkové služby veřejnosti ve Velké Británii. Soud se kromě jiného zabýval otázkou, kde dochází k vytěživání (tj. přenosu obsahu databáze) nebo zužitkování (zpřístupnění veřejnosti) obsahu databáze. Mezi zvažované varianty patřily možnosti, že 1) k výše uvedeným úkonům dochází pouze v místě původu přenosu informací, kde je umístěn server společnosti Sportradar (tj. v Německu); 2) k užití databáze dochází pouze v místě, kde jsou informace přijímány adresáty (ve Velké Británii); 3) v obou členských státech. Podle soudu je zužitkování obsahu databáze prostřednictvím internetového serveru „série po sobě jdoucích úkonů, která v každém případě začíná zveřejněním dotyčných údajů na uvedené internetové stránce s cílem zpřístupnit je veřejnosti a končí přenosem těchto údajů veřejnosti, jež má o ně zájem, jedná se přitom o úkony, ke kterým může docházet na území různých členských států“.⁵⁸ Soud ovšem rovněž poukázal na podstatný rozdíl mezi šířením informace prostřednictvím internetové stránky, která je dostupná po celém světě (všude tam, kde je dostupný internet) nezávisle na tom, zdali je to úmysl provozovatele stránky, a zpřístupněním informace veřejnosti takovým způsobem, který indikuje, že veřejnost daného státu byla úmyslně zacilována, což lze prokázat řadou indicií (např. údaje se týkají utkání anglických fotbalových soutěží, údaje jsou přístupné uživatelům internetu ve Velké Británii v jejich vlastním jazyce, který se liší od jazyka, který se obvykle užívá v zemích, kde působí společnost Sportradar). K zužitkování obsahu databáze, tj. k užití obsahu databáze bez souhlasu jejího pořizovatele, dochází proto podle Soudního dvora EU ve státě, ve kterém jsou tyto informace dostupné na obrazovce počítače na individuální žádost jeho uživatele, „pokud existují indicie umožňující dospět k závěru, že toto jednání vyplývá z úmyslu jeho autora zaměřit se na veřejnost nacházející se v tomto [...] členském státě“.⁵⁹ Soud v tomto případě odmítl aplikovat na právo užívat databázi ve smyslu jejího zpřístupnění veřejnosti prostřednictvím internetu zásadu země původu.⁶⁰ Namísto toho aplikuje Soudní dvůr zásadu země určení, tedy pokud je evidentní, že prostřednictvím online služby došlo k zacílení veřejnosti daného členského státu.
67. Pokud by toto řešení bylo aplikováno v oblasti audiovizuálních online služeb, poskytovatel služby by byl povinen vypořádat práva pouze pro zemi, na jejíž publikum svou službou cílí. Jinak řečeno, zásada země určení by platila pouze pro ty země, jejichž publikum je nabídkou služby zacilováno. Naopak v situaci, kdy publikum určité země zacíleno nebylo, by byla uplatněna zásada země původu, tj. práva musí být vypořádána pouze v zemi, kde je VOD služba nabízena.⁶¹

58 Rozhodnutí Soudního dvora EU C-173/11 Football Dataco a další v. Sportradar, bod 34.

59 Ibid., bod 47.

60 Soud k tomu vedl dva důvody. Za prvé, je obtížné lokalizovat místo, kde se nachází server. Za druhé, uplatnění zásady země původu by provozovatelům serveru umožnilo volit si pro své umístění lokaci, která pro ně má nejpříznivější legislativní rámec, popř. zvolit umístění mimo EU a vyhnout se tak zcela jurisdikci evropských soudů.

61 Tento návrh (tzv. *target approach*) nicméně již překračuje rozhodnutí Soudního dvora, ze kterého nutně nevyplývá, že zásada země určení nemůže platit v případech, kdy veřejnost dané země není online službou zaměřována.

