

Pavel Zahrádka – Petr Szczepanik

## Jednotný digitální trh jako hrozba, nebo příležitost?

*Rekonstrukce postojů českých distributorů ke strategii pro vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě*

Představte si, že se chcete podívat například na festivalovými cenami ověřený a evropským programem MEDIA kofinancovaný německý film *WESTERN* (Valeska Grisebach, 2017), jehož krátkou cestu českými kiny (festivalové uvedení na MFF Karlovy Vary a kinopremiéru v říjnu 2017) jste propásli a jenž není v ČR v online distribuci. Umíte německy, a tak se podíváte na informace o dostupnosti na oficiální webové stránce filmu. Když se pokusíte film spustit na iTunes, objeví se hlášení „Požadovaná položka není k dispozici v českém obchodu, ale je k dispozici v německém obchodu. Chcete-li ji zobrazit, klikněte na možnost Změnit obchod“. Pokus o „změnu obchodu“ končí dalším hlášením: „Vaše Apple ID je platné pouze pro nákupy v českém iTunes Storu. Budete přesměrováni na příslušný obchod.“ Přestože je film dostupný v nabídce německých katalogů VOD služeb, jakýkoliv pokus o jeho zakoupení či půjčení v rámci audiovizuální online služby je odsouzen k neúspěchu, tj. v lepším případě končí přesměrováním na služby určené pro lokální trh, v horším případě zablokováním přístupu k nabízenému obsahu. Jediná možnost, která vám zbývá, je tedy buď dojet si do nejbližšího kina v Německu, které film právě promítá (podle oficiální stránky filmu se v nejbližší době žádné projekce nekonají), anebo si jej objednat na DVD, například přes službu Amazon.de. Takzvaná geoblokace se netýká jen filmů, ale také televizních seriálů a paradoxně i děl vytvářených primárně pro internet. Blokováný je například přístup k úspěšnému německému webseriálu *WISHLIST*, který produkoval a na internetu šíří veřejnoprávní portál funk ([www.funk.net](http://www.funk.net)). Pokus o jeho přehrání končí hlášením „Dieses Video ist in Deinem Land nicht verfügbar“ (na domovském portálu funku), respektive „Video není k dispozici. Uživatel, který toto video nahrál, ho nezpřístupnil pro vaši zemi“ (na dedikovaném kanálu YouTube).

Tato situace se zdá být — minimálně z hlediska diváka — paradoxní, protože přenos informace v digitálním formátu je bezpochyby méně logisticky náročný než například dovoz DVD ze zahraničí. Proč si nemohu zakoupit film v nabídce zahraniční audiovizuální online služby, podobně jako si mohu ze zahraničí objednat film na fyzickém nosiči? Proč poskytovatelé audiovizuální online služby ověřují místo, odkud se připojuji k internetu? Ověřují snad prodejci zmrzliny v Itálii mou národnost či místo mého bydliště při jejím ná-

kupu? Proč panuje asymetrie mezi volným pohybem zboží a služeb v rámci trhu s fyzickým a digitálním zbožím? Podobnou frustraci donedávna zakoušeli předplatitelé audiovizuálních online služeb, kteří k nim po vycestování za hranice země, kde si předplatné pořídili, ztráceli přístup. Jak je možná diskriminace v přístupu ke službě na základě místa, ve kterém se spotřebitel právě nachází, resp. připojuje k internetu? Na tyto a podobné problémy související s tvorbou, distribucí a spotřebou kulturních obsahů (resp. veškerého zboží obchodovaného prostřednictvím internetových služeb) zareagovala Evropská komise v roce 2015, když předložila návrh na reformu regulace digitálního trhu, tzv. strategii pro vytvoření jednotného digitálního trhu v Evropě. Tento návrh nicméně vyvolal neobyčejně silnou negativní reakci zástupců evropského audiovizuálního průmyslu. Tři roky trávající diskuze o právní regulaci dala vzniknout řadě nejrůznějších protestů, prohlášení a analýz a udržuje soustavnou lobbistickou aktivitu v Bruselu.

Pro badatele se tak otevřela jedinečná možnost studovat dosud přehlížené obchodní modely audiovizuální distribuce v éře digitalizace, disproporce mezi technickým vývojem a právními rámci regulujícími průmyslovou praxi, rozdíly v postavení různých typů trhů a aktérů, stejně jako jejich hodnotové postoje v pozadí. Většina komparativní literatury o online distribuci,<sup>1)</sup> geoblokaci<sup>2)</sup> a regulaci audiovizuálního průmyslu v éře digitalizace<sup>3)</sup> se soustředí na větší mediální trhy, resp. na trhy s vlivným postavením v rámci globální či alespoň přeshraniční cirkulace audiovizuálních obsahů a služeb. Polemiky o jednotném digitálním trhu nabízejí proto příležitost zaměřit se na odlišnosti distribuční praxe, kulturní politiky a dopadů evropské regulace v malých národních trzích EU, zaujímajících periferní postavení v kulturním i ekonomickém ohledu.<sup>4)</sup>

## 1. Strategie pro vytvoření jednotného digitálního trhu a audiovizuální průmysl

Tato studie si klade otázku, jakým stávajícím a potenciálním problémům a výzvám čelí aktéři audiovizuálního průmyslu v České republice v souvislosti s digitalizací a evropskou regulací digitálního trhu. Jejím cílem je rekonstrukce postojů distributorů ke strategickému záměru Evropské komise vytvořit v Evropě jednotný digitální trh. Identifikace jejich postojů a názorů umožní lepší porozumění základním principům fungování filmového a televizního průmyslu na malém národním trhu. Kromě toho představení postojů čes-

- 1) Srov. např. Dina Iordanova – Stuart Cunningham (eds.), *Digital Disruption: Cinema Moves On-line*. St. Andrews: St. Andrews Film Studies 2012; Virginia Crisp, *Film Distribution in the Digital Age: Pirates and Professionals*. Basingstoke: Palgrave Macmillan 2015; Ramon Lobato, *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: NYU Press 2019.
- 2) Ramon Lobato – James Meese (eds.), *Geoblocking and Global Video Culture*. Amsterdam: Institute of Network Cultures 2016.
- 3) Karen Donders – Caroline Pauwels – Jan Loisen (eds.), *The Palgrave Handbook of European Media Policy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan 2014; Terry Flew – Petros Iosifidis – Jeanette Steemers (eds.), *Global Media and National Policies: The Return of the State*. Basingstoke: Palgrave Macmillan 2016; Nolwenn Mingant – Cecilia Tirtaine (eds.), *Reconceptualising Film Policies*. New York: Routledge, Taylor & Francis 2018.
- 4) K prvním pokusům popsat specifika malých, periferních mediálních trhů ve vztahu k evropským regulačním iniciativám patří práce estonských badatelů, např. Indrek Ibrus, *The EU Digital Single Market as a Mission Impossible: Audio-visual Policy Conflicts for Estonia*. *International Journal of Digital Television* 7, 2016, č. 1, s. 23–38.

kých distributorů umožní jednak jejich zasazení do širší diskuze mezi představiteli audiovizuálního průmyslu v EU a evropskými regulátory, a jednak diferenciaci postojů představitelů audiovizuálních průmyslů s ohledem na specifika malého trhu. Jsou to totiž právě hlasy představitelů kulturních průmyslů z menších států a trhů v Evropě, které nejsou v diskuzích dostatečně reflektovány z důvodu jejich slabého lobbistického zastoupení na úrovni unijní politiky či slabšího postavení v rámci asociací zastupujících dílčí odvětví kulturních průmyslů v Evropě.

Evropská komise představila v polovině roku 2015 strategii pro jednotný digitální trh, jejímž hlavním cílem je odstranění překážek pro volný pohyb digitálních produktů a služeb mezi zeměmi EU.<sup>5)</sup> Jednou z oblastí, na kterou strategie míří, je lepší přeshraniční dostupnost kulturních obsahů, které zatím často brání takzvaná geoblokace, tedy zamezení přístupu k online obsahu na základě zeměpisné polohy uživatele internetu. Zákazníci z jiných členských států, než je stát poskytovatele obsahu, si nemohou zakoupit přístup k nabízeným digitálním knihovnám s audiovizuálním obsahem, popř. ještě donedávna ztratili přístup k zakoupené online videotéce po překročení 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 Evropské unie. Teritoriální roztržičnost digitálního trhu v Evropě je tudíž v rozporu se čtyřmi základními ekonomickými svobodami vnitřního trhu Evropské unie zaručujícími volný pohyb služeb, zboží, kapitálu a osob.