68. V rámci navrženého modelu dochází k uplatnění zásady země původu výhradně na situaci, kdy zájem o předplacení služby či nákup obsahu projeví spotřebitel z nelicencovaného území (tzv. nevyžádaný požadavek) a poskytovatel služby svou nabídkou na spotřebitele na nelicencovaném území aktivně necílí. V ostatních případech, kdy poskytovatel služby cílí svou nabídkou na publikum příslušné země, platí pro vypořádání potřebných práv zásada země určení. Mezi výhody navrženého licenčního modelu patří, že je v souladu se stávající praxí teritoriálního licencování a zároveň povoluje výjimky v případech, kdy spotřebitelé chtějí využít službu, aniž jsou cílovým publikem. Tento scénář odpovídá diskutovanému modelu pasivního prodeje a umožňuje poskytovatelům streamovacích služeb vyhovět nevyžádaným požadavkům spotřebitelů ze zemí, pro které nemají zakoupeny licence, nicméně svou službou nezacilují příslušné publikum dané země. Pokud by například spotřebitel žijící v Německu, ale hovořící českým jazykem chtěl zhlédnout či předplatit českou VOD službu, která je primárně určena českým spotřebitelům a nabízí obsah v české lokalizaci, poskytovatel služby mu to v rámci tohoto scénáře může umožnit, aniž by k tomu potřeboval souhlas majitele práv, tj. licenci pro užití díla na německém území. Problémy by ovšem mohly nastat především v případech jazykově a kulturně spřízněných oblastí, kde by potenciální komerční hodnota teritoriální licence nemusela v důsledku konkurence služby z jazykově příbuzného teritoria reflektovat velikost licencovaného teritoria, resp. počet potenciálních zákazníků v daném teritoriu. Mohlo by dojít k tomu, že investoři – potenciální koproducenti či distributoři obsahu na jazykově příbuzném trhu – nebudou z obavy z přeshraniční konkurence ochotni investovat do nákupu exkluzivní teritoriální licence, popř. do lokalizace a propagace obsahu. Producenti zahraničních filmů v anglickém jazyce mohou z obavy z přeshraniční kaniibalizace příjmů odmítnout prodat svůj film do malého národního teritoria, popř. budou smluvně trvat na jeho dabingu v národním jazyce, popř. na jeho opožděném uvedení na trh. V době sociálních sítí a internetového přenosu informací se totiž spotřebitelé v jiných zemích mohou snadno dozvědět o levnější či lákavější nabídce audiovizuálního obsahu i bez zacílené reklamy a marketingu (tzv. aktivního prodeje). Výsledkem obav producentů a distributorů může být menší objem vytvářených (koprodukovaných) děl, menší míra propagace a lokalizace audiovizuálních děl v rámci nabídky lokálních online služeb, smluvně vynucený dabing či opožděná nabídka zahraničních filmů na českém trhu. Tato možná negativa – ohrožující především případy dvou jazykově a kulturně spřízněných trhů s nesynchronizovanou distribucí audiovizuálních děl – budou na druhé straně vyvažována přeshraniční dostupností audiovizuálních děl všem občanům EU za nediskriminačních podmínek.⁶²

8. SHRUTÍ

TERITORIALITA V OBCHODNÍ PRAXI AUDIOVIZUÁLNÍ DISTRIBUCE – SHRUTÍ ANALÝZY POSTOJŮ (KAP. 1 AŽ 5)

69. Pro obchodní modely audiovizuálních distributorů z malých zemí EU, jako je Česká republika, se teritorialita licencí i nástroje k její ochraně stále jeví jako zásadní podmínka dlouhodobé

62 Analýza dopadu jednotného digitálního trhu na distribuci audiovizuálních děl v České republice viz rovněž Zahrádka, Pavel – Szczepanik, Petr, Jednotný digitální trh jako hrozba, nebo příležitost? Rekonstrukce postojů českých distributorů ke strategii pro vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě. *Illuminace*. 2018. roč. 30, č. 3, s. 23–48.

ekonomické udržitelnosti. Na rozdíl od velkých zemí se obavy aktérů, kteří neexpandují do zahraničí (obvykle jen s výjimkou Slovenska) a nerozvíjejí strategie přeshraničního prodeje, soustředí na ochranu lokálního trhu před globální konkurencí a na udržitelnost financování českého filmu předprodejem práv. Převládá představa, že pouze lokálně zaměřená marketingová kampaň může vytvořit dostatečně silnou poptávku po českém filmu v zahraničí, že prodej po jednotlivých teritoriích v součtu přinese větší finanční i symbolický kapitál než prodej multiteritoriální licence nadnárodnímu hráči a že pouze teritoriální exkluzivita zabrání růstu cen amerického prémiového obsahu na lokálním trhu, a tudíž pádu lokálních mainstreamových distributorů. Specifický problém představují česko-slovenské koprodukce, kofinancované z předprodeje kinodistribučních a vysílacích práv v sousední zemi, které by podle oslovených aktérů byly z důvodu jazykové, kulturní a geografické blízkosti obou zemí nejvíce ohroženy přeshraniční kanibalizací příjmů generovaných v distribučních oknech, pokud by nebyla synchronizována.