Jaké další důvody — kromě lepší dostupnosti audiovizuálních děl a přenositelnosti audiovizuálních služeb — uvádějí zastánci vytvoření jednotného digitálního trhu v 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 evropské filmy v roce 2015 dostupné na TVOD platformách v EU v průměru v 2,8 zemích (koprodukované filmy v průměru v 3,6 členských zemích), zatímco americké filmy jsou v nabídce TVOD platforem v průměru v 6,8 zemích EU.<sup>6)</sup> Podle novější studie EAO se nízká míra exportovatelnosti evropských audiovizuálních obsahů dotýká především menších zemí, přičemž katalogy TVOD služeb nabízejí větší diverzitu a zároveň umožňují jednotlivému titulu dostat se do více zahraničních teritorií (průměrně 3,7) než kinodistribuce (2,9) a televizní vysílání (1,8). VOD služby zároveň umožňují lepší přeshraniční cirkulaci čistě národních titulů než kino a televize, kde mírně nadpoloviční většinu exportu tvoří mezinárodní koprodukce.<sup>7)</sup>

Podle kritiků je teritorialita autorského práva a složitý proces vypořádání autorských práv jednou z hlavních příčin nízké dostupnosti evropských audiovizuálních děl na portálech videa na vyžádání a teritoriální fragmentace audiovizuálního trhu. Majitelé práv to-

5) Sdělení EK „Strategie pro jednotný digitální trh v Evropě“ (COM(2015) 192), 6. 5. 2015.

6) Christian Grece, *How Do Films Circulate on VOD Services and in Cinemas in the European Union?* Strasbourg: European Audiovisual Observatory 2016, s. 12.

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

tiž využívají teritoriality autorského práva v EU a při udílení licencí pro užití jednoho a téhož audiovizuálního díla uplatňují 28 odlišných národních práv (a nikoliv jedno celoevropské autorské právo). Audiovizuální díla jsou ve výsledku šířena na základě prodeje exkluzivních teritoriálních licencí lokálním distributorům pro vybraná území, kde se předpokládá, že transakční náklady spojené s prodejem územní licence, lokalizací obsahu a jeho propagací budou nižší než příjmy z jeho prodeje v daném území. Pokud chtějí provozovatelé služeb videa na vyžádání nabízet komerčně úspěšné audiovizuální dílo celoevropsky či ve větším počtu členských států, pak často čelí vysokým transakčním nákladům, protože práva na užití díla musí vypořádat s příslušným lokálním distributorem v daném členském státě, ve kterém chtějí dílo zpřístupnit prostřednictvím své služby. Identifikace transakčních aktérů zvyšuje informační náklady. Jejich větší počet zvyšuje počet transakcí. Transakční náklady v neposlední řadě zvyšuje uzavírání licenčních smluv podle příslušného národního práva, které je navzdory harmonizaci v každé zemi odlišné.

Obchodní praxe licencování audiovizuálních děl na základě monoteritoriálních licencí je ovšem považována nejen za příčinu slabé mezinárodní cirkulace audiovizuálních děl, ale také za příčinu jejich přeshraniční nedostupnosti a omezené přeshraniční přenositelnosti audiovizuálních online služeb v EU. Důvodem blokování přístupu k obsahu či audiovizuální službě na základě místa, ze kterého se spotřebitel připojuje k internetu, je skutečnost, že poskytovatel obsahu nedisponuje potřebnou licenci pro dané teritorium, ze kterého spotřebitel vznáší požadavek na užívání služby (navzdory tomu, že se může jednat o předplatitele dané služby).<sup>8)</sup> Uzavírání obsahu do hranic národních států prostřednictvím blokování přístupu k obsahu na základě zeměpisné polohy, odkud se uživatel připojuje k internetu, je kritiky považována za diskriminační vůči jazykovým menšinám, zahraničním studentům, krátkodobě i dlouhodobě usazeným cizincům či zájemcům o cizí jazyk a kulturu.<sup>9)</sup> Hranice národních států v mnoha případech nekopírují kulturní a jazykové hranice. Geoblokace je proto v rozporu s kulturní politikou členských států zaměřenou kromě jiného na šíření národní kultury v zahraničí a oficiální kulturní politikou EU usilující prostřednictvím programů na podporu evropské kulturní tvorby o podporu kulturní rozmanitosti a mezikulturního dialogu. Kritici geoblokačních opatření proto vznášejí rétorickou otázku, jakou hodnotu má umělecké dílo, které může být vnímáno pouze omezeným okruhem zájemců.<sup>10)</sup> Tento argument získává na síle, když zohledníme podíl

8) K otázce, zda praxe blokování přístupu k autorskému dílu v katalogové nabídce poskytovatele audiovizuální online služby má oporu v autorském právu, anebo zda se jedná o nástroj ochrany stávající obchodní praxe založené na časoprostorové kontrole cirkulace audiovizuálního obsahu, viz Pavel Zahrádka, *Geo-Blocking: Protection of Author's Rights, Cultural Diversity, or Outdated Business Model?* *Jahrbuch für Recht und Ethik* 26, 2018, s. 191–208.

9) Viz např. informační kampaň End Geoblocking (<https://endgeoblocking.eu>) pirátské poslankyně Evropského parlamentu Julie Redy či poziční dokument Evropské organizace spotřebitelů BEUC, *Proposal for a Regulation on Online Broadcasting: Position Paper*, 3. 4. 2017. Dostupné online: <[www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-032\\_are\\_beuc\\_position\\_paper\\_regulation\\_on\\_online\\_broadcasting.pdf](http://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-032_are_beuc_position_paper_regulation_on_online_broadcasting.pdf)> [cit. 14. 12. 2018].

10) Viz např. diskuzní příspěvek Lauriho Kivinena, ředitele finské vysílací organizace veřejné služby Yle šířící obsah prostřednictvím rozhlasového, televizního a online vysílání, na Evropském filmovém fóru v Tallinnu v roce 2015. EFFT Session 1: Territoriality: Business Backbone or Barrier? Tallinn, 1. 12. 2015. Dostupné online: <[www.youtube.com/watch?v=U0-yAy7fCQk&list=PLcynQgSF3Mkx18mBRFr7ihTObw9ps\\_Knv&index=14](https://www.youtube.com/watch?v=U0-yAy7fCQk&list=PLcynQgSF3Mkx18mBRFr7ihTObw9ps_Knv&index=14)> [cit. 14. 12. 2018].

evropských grantů na financování audiovizuální produkce a distribuce, resp. skutečnost, že občané zemí přispívajících na vznik audiovizuálních děl k nim posléze nemají přístup (celkový roční rozpočet fondu Eurimages je 26 mil. eur, na program MEDIA je pro rok 2019 vyčleněno 104,7 mil. eur). V neposlední řadě blokování přístupu ke kulturním statkům uzavírá 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 mohou častěji využívat nelegální zdroje obsahu.<sup>11)</sup>

Za účelem odstranění problémů s přeshraniční přenositelností a dostupností autorskoprávně chráněných obsahů v rámci audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání Evropská komise připravila v mezidobí 2015 až 2016 tři relevantní návrhy nařízení či směrnic:

- (1) Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady o zajištění přeshraniční přenositelnosti online služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu (zkráceně „nařízení o přeshraniční přenositelnosti“) stanovuje povinnost pro poskytovatele audiovizuální online služby 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 porízení.<sup>12)</sup> Nařízení vstoupilo v platnost 20. července 2017 a je účinné od 20. března 2018, zatímco následující dva návrhy jsou stále ještě diskutovány v rámci dialogu mezi Komisí, Evropským parlamentem a Radou EU.
- (2) Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady, kterým se stanoví pravidla pro výkon autorského práva a práv s ním souvisejících, která se použijí na některé online přenosy vysílacích organizací a další přenosy televizních a rozhlasových programů (zkráceně „návrh nařízení o online vysílání“) 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, tj. v případě terestriálního vysílání televizní stanice se platnost zásady vztahuje na souběžné online vysílání (neboli *simulcasting*) a službu zpětného zhlédnutí (tzv. *catch-up*). 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. Pokud se smluvní strany nerozhodnou využívání práv k příslušnému audiovizuálnímu dílu teritoriálně omezit, podle zásady země původu bude pro celoevropskou distribuci díla

11) Viz např. Jakub Macek – Pavel Zahrádka, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: The Case of the Czech Republic. In: Darren H. Hick – Reinold Schmücker (eds), *The Aesthetics and Ethics of Copying*. London: Bloomsbury 2016, s. 335–358; Paula Dootson – Nicolas Suzor, 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* 38, 2015, č. 1, s. 206–239; Sabrina Erle, The Battle Against Geo-Blocking: The Consumer Strikes Back. *Richmond Journal of Global Law & Business* 15, 2016, č. 1, s. 1–20. Dostupné online: <<http://scholarship.richmond.edu/global/vol15/iss1/2/>> [cit. 14. 12. 2018].

12) Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady o zajištění přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu, COM(2015) 627.

prostřednictvím doplňkových online služeb postačovat nákup online práv pouze pro teritorium, kde má vysílací organizace hlavní místo podnikání.<sup>13)</sup>

- (3) Návrh směrnice Evropského parlamentu a Rady o autorském právu na jednotném digitálním trhu se přeshraniční dostupností audiovizuálních děl týká jen velmi okrajově. Článek 10 stanovuje povinnost členským státům zřídit nestranný orgán, který bude plnit mediační funkci mezi majiteli práv a poskytovateli služeb videa na vyžádání při vyjednávání licencí pro šíření audiovizuálních děl na těchto portálech. Přičemž předpokladem pro využití vyjednávacího mechanismu je vůle obou smluvních stran uzavřít licenční dohodu. Návrh směrnice obsahuje řadu dalších článků, které se snaží překlenout tzv. hodnotovou propast (*value gap*) mezi vzrůstajícím zájmem o autorská díla dostupná na internetu a klesajícími příjmy majitelů práv. V této souvislosti je relevantní především článek 13, který zavádí pro poskytovatele služeb informační společnosti, které umožňují ukládání velkého množství děl a jejich zpřístupnění veřejnosti, povinnost přijmout ve spolupráci s nositeli práv opatření, která zajistí fungování uzavřených dohod s nositeli práv nebo která zabrání tomu, aby neautorizovaný obsah byl v rámci jejich služeb dostupný. Pro tento účel je v paragrafu 1 článku 13 navrženo jako jedno z možných opatření použití účinné technologie rozpoznávání obsahu, které musí být vhodné a přiměřené.<sup>14)</sup>

## 2. Definice předmětu zkoumání a metodologie výzkumu

Pro účely této studie přizpůsobujeme pojem „audiovizuálního díla“ současné distribuční praxi a omezujeme jej na celovečerní hrané filmy, televizní seriály a webseriály, tedy na typy obsahu, které naplňují definici autorského díla<sup>15)</sup> a v mainstreamových distribučních kanálech mají status tzv. prémiového obsahu. Do předmětu zájmu naopak nespádá například uživatelé vytvářený obsah na platformách typu YouTube, publicistické a zpravodajské televizní pořady, sportovní přenosy, reklama či videohry.

Cílem studie je 1) rekonstrukce a analýza postojů distributorů audiovizuálních děl v ČR k nedávné iniciativě Evropské komise reformovat právní rámec pro jednotný digitální trh v EU a 2) popis jejich názorů na rizika a příležitosti, kterým v současnosti aktéři na malém audiovizuálním trhu čelí v souvislosti s digitalizací kulturních průmyslů a jejich právní regulací. Pojem digitalizace zde nechápeme v úzkém smyslu jako technický proces převodu analogových dat do digitální formy (*digitization*), ale jako proměnu mediálních infrastruktur a obchodních praxí, kterou digitalizace v užším smyslu přinesla (*digitalization*).<sup>16)</sup>

13) Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady, kterým se stanoví pravidla pro výkon autorského práva a práv s ním souvisejících, která se použijí na některé online přenosy vysílacích organizací a další přenosy televizních a rozhlasových programů, COM(2016) 594.

14) Návrh směrnice Evropského parlamentu a Rady o autorském právu na jednotném digitálním trhu, COM(2016) 593.

15) Viz § 2 odst. 1 zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů.

16) K tomuto pojmovému rozlišení srov. např. Klaus Bruhn Jensen – Robert T. Craig (eds.), *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. Malden, MA – Oxford: Wiley Blackwell 2016, s. 556–565.



V letech 2016–2018 jsme provedli sérii polostrukturovaných rozhovorů se zástupci jedenácti vybraných distributorů audiovizuálních děl v ČR jakožto klíčovými stakeholdery v debatě o jednotném digitálním trhu.<sup>17)</sup> Kritériem výběru respondentů byly následující dvě podmínky: a) jedná se o distributora audiovizuálních děl, který buď agreguje práva na distribuci filmů a televizních seriálů, anebo produkuje původní audiovizuální díla za účelem jejich zpřístupnění spotřebitelům v ČR; b) součástí jeho distribuční strategie je buď zpřístupňování děl prostřednictvím audiovizuálních online služeb, anebo prodej práv následným aktérům hodnotového řetězce působícím v oblasti online distribuce. Výzkumný vzorek jsme dále strukturovali podle kritérií, která vyplývají ze samotné praxe šíření audiovizuálních děl: podle pozice na trhu, typu dominantního produktu, obchodního modelu a cílové skupiny. Okruh respondentů ve výsledku zahrnoval nejvlivnější reprezentanty jednotlivých typů distribuční praxe a opačných pólů audiovizuálního pole, tj. mainstreamové komerční a artové či okrajové komerční a artové audiovizuální produkce.<sup>18)</sup> Výzkumný vzorek dále zahrnoval jak poskytovatele obsahu pomocí služeb videa na vyžádání, a to prostřednictvím obchodního modelu založeného na jednorázové platbě za obsah (TVOD), předplatném (SVOD) a reklamě (AVOD), tak i poskytovatele doplňkových televizních služeb videa na vyžádání.<sup>19)</sup>

Vzorek respondentů tedy tvořili distributoři vybraných typů audiovizuálních děl působící na českém trhu, kteří zhodnocují práva na online distribuci prostřednictvím audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání. Přičemž audiovizuální mediální službou na vyžádání rozumíme v souladu s její definicí v zákoně „službu informační společnosti, za kterou má redakční odpovědnost poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání a jejímž hlavním cílem je poskytování pořadů veřejnosti za účelem informování, zábavy nebo vzdělávání, a která umožňuje sledování pořadů v okamžiku zvoleném uživatelem a na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání“.<sup>20)</sup> Z definice vyplývá, že mezi audiovizuální mediální služby na vyžádání nepatří platformy pro sdílení videonahrávek na internetu, je-

17) Výzkumný vzorek zahrnoval firmy Bontonfilm (Ondřej Kulháněk, 31. 1. 2017; Martin Palán a Oldřiška Rychtaříková, 5. 11. 2018), CinemArt (Aleš Danielis, 10. 11. 2016, 27. 6. 2018), Aerofilms (Ivo Andrlé, 14. 12. 2016, 26. 1. 2017), Doc Alliance Films (Diana Tabakov, 23. 2. 2017), Prima (Štěpán Hykš a Pavel Kubina, 28. 2. 2017), Česká televize (Tomáš Gawron a Jindřich Vodička, 31. 1. 2017), O<sub>2</sub> Czech Republic (Viera Kasalová, 16. 2. 2017), Banaxi Limited (Radek Přikryl a Jan Lakomý, 24. 2. 2017, 10. 1. 2018), Film Europe (Ivan Hronec, 19. 6. 2017), Seznam (Věra Průchová, 21. 4. 2017; Věra Průchová a Igor Kalaš, 14. 6. 2018), Google (Milan Zubíček a Marcin Olender, 20. 4. 2017, 14. 6. 2018).

18) Členění audiovizuálního pole na podpole podle míry ekonomického a kulturního kapitálu je převzato z: Petr Szczepanik a kol., *Studie vývoje českého hraného kinematografického díla*. Praha: SFK 2015. Dostupné online: <[https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie\\_vyvoj\\_hrany\\_final.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie_vyvoj_hrany_final.pdf)> [cit. 14. 12. 2018].

19) V tomto ohledu je důležité rozlišení mezi dvěma typy audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání, a to mezi interaktivními službami nabízejícími neustálý či časově omezený přístup ke katalogu pořadů (tzv. služby videa na vyžádání) a online službami, které mají doplňkový charakter ve vztahu k lineárnímu televiznímu vysílání a které umožňují zhlédnutí pořadu po určitou dobu (obvykle v rozmezí 7 až 30 dnů) od jeho odvysílání (tzv. služby zpětného zhlédnutí neboli televizní služby na vyžádání). Tyto televizní služby na vyžádání jsou povětšinou dostupné na webových stránkách veřejnoprávního nebo komerčního provozovatele televizního vysílání a ve většině případů jsou poskytovány bezplatně.

20) § 2 odst. 1 písm. a) zákona č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů.

jichž provozovatelé nemají redakční odpovědnost za uživateli nahrávaný videoobsah. Nicméně i tyto služby jsou předmětem našeho výzkumu, pokud jsou využívány k distribuci profesionálního videoobsahu se svolením majitelů práv (např. oficiální YouTube kanály distributorů).

Základním tématem studie jsou postoje distributorů k právním reformám, které mají přispět k vytvoření jednotného digitálního trhu. Otázky, které jsme respondentům kladli, se tedy týkaly primárně jejich názorů na problematiku přeshraniční přenositelnosti audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání a přeshraniční dostupnosti audiovizuálních děl v EU prostřednictvím těchto služeb. V této souvislosti jsme tematizovali také aktuální distribuční praxe a zjišťovali jsme názory na dopady stávajícího autorskoprávního systému v České republice na zhodnocování audiovizuálních děl, na význam zeměpisného blokování pro udržitelnost jejich obchodních modelů a na překážky přeshraniční cirkulace, a to v závislosti na typu šířeného audiovizuálního obsahu, cílové skupiny a distribučního kanálu. V souvislosti s problémem přeshraniční dostupnosti audiovizuálního obsahu jsme s respondenty diskutovali tři modelové scénáře pro vytvoření jednotného digitálního trhu: 1) povolení tzv. pasivního prodeje u poskytovatelů audiovizuálních online služeb; 2) rozšíření zásady země původu na doplňkové online služby televizních vysílatelů; 3) rozšíření zásady země původu na veškeré audiovizuální online služby.<sup>21)</sup> Na závěr rozhovoru měli respondenti možnost vyjádřit se volně k problémům, které považují za nejpalčivější z hlediska vývoje trhu, stávající právní regulace a lepší cirkulace audiovizuálních děl v Evropě. Pro účely analýzy jsme zvolili metodu otevřeného a axiálního kódování dat, která nám umožnila identifikovat hlavní rizika a příležitosti jednotného digitálního trhu z pohledu distributorů na malém trhu, objasnit jejich širší kontext a příčinné souvislosti a identifikovat shodu, či naopak rozdíly v postojích respondentů.<sup>22)</sup>

21) Podle modelu pasivního prodeje (tj. prodeje realizovaného nabyvatelem licence v reakci na nevyžádaný požadavek spotřebitele z nelicencovaného území) je poskytovatel audiovizuální online služby povinen vypořádat práva pouze pro teritoria, ve kterých aktivně propaguje a nabízí obsah. Zároveň ale poskytovatel může vyhovět požadavku na zakoupení služby či obsahu vzneseného spotřebitelem z nelicencovaného teritoria, ve kterém své služby aktivně nenabízí. Jinak řečeno, stávající praxe prodeje audiovizuálních děl na základě teritoriálních licencí je v tomto scénáři doprovázena zákazem blokování přístupu k obsahu z území, pro která poskytovatel služby nemá práva vypořádána. Modelový scénář uplatnění zásady země původu na audiovizuální mediální služby na vyžádání umožňuje poskytovateli služby, který chce svůj obsah nabídnout spotřebitelům ve všech 28 členských zemích 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 možnosti teritoriálního omezení výkonu práva, vytváří panevropský prostor pro poskytování audiovizuálních online služeb a odstraňuje fragmentaci audiovizuálního trhu podle hranic národních států.

22) Více k tomu viz Anselm Strauss – Juliet Corbin, *Základy kvalitativního výzkumu*. Praha: Albert 1999.



### 3. Postoje distributorů audiovizuálního obsahu v ČR k vytvoření jednotného digitálního trhu

Odpovědi respondentů jsme rozčlenili do pěti základních kategorií jednak podle předem zvolených témat polostrukturovaných rozhovorů zaměřených na zjišťování jejich postojů ke strategii jednotného digitálního trhu, a jednak podle jejich názorů na potřebnost reformy právních norem regulujících produkci, distribuci a spotřebu audiovizuálních děl z hlediska vývoje audiovizuálního trhu v ČR.

#### 3.1 Přeshraniční přenositelnost služeb videa na vyžádání

Poskytovatelé audiovizuálních online služeb za úhradu jsou od 1. dubna 2018 povinni zajistit jejich přeshraniční přenositelnost. Komisní návrh nařízení vyvolával mezi distributory v porovnání s ostatními zde diskutovanými reformními návrhy nejmenší kontroverzi. Distributoři se povětšinou shodli na tom, že zajištění přístupu k audiovizuální online službě zákazníkům během jejich dočasného pobytu v zahraničí je akceptovatelným ústupkem audiovizuálního průmyslu vůči plánům Komise na vytvoření jednotného digitálního trhu.<sup>23)</sup> Nařízení totiž nenarušuje princip teritoriality a tržní monopol distributora, ale prostřednictvím právní fikce umožňuje zákazníkům užívat zakoupenou službu i v jiných členských státech EU, kde dočasně pobývají. Užití služby spotřebitelem při jeho dočasném pobytu v zahraničí je totiž v souladu s nařízením pojímáno tak, že ke sdělování díla veřejnosti dochází v členském státě, pro který má poskytovatel služby příslušnou teritoriální licenci a ve kterém si spotřebitel službu zakoupil.

Navzdory obecné shodě, že nařízení je v zásadě akceptovatelným kompromisem, panovaly mezi distributory odlišnosti v názoru na striktnost mechanismů verifikace místa bydliště uživatele služby. Poskytovatelé služeb operující pouze v jednom členském státě, tj. bez možnosti cenové diskriminace napříč členskými státy EU, byli v průběhu diskuze benevolentnější při nastavování verifikačních mechanismů (vlastnictví bankovního účtu, nemovitosti či úhrada licenčního poplatku za jiný typ služby jako například nájem či mobilní tarif), které zaručí přenositelnost služby rovněž pro dlouhodobě usazené cizince či předplatitele služby, kteří vlastní účet či nemovitost v příslušném členském státě. Důvodem jejich postoje je minimalizace 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. Například zástupci TV Prima vnímali opatření kriticky, protože nezvyšuje komerční hodnotu jejich placené online videotéky Prima Play Premium, tj.

23) Například představitelé společnosti Banaxi plní úlohu agregátora práv a přeprodávající distribuční práva poskytovatelům komerčních služeb (mobilním operátorům, výrobcům hardwaru pro automobily apod.), jejichž zákazníci jsou přeshraničně mobilní, nařízení o portabilitě vítají, protože a) zvyšuje uživatelský komfort; b) je férové k zákazníkům, kteří za službu zaplatili, a měli by tudíž mít k ní neustálý přístup, i když se dočasně zdržují v jiných členských státech; c) je v souladu s myšlenkou Evropy jako jednotného kulturního a ekonomického prostoru.

v důsledku přeshraniční přenositelnosti služby nepředpokládají navýšení počtu jejich předplatitelů. Nařízení podle nich naopak zvyšuje náklady poskytovatele služby na verifikaci místa bydliště jejího uživatele.

Naopak poskytovatelé audiovizuálních online služeb ve větším počtu území kladli důraz na striktnější verifikační mechanismy (omezení doby trvání „dočasné přítomnosti v jiném členském státě, než je členský stát bydliště“; zápis do místních voličských seznamů apod.). Nařízení 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 — jak ukážeme v následujícím oddíle — pro fungování audiovizuálního průmyslu klíčové.

### 3.2 Přeshraniční dostupnost audiovizuálního obsahu

Diskuze o zajištění lepší přeshraniční dostupnosti obsahu — ať už prostřednictvím modelu pasivního prodeje nebo zjednodušením vypořádání práv pro online distribuci podle zásady země původu — se ukázala v rozhovorech s distributory jako nejvíce 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 potenciální výhodu anulovaly: 1) ztráta teritoriálního monopolu povede k přeshraniční kanibalizaci příjmů generovaných v postupně se otevírajících distribučních oknech; 2) rozšířením zásady země původu na doplňkové online služby televizních vysílatelů budou tito aktéři zvýhodněni vůči poskytovatelům služeb videa na vyžádání; 3) prolomení teritoriality ohrožuje financování vzniku audiovizuálních děl formou předprodeje práv, zvláště v případě mezinárodních koprodukcí; 4) redukce transakčních nákladů spojených s uzavíráním smluv mezi aktéry licenčního řetězce v souvislosti se zaváděním jednotného digitálního trhu není potřebná a posiluje tržní dominanci nadnárodních hráčů, resp. oslabuje postavení menších lokálních distributorů.