70. Prakticky žádný z lokálních aktérů nepožadoval zrušení, oslabení nebo nahrazení teritoriality licencí alternativním řešením, byť distributoři zaměřeni na úzce vyhraněné typy obsahu a publika si dokázali představit i adaptaci na radikální scénář DSM. Dílčí odlišnosti v postojích českých distributorů k regulačním návrhům Evropské komise se odvíjely 1) od typu financování, tedy zda jde o placený (ať už jednorázovými transakcemi, nebo předplatným), nebo naopak bezplatný obsah doplněný reklamou; 2) od typu primárního obsahu, tedy od pozice aktéra na škále mezi mainstreamem (zvláště americkou studiovou produkcí) a minoritní arthouseovou či dokumentární produkcí, stejně jako od podílu národní, americké studiové a jiné zahraniční produkce; 3) od mateřské organizace dané VOD služby, tedy zda jde o samostatný portál, nebo o službu přidruženou k jinému hlavnímu oboru podnikání (typicky televizní vysílání a telekomunikační služby). Obecně lze říci, že čím blíže k mainstreamu a českému hranému filmu, které společně tvoří nejpopulárnější segment obsahu v českých kinech, tím větší odpor proti oslabení teritoriality licencí a nástrojů pro její ochranu. Naopak čím výraznější orientace na minoritní typy obsahu a publika, tím větší otevřenost změně, jistota vlastního specifického postavení na trhu a připravenost čelit nadnárodní konkurenci, a to nikoli finančními možnostmi, ale specifickými znalostmi lokálního trhu a chování publik.
71. Budoucí vývoj v oblasti teritoriálního licencování nebude záviset jen na regulaci a parametrech malého národního trhu, ale také na technologických a spotřebitelských trendech. Zvláštní kategorii mezi oslovenými lokálními aktéry představují výrobci a distributoři krátkoformátového obsahu určeného pro internet a financovaného z reklamy, tedy tzv. internetové televize, mezi nimi pak především Seznam. Seznam patří k ekonomicky nejsilnějším subjektům v českém audiovizuálním poli a soustředí se na vlastní produkci, k níž získává veškerá práva a kterou nijak geograficky neblokuje. Dostupné výzkumy spotřebitelského chování napovídají, že obliba tohoto typu neplaceného obsahu rychle roste, zvláště mezi mladšími demografickými skupinami navyklými na sociální sítě typu YouTube. Neméně rychle roste i objem investic do internetové videoreklamy, která tuto produkci financuje.

II GEOBLOKACE A PRÁVO (KAP. 6 A 7)

72. V druhé části zprávy jsme nastínili základní právní problémy spojené s geoblokací na vnitřním trhu Evropské unie. Právní řád je ze své podstaty teritoriální a je projevem suverenity vykonávané na státním území. Tradičně je proto na každé zemi, aby stanovila, jaká práva duševního vlastnictví a v jakém rozsahu uznává. Jedinečný systém sdílené suverenity společně budované v rámci Evropské unie přes hranice národních států přináší pro systém duševního vlastnictví nové výzvy. Požadavek primárního práva EU na volný pohyb zboží, osob, služeb a kapitálu se střetává s právem duševního vlastnictví uznávaným členskými státy, a to zvláště v těch oblastech, které dosud nejsou plně harmonizovány, což platí i pro právo autorské.
73. Ve zprávě jsme shrnuli stávající přístupy k problematice teritoriality. Představili jsme tradiční přístup (navazující na tzv. Bogschovu teorii akceptovanou v 80. letech minulého století), podle něhož dochází k užití díla všude tam, kde je dílo skutečně zpřístupněno veřejnosti, což v prostředí internetu může (bez užití prostředků geoblokace) znamenat každou zemi. Tento přístup k problému zatím u evropských soudů převládá. Evropská komise řeší s tím spojený problém jednak legislativní cestou – úpravou smluvního práva (multiteritoriální licence k užití hudby online) a zaváděním právní fikce místa užití v jednom členském státě (satelitní vysílání, simulcasting rozhlasového vysílání, přenositelnost předplacených služeb ad.) –, jednak cestou vymáhání soutěžního práva všude tam, kde aktéři usilují o překonání legislativních omezení ujednáními ve smlouvách.
74. Nynější stav unijního soutěžního práva je takový, že Komise bude za narušení soutěže považovat zřejmě takové dohody, které vyloučí možnost nabyvatele licence vyhovět nevyžádané poptávce spotřebitele z jiného členského státu, za předpokladu, že se jedná o způsob užití, u něhož unijní právo zavedlo fikci místa užití. V ostatních případech (včetně běžných VOD služeb) zatím Komise akceptuje nutnost vypořádat práva pro všechny země, kde je dílo zpřístupňováno, popřípadě alternativně zavádět prostředky geoblokace.
75. Právě model pasivního prodeje (dle něhož dochází k užití v těch zemích, na něž je užití cíleno, a nevyžádaná poptávka spotřebitele z jiné země se nepovažuje za porušení licence) se zdá být pro EU právněpoliticky atraktivní, přičemž právní oporu pro takový přístup by bylo možné najít v analogické aplikaci rozhodnutí Soudního dvora týkajícího se zvláštního práva pořizovatele databáze (Football Dataco). V autorském právu se však tento model zatím neprosadil.
76. Poukázali jsme též na třetí možný právní přístup, podle něhož dochází k užití výhradně v zemi, odkud je VOD služba poskytována. Ani tento výklad však zatím nenalezl aplikaci v soudní a licenční praxi.

9. LITERATURA A PRAMENY

Alaveras, Georgios – Gomez-Herrera, Estrella – Martens, Bertin, Cross-border Circulation of Films and Cultural Diversity in the EU. *Journal of Cultural Economics*. 2018, č. 42, s. 645–676.

Dostupné z: <https://link.springer.com/article/10.1007%2Fs10824-018-9322-8>

Batchelor, Bill – Montani, Luca, Exhaustion, Essential Subject Matter and Other CJEU Judicial Tools to Update Copyright for an Online Economy. *Journal of Intellectual Property Law & Practice*. 2015, roč. 10, č. 8, 591–600.

Blázquez, Francisco Javier Cabrera – Cappello, Maja – Grece, Christian – Valais, Sophie, *Territoriality and its Impact on the Financing of Audiovisual Works*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2015. Dostupné z: <https://rm.coe.int/168078347f>

Dootson, Paula – Suzor, Nicolas, The Game of Clones and the Australia Tax: Divergent Views about Copyright Business Models and the Willingness of Australian Consumers to Infringe. *University of New South Wales Law Journal*. 2015, roč. 38, č. 1, s. 206–239.

Dostupné z: <http://www.unswlawjournal.unsw.edu.au/wp-content/uploads/2017/09/38-1-7.pdf>

Doukas, Dimitros, The Sky Is Not the (Only) Limit: Sports Broadcasting without Frontiers and the Court of Justice: Comment on Murphy. *European Law Review*. 2012, roč. 37, č. 5, s. 605–626.

Evropská komise, Doporučení Komise 2005/737/ES ze dne 18. května 2005 o kolektivní přeshraniční správě autorského práva a práv s ním souvisejících pro zákonné on-line hudební služby. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005H0737&from=CS>

Evropská komise, Konzultace k posouzení státní podpory filmů a dalších audiovizuálních děl, 20. 6. 2011. Dostupné z: http://ec.europa.eu/competition/consultations/2011_state_aid_films/issues_paper_cs.pdf

Evropská komise, Sdělení Komise 2013/C 332/01 o státní podpoře filmů a dalších audiovizuálních děl, 15. 11. 2013. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:332:0001:0011:CS:PDF>

Evropská komise, Sdělení Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů – Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě, COM(2015) 100 final. 6. 5. 2015. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A52015DC0192>

European Commission, Commission Staff Working Document: Impact Assessment on the Modernisation of EU Copyright Rules – Part 1, 14. 9. 2016.

Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52016SC0301>

European Commission, Final Report on the E-commerce Sector Inquiry, COM(2017) 229 final, 10. 5. 2017. Dostupné z: http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_final_report_en.pdf

Evropská komise, Souhrnná zpráva o rozhodnutí Komise 2019/C 132/06 ze dne 7. března 2019 týkajícího se řízení podle článku 101 Smlouvy o fungování Evropské unie a článku 53 Dohody o EHP. Dostupné z: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019XC0409\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019XC0409(01)&from=EN)

Erle, Sabrina, The Battle Against Geo-Blocking: The Consumer Strikes Back. *Richmond Journal of Global Law & Business*. 2016, roč. 15, č. 1, s. 1–20. Dostupné z: <https://scholarship.richmond.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1207&context=global>

Fontaine, Gilles (ed.), *Yearbook 2018/2019: Key Trends*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2019. Dostupné z: <https://rm.coe.int/yearbook-keytrends-2018-2019-en/1680938f8e>

Fontaine, Gilles – Grece, Christian, *Origin of films and TV Content in VOD Catalogues in the EU & Visibility of Films on VOD Services*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016. Dostupné z: <https://rm.coe.int/1680783582>

Grece, Christian, *How Do Films Circulate on VOD Services and in Cinemas in the European Union?* Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2016. Dostupné z: <https://rm.coe.int/16807835be>

Grece, Christian, *The Circulation of EU Non-national Films*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory, 2017. Dostupné z: <https://rm.coe.int/the-circulation-of-eu-non-national-films-cinema-tv-and-tvod/16808b35a2>

Higson, Andrew, The Circulation of European Films Within Europe. *Comunicazioni Sociali*. 2018, č. 3, s. 306–323.

Husovec, Martin, Mere Accessibility of Websites Enough for Jurisdiction. *Kluwer Copyright Blog*. 11. 2. 2015. Dostupné z: <http://copyrightblog.kluweriplaw.com/2015/02/11/cjeu-mere-accessibility-of-websites-enough-for-jurisdiction>

Ibáñez Colomo, Pablo, Copyright Licensing and the EU Digital Single Market Strategy. In: Blair, R. D. – Sokol, D. (eds.). *The Cambridge Handbook of Antitrust, Intellectual Property and High Tech*. New York: Cambridge University Press, 2017, s. 339–357.

Jones, Huw D., Introduction: The Media in Europe's Small Nations. In: Jones, H. D. (ed.). *The Media in Europe's Small Nations*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2014, s. 1–18.

Leška, Rudolf, Globalization of Collective Rights Management and the Role of National CMOs. In: Synodinou, Tatiana Eleni (ed.). *Pluralism or Universalism in International Copyright Law*. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law International, 2019 (v přípravě).

Lundstedt, Lydia, *Territoriality in Intellectual Property Law*. Stockholm: Stockholm University, 2016.

Macek, Jakub – Zahrádka, Pavel, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic. In: Hick, D. H. – Schmücker, R. (eds.). *The Aesthetics and Ethics of Copying*. London: Bloomsbury, 2016, s. 335–358.

PISF, Programy Operacyjne Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej na rok 2019. 2019. Dostupné z: www.pisf.pl/files/dokumenty/po_2019/Programy_Operacyjne_PISF_2019.pdf

Polčák, Radim, Territoriality of the Copyright Law. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.). *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Berlin: Springer, 2020 (v přípravě).

Poort, Joost – Hugenholtz, Bernt – Lindhout, Peter – Til, Gijs van, Film Financing and the Digital Single Market: Its Future, the Role of Territoriality and New Models of Financing. Leden 2019. Dostupné z: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629186/IPOL_STU\(2019\)629186_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629186/IPOL_STU(2019)629186_EN.pdf)

Szczepanik, Petr, Channels and Barriers of Cross-Border Circulation in the Era of Online Platforms: A Small-Market Perspective. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.). *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Berlin: Springer, 2020 (v přípravě).

Szczepanik, Petr – Zahrádka, Pavel (eds.), *Mapa audiovizuálního pole v České republice z hlediska digitalizace a strategie jednotného digitálního trhu v České republice*. Olomouc: Univerzita Palackého,

2018. Dostupné z: https://www.academia.edu/37989058/Mapa_audiovizuáln%C3%ADho_pole_v_České_republice_z_hlediska_digitalizace_a_strategie_pro_jednotný_digitaln%C3%AD_trh

Tae-Sik, Kim, Finding Larger Transnational Media Markets: Media Practices of the Vietnamese Diasporic Community. In: Szczepanik, P. a kol. (eds.). *Digital Peripheries: The Online Circulation of Audiovisual Content from the Small Market Perspective*. Berlin: Springer, 2020 (v přípravě).