#### 3.2.1 *Jednotný digitální trh a ztráta teritoriálního monopolu*

Distributoři audiovizuálního obsahu v ČR upozorňují — podobně jako evropské asociace audiovizuálního průmyslu sdružující filmové agentury, evropské distributory a producenty — na základní hrozbu, kterou pro ekosystém evropského audiovizuálního průmyslu představuje přeshraniční dostupnost audiovizuálního obsahu v rámci obou reformních scénářů jednotného digitálního trhu (pasivní prodej, uplatnění zásady země původu ve vztahu k audiovizuálním online službám), tj. nemožnost zabránit spotřebitelům z nelicencovaného území v online přístupu k nabízenému obsahu v licencovaném území. Touto hrozbou je narušení teritoriálního monopolu distributora, který je doposud zaručen nákupem exkluzivní teritoriální licence. Teritoriální exkluzivita licence je nástrojem, kterým

aktéři hodnotového řetězce eliminují tržní rizika spojená se zhodnocováním audiovizuálních děl, jejichž výroba vyžaduje vysokou finanční investici a jejíž návratnost je vzhledem ke zkušenostní povaze kulturních statků nejistá.

Důvody, proč se distributoři audiovizuálních děl v ČR obávají prolomení virtuálních hranic mezi národními trhy, se ovšem částečně liší od těch, které uvádějí organizace sdružující evropské aktéry filmového průmyslu (EFADs, CEPI, FIAPF ad.). Studie, kterou zadala koalice zástupců audiovizuálního průmyslu (např. BASE, EFADs, FIAPF, MPA, Sky aj.), upozorňuje na nebezpečí přeshraniční kanibalizace příjmů způsobené odlivem spotřebitelů k zahraničním službám s bohatší nebo levnější obsahovou nabídkou.<sup>24)</sup> Přeshraniční dostupnost audiovizuálních služeb nabízených v jiných členských zemích by podle studie navíc znemožnila cenovou diskriminaci, tj. nastavení přiměřené ceny vzhledem ke kupní síle publika v daném členském státě, a vedla by k nivelizaci cenových rozdílů mezi audiovizuálními online službami napříč členskými státy. Na tu by nejvíce doplatili spotřebitelé v zemích s nižší úrovní příjmu (tj. obyvatelé zemí střední a východní Evropy a pobaltských zemí), protože ceny lokálně poskytovaných audiovizuálních mediálních služeb by se navýšily na úroveň cenové hladiny služeb poskytovaných v zemích západní Evropy.<sup>25)</sup>

Čeští distributoři se ztráty teritoriálního monopolu obávají především v souvislosti s dostupností služeb na českém a slovenském audiovizuálním trhu vzhledem k jazykové a kulturní provázanosti obou zemí. Tuto obavu ovšem oslabuje fakt, že většina z našich respondentů pracuje s českým a slovenským trhem jako jednotným trhem a licence nakupuje pro obě země jako pro jeden celek. To znamená, že lokální distributoři mají kontrolu nad šířením obsahu v obou teritoriích. V přístupu ke streamovacím službám nabízených v ostatních členských státech by převážnou část českých spotřebitelů podle nich odradila absence lokalizace obsahu v národním jazyce, platba v cizí měně a komunikace v cizím jazyce. Možnosti přeshraniční nabídky služeb by podle nich využili především spotřebitelé, kteří si doposud obsah pořizují z nelegálních zdrojů. Ve většině případů se jedná 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.

Jednotný digitální trh neohrožuje primárně distributory audiovizuálního obsahu v ČR, protože většina z nich včetně obchodních agentů nakupuje licence pro oba trhy zároveň a distribuci obsahu dokáže synchronizovat tak, aby nedocházelo k časovému překrývání distribučních oken. Distributoři se nicméně shodují v názoru (hájeném především distributory mainstreamové produkce, jakým je například Bontonfilm), že přeshraniční kanibalizací příjmů bude ohrožena především distribuce obsahů v široce používaných jazycích (především v angličtině) a přenosy sportovních událostí, pro jejichž recepci není jazyková složka tak významná. Možnost přeshraničního přístupu k obsahu proto podle

24) Oxera – Oliver & Ohlbaum, The Impact of Cross-border Access to Audiovisual Content on EU Consumers, květen 2016. Dostupné online: <[https://www.oxera.com/getmedia/dfe44fac-c028-4eb3-bb56-71bdf79b2f9/2016-05-13-Cross-border-report-\(final\).pdf.aspx](https://www.oxera.com/getmedia/dfe44fac-c028-4eb3-bb56-71bdf79b2f9/2016-05-13-Cross-border-report-(final).pdf.aspx)> [cit. 14. 12. 2018].

25) Oxera, Paying More for Less: The Impact of Cross-border Access Initiatives on Consumers in Eastern European and Baltic Countries, říjen 2017. Dostupné online: <[https://www.oxera.com/wp-content/uploads/2018/07/Oxera-report-Paying-more-for-less\\_rev7.pdf.pdf](https://www.oxera.com/wp-content/uploads/2018/07/Oxera-report-Paying-more-for-less_rev7.pdf.pdf)> [cit. 14. 12. 2018].

respondentů 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. Podle vyjádření programového ředitele kinodistribuce společnosti Cinemart — předního kinodistributora hollywoodských filmů a filmů od nezávislých amerických i evropských producentů v ČR a na Slovensku — ohrožuje jednotný digitální trh především evropské distributory z velkých členských zemích EU, ve kterých je oficiálním jazykem angličtina, němčina či francouzština.

U většiny lokálních distributorů převažoval nezáměr o možnost přeshraničního zpřístupnění audiovizuálních online služeb. Obchodní modely naprosté většiny z nich jsou zacíleny na domácí publikum bez ambice expandovat na zahraniční trhy. Velká část jimi nabízeného zahraničního obsahu je v dabované verzi.<sup>26)</sup> V přístupu k lokálně nabízenému obsahu by proto spotřebitelům z jiných členských států bránily přirozené jazykové bariéry (s výjimkou sportovních přenosů). Lokální distributoři rovněž neočekávají ekonomicky relevantní zájem o jejich katalogovou nabídku ze zahraničních teritorií ze strany krátkodobých či dlouhodobých imigrantů, popř. zájemců o českou kulturu a jazyk.

Větším problémem jednotného digitálního trhu — nežli je ztráta teritoriálního monopolu — je pro lokálně působící mainstreamové distributory v ČR pravděpodobné zvýšení ceny licencí u prémiového audiovizuálního obsahu v modelovém scénáři zavedení zásady země původu pro vypořádání práv pro online distribuci audiovizuálních děl bez možnosti teritoriálního omezení výkonu práva. Lokální distributoři se obávají, že pro řadu z nich by se stal prémiový audiovizuální obsah (zvláště americké filmy) cenově nedostupný. Panevropské licence navíc pro ně nemají význam, protože své obchodní aktivity orientují pouze na domácí trh a nemají zájem o distribuci obsahu na trzích v jiných členských státech. Tento problém by se týkal podle lokálních distributorů rovněž sportovních obsahů, protože jejich jazyková složka není z hlediska recepce tak významná jako u ostatních audiovizuálních děl.

Neutrální postoj k zavedení jednotného digitálního trhu vyjádřili distributoři, kteří jsou zároveň producenty vlastního obsahu, jako například představitelé společnosti Seznam, která provozuje lokální streamovací portál Stream.cz s původním krátkoformátovým obsahem určeným sice výhradně pro lokální publikum prostřednictvím obchodního modelu AVOD, nicméně zpřístupňovaným bez jakýchkoliv teritoriálních restrikcí globálně. Princip teritoriality není důležitý z hlediska fungování obchodního modelu online portálu Stream.cz, který je založen na příjmech z doprovodné reklamy a v menší míře product placementu.

Pozitivní, resp. neutrální postoj ke koncepci jednotného digitálního trhu zaujímali pouze provozovatelé globálních VOD portálů a distributoři, kteří působí ve větším počtu teritorií (kromě českého a slovenského trhu), popř. mají ambici proniknout na zahraniční trhy. Zavedení jednotného digitálního trhu a odstranění digitálních bariér uvítali napří-

26) Například provozovatelé videotéky Banaxi uvedli, že licencované obsahy nabízejí převážně v dabované verzi, protože o obsah v původním znění s titulky nemají spotřebitelé zájem, resp. příjmy z jeho prodeje nepokryjí náklady spojené s jeho uložením na server.

klad představitelé společnosti Google, jejichž videotéka Google Play je dostupná ve všech členských zemích EU a ceny nabízených titulů jsou podobné napříč členskými státy.