TNS Political and Social, Flash Eurobarometer 411: Cross-border Access to Online Content. Srpen 2015. Dostupné z: http://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2059_411_ENG

VZBV, Geo-blocking: Tearing Down Borders for Digital Content. Říjen 2017. Dostupné z: https://www.vzbv.de/sites/default/files/2017_vzbv_factsheet_geo-blocking_digital_content_1.pdf

Zahrádka, Pavel – Szczepanik, Petr, Jednotný digitální trh jako hrozba, nebo příležitost? Rekonstrukce postojů českých distributorů ke strategii pro vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě. *Illuminace*. 2018. roč. 30, č. 3, s. 23–48.

Zemer, Lior, What Copyright Is: Time to Remember the Basics. *Buffalo Intellectual Property Law Journal*. 2006. roč. 4, č. 2, s. 54–83. Dostupné z: <https://digitalcommons.law.buffalo.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=buffaloipjournal>

II PRÁVNÍ PŘEDPISY

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1128 ze dne 14. června 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.

Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017R1128&from=CS>

Nařízení Evropské unie č. 2018/302 Evropského parlamentu a Rady ze dne 28. února 2018 o řešení neoprávněného zeměpisného blokování a dalších forem diskriminace založených na státní příslušnosti, místě bydliště či místě usazení zákazníků v rámci vnitřního trhu a o změně nařízení (ES) č. 2006/2004 a (EU) 2017/2394 a směrnice 2009/22/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0302&from=CS>

Směrnice Rady 93/83/EHS ze dne 27. září 1993 o koordinaci určitých předpisů týkajících se autorského práva a práv s ním souvisejících při družicovém vysílání a kabelovém přenosu. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:31993L0083&from=CS>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/29/ES o harmonizaci určitých aspektů autorského práva a práv s ním souvisejících v informační společnosti. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32001L0029&from=CS>

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. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=CS>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/26/EU ze dne 26. února 2014 o kolektivní správě autorského práva a práv s ním souvisejících a udělování licencí pro více území k právním k užití hudebních děl online na vnitřním trhu. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0026&from=CS>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2015/1535 ze dne 9. září 2015 o postupu při poskytování informací v oblasti technických předpisů a předpisů pro služby informační společnosti. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015L1535&from=cs>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/789, kterou se stanovují pravidla pro výkon autorského práva a práv s ním souvisejících, jež se použijí na některá online vysílání vysílacích organizací a převzatá vysílání televizních a rozhlasových programů, a kterou se mění směrnice Rady 93/83/EHS. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0789&from=EN>

Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/790, o autorském právu na jednotném digitálním trhu, kterou se mění směrnice 96/9/ES a 2001/29/ES. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0790&from=EN>

II SOUDNÍ ROZHODNUTÍ

Rozsudek Soudního dvora EU ve spojených věcech C-403/08 a C-429/08 z 4. 10. 2011 Football Association Premier League a další v. QC Leisure a další a Karen Murphy v. Media Protection Services Ltd.

Rozsudek Soudního dvora EU C-604/10 z 1. 3. 2012 Football Dataco a další v. Yahoo UK Limited a další.

Rozsudek Soudního dvora EU C-173/11 z 18. 10. 2012 Football Dataco a další v. Sportradar.

Rozsudek Soudního dvora EU C-170/12 z 3. 10. 2013 Pinckney v. KDG Mediatech AG.

Rozsudek Soudního dvora EU C-441/13 z 22. 1. 2015 Pez Hejduk v. EnergieAgentur.NRW GmbH.

Autoři:

Pavel Zahrádka (Univerzita Palackého v Olomouci)
Rudolf Leška (Univerzita Palackého v Olomouci)
Petr Szczepanik (Univerzita Palackého v Olomouci)

Výkonná redaktorka Agnes Hausknotzová
Odpovědná redaktorka Lucie Loutocká
Jazyková redaktorka Jana Mahelová
Grafická úprava a sazba Petr Barták

Vydala Univerzita Palackého v Olomouci
Křížkovského 8, 771 47 Olomouc

1. vydání
Olomouc 2019

ISBN 978-80-244-5530-3 (online : PDF)
Neprodejné

VUP 2019/0177