Reprezentantem neutrálního postoje je agregátor práv a distributor festivalových filmů Film Europe, který usiluje o expanzi na zahraniční evropské trhy (Belgie, Nizozemí a Lucembursko) prostřednictvím partnerství s tamními poskytovateli VOD služeb a satelitními operátory. Obchodní model společnosti Film Europe spočívá ve zhodnocování kurátorsky sestavených skupin titulů prostřednictvím přehlídek pořádaných v českých a slovenských kinech, resp. programových konceptů pro televizní vysílání a balíčků pro VOD portály (B2Can, nejznámější koncept Film Europe, nabízí výběr z festivalů v Berlíně, Cannes a Benátkách, SCANDI je přehlídkou severských filmů). Zakladatel a ředitel společnosti Ivan Hronec vnímá jednotný digitální trh jako nevyhnutelný politický a technologický vývoj Evropy, který neohrožuje jeho distribuční metodu, založenou na festivalovém uvádění, protože to předchází z hlediska časové posloupnosti všem standardním distribučním oknům. Hronec se rovněž neobává zvýhodnění globální konkurence v důsledku jednotného digitálního trhu na úrovni online distribuce, protože na rozdíl od poskytovatelů globálních videoték disponuje potřebnými kontakty a znalostmi pro nákup budoucího vítězného festivalového filmu a v neposlední řadě se specializuje na distribuci artových titulů, které globální hráče tolik nezajímají.

### **3.2.2 Uplatnění zásady země původu na doplňkové online služby televizních vysílatelů**

Poskytovatelé VOD služeb upozornili v diskuzi o modelovém scénáři rozšíření zásady země původu na doplňkové online služby poskytovatelů televizního vysílání na rostoucí význam sledovanosti služeb zpětného zhlédnutí a souběžného televizního vysílání online. Modelový scénář zavádějící panevropské licence pro doplňkové online služby vysílatelů podle nich zvýhodňuje televizní vysílatele oproti službám videa na vyžádání a vytváří neoprávněnou tržní asymetrii.

Analýza dat nicméně odhalila paradoxní skutečnost. Společnosti plánující multiteritoriální digitální distribuci audiovizuálních děl prostřednictvím VOD služeb (např. Banaxi) se na jedné straně obávají — v důsledku přijetí návrhu nařízení o online vysílání — posílení pozice provozovatelů tradičního televizního vysílání, kteří jim konkurují prostřednictvím služby zpětného zhlédnutí. Na druhé straně poskytovatelé lineárního televizního vysílání (ČT, Prima) o uplatnění zásady země původu na jejich doplňkové online služby nemají zájem, protože původní obsahy mohou šířit globálně či multiteritoriálně již nyní (a podle jejich vyjádření tak také u vlastní produkce činí), aniž by čelili vysokým transakčním nákladům při uzavírání licenčních smluv. Kromě toho své služby uzpůsobují primárně potřebám lokálního trhu, a nemají tudíž zájem o expanzi na zahraniční trhy, resp. licence k zahraničním titulům či zahraničním formátům nakupují s omezením pouze pro český, popř. slovenský trh. Nemožnost teritoriální blokace by dokonce mohla ohrozit jejich zhodnocování obsahu na českém a slovenském trhu. Komerční poskytovatelé volně šířeného televizního vysílání v ČR (Prima, Nova) a na Slovensku (Markíza) se proto snaží oba trhy teritoriálně oddělit, tj. blokovat přístup k českým stanicím na Slovensku (pokud se jedná o jejich satelitní a kabelové přenosy) a slovenským spotřebitelům jako náhradu nabídnout specifické národní verze s vlastní tvorbou (Prima PLUS, Nova International)

a naopak.<sup>27)</sup> Důvodem pro vyřazení hlavních plnoformátových televizních kanálů z nabídky satelitních a kabelových operátorů je kromě absence licencí pro vysílání zakoupených zahraničních titulů v zahraničním teritoriu především skutečnost, že české stanice (Nova), které jsou na Slovensku oblíbené, konkurují sesterským stanicím (Markíza) z hlediska sledovanosti, tj. způsobují pokles příjmu z reklamy. Dalším důvodem je obava komerčních vysílatelů (např. TV JOJ) z nekalé přeshraniční konkurence při vysílání akvizičního pořadu (např. zahraničního filmu) v případě, že je tento pořad divákům na Slovensku dříve dostupný právě prostřednictvím služeb kabelového či satelitního operátora přenosu vysílání, protože byl již dříve odvysílán českým vysílatelem.

Televizní vysílatelé dále upozornili na nebezpečí, že v modelovém scénáři zásady země původu může při uzavírání licenčních smluv na filmy a televizní seriály ze strany zahraničních producentů docházet k vyjmutí práv na online distribuci z balíků práv, tj. k exkluzi distribučního okna ohrožujícího hodnotu teritoriální licence. Majitelé autorských práv se totiž mohou rozhodnout, že online práva poskytovateli televizního vysílání neprodají, pokud přeshraniční dosah doplňkových online služeb vysílacích organizací bude ohrožovat hodnotu teritoriální licence pro ostatní členské státy, tj. pokud výkon práva nebude možné teritoriálně omezit. Druhým možným protiopatřením majitelů práv je prodej licence s povinným dabingem. Výsledkem bude v obou případech omezenější nabídka obsahu pro diváky televizního online vysílání. Dalším možným negativním důsledkem pro poskytovatele televizního vysílání je nárůst cen licencí u vybraných typů obsahů (především u prémiových a sportovních obsahů) v případě neomezené přeshraniční dostupnosti doplňkových online služeb.

### 3.2.3 Význam teritoriální exkluzivity pro filmové koprodukce

Podle vyjádření distributorů podílejících se i na výrobě audiovizuálních děl ohrožuje přeshraniční dostupnost obsahu financování filmové produkce, protože ta se z podstatné části opírá o předprodej exkluzivních teritoriálních práv. Nemožnost poskytnout investorům, resp. budoucím distributorům exkluzivní práva na šíření obsahu ve vybraném teritoriu by snížila jejich ochotu investovat do tvorby díla, a tudíž by vedla k poklesu množství vytvořených audiovizuálních děl, zvláště pak mezinárodních koprodukcí. Vzhledem k blízkosti národních jazyků je tento problém nejpalčivější u česko-slovenských koprodukcí, které představují nejčastější typ koprodukcí v české audiovizuální tvorbě, přičemž Slovensko je zároveň hlavním odbytištěm českých filmů. Zástupce artového distributora Aerofilms nicméně negativní dopady přeshraniční dostupnosti obsahu na mezinárodní koprodukcce mírnil názorem, že koprodukční partneři si s problémem kanibalizace příjmů z přeshraničně dostupných distribučních oken dokážou poradit prostřednictvím úpravy koprodukčních smluv, v nichž se koproducenti zaváží k uplatnění holdbacků a synchronizaci distribučních oken v příslušných členských zemích. Tuto možnost, kterou nabízí česko-slovenský trh — vzhledem ke skutečnosti, že řada distributorů působí na obou trzích

27) Ačkoli je otázka satelitního a kabelového přenosu českých celoplošných televizí na Slovensku diskutovanějším problémem, objevily se i kontroverze spojené se slovenskými programy v ČR, viz např. Juraj Koiš, Možnosti příjmu slovenských televizí v ČR. Jak je sledovat i nadále bez omezení? *RadioTV.cz*, 7. 3. 2017, dostupné online: <[www.radiotv.cz/p\\_tv/moznosti-prijmu-slovenskych-televizi-v-cr-jak-je-sledovat-i-nadale-bez-omezeni/](http://www.radiotv.cz/p_tv/moznosti-prijmu-slovenskych-televizi-v-cr-jak-je-sledovat-i-nadale-bez-omezeni/)> [cit. 14. 12. 2018].



současně a práva na obsah nakupuje pro obě teritoria zároveň, tj. dokáží synchronizovat paralelní distribuci obsahu na obou trzích — ovšem v rámci EU nenabízejí ve stejné míře všechny klastery trhů, tvořené jazykově a kulturně spřízněnými zeměmi (jako například Francie a Belgie či Německo a Rakousko).

### 3.2.4 *Transakční náklady spojené s uzavíráním smluv mezi aktéry licenčního řetězce*

Zastánci jednotného digitálního trhu namítají, že teritorialita autorských práv neúměrně zvyšuje transakční náklady aktérů hodnotového řetězce spojené s prodejem a nákupem licencí a poskytováním audiovizuálních online služeb v zahraničí. Tyto transakční náklady mohou vznikat — pomineme-li fázi kontroly dodržování uzavřených licenčních smluv a případné vymáhání nesplněných smluvních závazků — na základě a) právní nejistoty spočívající v neznalosti autorskoprávního systému platného v příslušném zahraničním teritoriu; b) počtu transakčních aktérů, resp. počtu a frekvence samotných transakcí; c) informačních nákladů spojených s identifikací smluvní strany. Podle podkladů Komise by jednou z výhod jednotného digitálního trhu mělo být snížení transakčních nákladů ve smyslu zjednodušení vypořádání práv pro poskytování audiovizuálních online služeb v EU.<sup>28)</sup> Poskytovatel této služby by byl povinen podle zásady země původu vypořádat práva k užití audiovizuálního díla pouze pro zemi, ve které je hlavní místo jeho podnikání. Zakoupená licence by ho nicméně opravňovala nabízet dílo v libovolném počtu dalších členských zemí. Jinak řečeno, poskytovatel mezinárodně působící audiovizuální online služby by prostřednictvím jedné transakce získal licenci pro všechna teritoria, čímž by se snížil jednak počet transakčních aktérů a jednak by se snížila právní nejistota způsobená národními odlišnostmi právních systémů, protože by postačovala znalost právního rámce, který je relevantní pro zemi, kde má poskytovatel služby hlavní místo podnikání.

Naši respondenti považují ovšem jakoukoliv redukci transakčních nákladů za zbytečnou, protože původním držitelem výlučných majetkových autorských práv je podle zákona pouze jeden licencující subjekt — producent audiovizuálního díla — a autorské právo umožňuje producentům udělit distributorovi multiteritoriální licenci pro šíření obsahu:

Když dnes nějaký producent bude chtít teritorialitu prolomit a bude to pro něj z ekonomického pohledu zajímavé, tak to může udělat. Nikde není napsáno, že teritorialitu musí respektovat. [...] O tom, jak se trh chová, rozhodují přece samotní spotřebitelé. Pokud producent bude vědět, že má velkou poptávku na svůj film v onlinu v různých teritoriích, tak to tam dá. (Ivo Andrlé, Aerofilms)

Pokud je to v ekonomickém zájmu producentů, mohou distributorovi prodat multiteritoriální licenci pro celou Evropu (a někteří nezávislí producenti tak v menšině případů také činí). V takovém případě není překážkou pro vstup na zahraniční trh teritoriální odlišnost autorskoprávního systému 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.

28) European Commission, Commission Staff Working Document: Impact Assessment on the Modernisation of EU Copyright Rules — Part 1, 14. 9. 2016, s. 52–55. Dostupné online: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52016SC0301>> [cit. 14. 12. 2018].

Obchodní praxe se nicméně ve většině případů od této hypotetické možnosti odchyluje. Důvody jsou ekonomického rázu: 1) Nedostatečná poptávka po obsahu v určitém teritoriu v důsledku kulturní a jazykové odlišnosti a odlišných spotřebních preferencí nepřevyšuje transakční náklady, které by poskytovatel audiovizuální online služby musel vynaložit na nákup licenční smlouvy a lokalizaci zakoupeného obsahu. 2) Prodej monoteritoriální licence odlišným subjektům, resp. lokálním distributorům, kteří znají lokální trh a dokážou nejlépe připravit propagační kampaň a uvedení obsahu do distribuce, je z hlediska maximalizace ekonomického zisku výhodný, resp. redukuje obchodní nejistotu producentů spojenou s neznalostí daného trhu. 3) Součástí obchodní strategie producenta prémiového obsahu je uchování komerční hodnoty licence pro případ jejího budoucího prodeje lokálnímu distributorovi v novém teritoriu. Aby se zabránilo poškození komerční hodnoty licence k užití díla v jednotlivých teritoriích, zavazují se distributoři při podpisu licenční smlouvy producentům k tomu, že licencované dílo nebudou nabízet a prodávat v jiných členských zemích, pro které nemají zakoupenou příslušnou teritoriální licenci.

Lokální distributoři se navíc obávají, že zjednodušení systému licencování by hrálo do karet velkým nadnárodním platformám, které mají zájem nabízet obsah ve všech 28 teritoriích souběžně. Modelový scénář zjednodušující nákup licencí prostřednictvím zásady země původu by podle distributorů mohl ohrozit malé lokální hráče a 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 při vypořádání autorských práv.

Teritoriální fragmentace audiovizuálního trhu proto podle vyjádření lokálních distributorů chrání lokální audiovizuální služby před konkurenčním tlakem Netflixu, který — chce-li jeden a tentýž obsah nabízet ve všech členských státech EU a nemá-li přímo od producenta celoevropskou licenci — musí online práva vykupovat od lokálních distributorů v jednotlivých teritoriích, čímž se sice navyšuje počet transakčních aktérů, se kterými musí poskytovatel globální služby videa na vyžádání jednat, ale zároveň se tím chrání tradiční model posloupného zhodnocování obsahu v jednotlivých distribučních oknech, který lokální distributoři respektují. Tento druh transakčních nákladů nicméně pomáhají snižovat tzv. agregátoři práv, tj. společnosti, jež se specializují na nákup online práv pro rozsáhlou knihovnu titulů, kterou pak nabízejí audiovizuálním online službám.

Zastupci společnosti Google nabízející audiovizuální obsah prostřednictvím portálu Google Play by zjednodušení procesu vypořádání autorských práv a oslabení principu teritoriality autorského práva uvítali. Podle právního zástupce společnosti Google teritorialita autorského práva a obchodní praxe monoteritoriálních licencí v rámci audiovizuálního sektoru neúměrně zvyšuje transakční náklady (větší počet transakčních aktérů, větší počet smluvních transakcí), kterým čelí distributor, pokud chce licencovaný obsah nabídnout ve všech zemích EU. Cílem společnosti je využití současné technologie, která umožňuje přenos digitálních obsahů s velmi nízkými logistickými náklady napříč teritorii a nabídnout je co možná nejširšímu okruhu spotřebitelů na celém světě. Zjednodušení právních úkonů je proto v souladu s obchodními cíli společnosti.

Většina našich respondentů ovšem s audiovizuálním obsahem obchoduje pouze v českém a slovenském teritoriu a příslušné teritoriální licence nakupuje přímo od producentů

či agregátorů práv. Jinak řečeno, lokální distributoři nečelí problému vysokého počtu transakcí nutných pro vypořádání autorských práv pro příslušné teritorium či informačním nákladům spojeným s identifikací smluvní strany. Distributoři s ambicí expandovat na zahraniční trhy (Banaxi, Film Europe) přiznávají, že zavedení zásady země původu by mohlo zjednodušit proces vypořádání práv pro šíření obsahu ve vícero teritoriích (v případě, že online práva jsou rozprodána lokálním distributorům v jednotlivých zemích — což je častý případ filmů vyrobených nezávislým studiem), ale evaluaci skutečných transakčních nákladů zatím neprovedli.

### 3.3 Nadvláda nadnárodních poskytovatelů VOD služeb na malém trhu

Přestože zjednodušení vypořádání práv pro online distribuci audiovizuálních děl nahraává podle názoru lokálních distributorů poskytovatelům nadnárodních audiovizuálních online služeb, na problém potenciální nadvlády globálně působících VOD služeb z USA na evropském trhu lze nahlížet i opačně. Vysoké transakční náklady spojené s vypořádáním online práv pro každé teritorium zvláště posilují tržní monopol, resp. oligopol nadnárodních portálů, protože jejich provozovatelé disponují rozsáhlými právními službami, s jejichž pomocí si dokáží s problémem fragmentovaného trhu a teritoriální fragmentace autorského práva v EU poradit. Tuto skutečnost potvrdil i právní zástupce společnosti Google, která provozuje globální videotéku Google Play. Evropské poskytovatele audiovizuálních online služeb může naopak tato skutečnost odradit od záměru stát se distributorem s celoevropskou působností. Princip teritoriality proto paradoxně nahraává nadnárodním poskytovatelům audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání k dosažení a udržení celoevropského distribučního oligopolu. Nadvláda globálních platform z USA na evropském trhu proto přímo nesouvisí s výší transakčních nákladů vynaložených na vypořádání autorských práv, ale s jedinečností jejich obchodního modelu, širokou spotřebitelskou základnou a vysokým objemem ekonomického kapitálu, který poskytovatelé obsahu investují nejen do nákupu celosvětových licencí, ale i do tvorby vlastního prémiového obsahu.

Zavedení panevropských licencí (například prostřednictvím uplatnění zásady země původu) bez možnosti teritoriálního omezení výkonu práva by tedy posilovalo výsadní tržní postavení globálních audiovizuálních online služeb, ale z jiného důvodu, než je redukce transakčních nákladů spojených s převodem práv. Obchodní model nadnárodních portálů je totiž kompatibilní s územním rozsahem panevropské licence. Lokální distributoři se obávají, že globální portály nabízející své služby v oblasti online distribuce napříč členskými státy EU se v modelovém scénáři panevropských licencí stanou pro producenty a obchodní agenty nejatraktivnějšími smluvními partnery, kteří si mohou dovolit investovat do nákupu celoevropské licence, protože disponují potřebným finančním kapitálem a zakoupenou licenci k užití díla dokáží zhodnotit napříč členskými státy EU.

Konkurenční boj s globálními hráči na úrovni nákupu obsahu ovšem podle vyjádření lokálních distributorů probíhá již nyní, a to bez ohledu na zavádění jednotného digitálního trhu. Čeští distributoři čelí při nákupu zvýšenému konkurenčnímu tlaku Netflixu, který usiluje o zakoupení celoevropských či celosvětových distribučních práv, čímž může v případě zakoupení teritoriálně exkluzivních práv obsah lokálním distributorům takřka „vykoupit“. 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 sekvenční distribuce 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 zprostředkovaně i digitální publikum pro následné zhodnocení titulu v rámci nabídky audiovizuální online služby. Obchodní model společnosti Amazon spočívá podle vyjádření lokálních distributorů v prodeji veškerých práv příslušnému lokálnímu distributorovi a následném odkoupení online práv v závislosti na komerčním úspěchu díla v kinodistribuci.<sup>29)</sup> Tato distribuční praxe respektuje význam lokálních distributorů a tradičního sekvenčního modelu distribuce z hlediska propagace titulu na lokálním trhu.<sup>30)</sup> Společnost Netflix naopak tradiční distribuční řetězec vědomě narušuje a zakoupené tituly okamžitě nabízí globálně prostřednictvím své služby online bez ohledu na to, zda daný film bude uveden do kinodistribuce.<sup>31)</sup>

Někteří lokální distributoři jsou k hrozbě vzniku skutečného distribučního monopolu či oligopolu amerických gigantů typu Netflix, Amazon či Google skeptičtí. Specifika lokálních trhů jsou podle nich natolik odlišná, že distribuce obsahu bude vždy vyžadovat znalost daného trhu (síť provozovatelů kin, spotřební návyky, kulturu, harmonogram 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 již nyní čelí dilematu, zda obsah prodají Netflixu s celosvětovou distribucí, ale vystaví se tím nebezpečí, že jejich film zůstane nepovšimnut v množství dalších nabízených titulů a nedostane se mu náležité pozornosti a publika, anebo zda obsah raději nabídnu distributorům v několika vybraných teritoriích, kteří respektují tradiční sekvenční model distribuce a provedou náležitou lokalizovanou propagaci obsahu. Producenti, kteří prodají licenci globálnímu VOD portálu, který jejich film nabídne ve své celosvětově přístupné online službě, se tedy vystavují nebezpečí, že film již neprodají žádnému lokálnímu distributorovi, a to z důvodu chybějící záruky pro zhodnocení investice.

29) K této praxi spolupráce mezi Amazonem a lokálními distributory srov. Jeremy Kay, *How Amazon Studios Is Growing Its Global Presence*. *Screen Daily*, 3. 4. 2018, dostupné online: <[www.screendaily.com/features/how-amazon-studios-is-growing-its-global-presence/5127861.article](http://www.screendaily.com/features/how-amazon-studios-is-growing-its-global-presence/5127861.article)> [cit. 14. 12. 2018].

30) Zástupce společnosti Cinemart nicméně upozornil na skutečnost, že obchodní modely a strategie poskytovatelů globálních VOD služeb se velmi rychle proměňují, a není tudíž jisté, zda společnost Amazon v budoucnosti svou strategii nepřehodnotí a neukončí spolupráci s lokálními distributory.

31) Konflikt mezi tradičním a novým způsobem distribuce audiovizuálního obsahu se projevil například při kontroverzích, které doprovázely soutěžní filmy společnosti Netflix na Filmovém festivalu v Cannes v roce 2017. Dobrým festivalovým zvykem bylo, že soutěžní filmy jsou ve Francii po skončení soutěže uvedeny do kinodistribuce. Společnost Netflix nicméně tento úzus v případě svých titulů *OKJA* a *THE MEYEROWITZ STORIES* nerespektovala, protože ministerské nařízení o mediální chronologii stanovuje ve Francii lhůtu mezi uvedením titulu v kině a jeho nabídkou v rámci audiovizuální služby na vyžádání, která v případě SVOD služeb činila 36 měsíců. V reakci na tento spor pořadatel festivalu zavedl v roce 2018 jako nutnou podmínku účasti v soutěži povinnou kinodistribuci soutěžních snímků ve Francii. Netflix proto v roce 2018 stáhl své snímky ze soutěže. K rozdílu v přístupu Amazonu a Netflixu ke kinodistribuci srov. např. Brent Lang, *Amazon Studios Looks to Shake Up the Movie Business as It Moves Into Self-Distribution*. *Variety*, 27. 9. 2017, dostupné online: <<https://variety.com/2017/biz/features/amazon-studios-distribution-1202573790>> [cit. 14. 12. 2018].

Jak jsme již uvedli na příkladu spolupráce společnosti Amazon s lokálními distributory (Cinemart, Aerofilms aj.), vzájemný vztah lokálních a nadnárodních služeb nemusí být jen konfliktní. Mainstreamový distributor Bontonfilm a artový agregátor Film Europe v této souvislosti rovněž zdůraznili potřebu obchodní symbiózy mezi globálními VOD platformami a lokálními distributory, přičemž jako příklad uvedli spolupráci s firmami iTunes, Google Play a Amazon. Například společnost Bontonfilm jako hlavní agregátor práv pro český a slovenský trh v oblasti fyzických nosičů, televizního vysílání a internetu využívá k online distribuci rovněž infrastrukturu TVOD portálů jako iTunes či Google Play a provozuje vlastní YouTube kanál s filmy v češtině (pod názvem „KoukeYTe“).<sup>32)</sup> Exkluzivně nabízí Bontonfilm své tituly pouze na iTunes, která umožňuje lokálnímu distributorovi kontrolu nad nasazením titulu, nastavením cen, marketingem, promo akcemi a v omezené míře i grafickým řešením produktové stránky.

Spolupráce mezi globálními a lokálními hráči potvrzuje tezi, že globální videotéky s rozsáhlou nabídkou potřebují získat pro nabízené tituly 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 — vytvořit (digitální) publikum prostřednictvím dobře zacílené a dramaturgicky připravené distribuce filmu v kinech a na festivalech. Například společnost Film Europe, zaměřující se na nákup soutěžních titulů uváděných na třech nejznámějších evropských filmových festivalech (Cannes, Berlín a Benátky) a jejich uvedení v ČR a na Slovensku prostřednictvím tematicky zaměřených festivalových eventů (Be2Can), resp. programových konceptů pro televizní vysílání a balíčků pro VOD portály, plní nezastupitelnou kurátorskou úlohu v dalších fázích hodnotového řetězce, která je důležitá z hlediska propagace a zhodnocení skupiny titulů v široké nabídce VOD portálů. I kdyby vytvoření jednotného digitálního trhu posílilo dominantní postavení globálních audiovizuálních online služeb, společnost Film Europe neztratí podle vyjádření svého ředitele svou 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 jeho silné pozice již na úrovni nákupu obsahu, a to díky schopnosti rozpoznat a zakoupit práva k vítězným dílům dříve, než tato díla budou oceněna festivalovou porotou.<sup>33)</sup> Tuto schopnost, která chybí nadnárodním hráčům, nazývá ředitel Film Europe „smyslem pro detail“.

Vstup globálních portálů zaměřujících se na nákup teritoriálně exkluzivních práv (Netflix, Amazon, HBO Go) na český trh — i když v případě služby Netflix zpočátku bez lokalizace obsahu a marketingové kampaně — podle respondentů 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 obsa-

32) Kromě služeb globálních online portálů využívá Bontonfilm pro šíření obsahu rovněž služeb lokálních provozovatelů online portálů s neexkluzivním obsahem (Voyo, Banaxi, jež zásobuje VOD portály telekomunikačních firem T-mobile a Skylink, My Prime od UPC, na Slovensku Orange, Slovak Telecom, Antik).

33) Ivan Hronec, ředitel společnosti Film Europe, tuto strategii nákupu soutěžních titulů nazývá „objektivní dramaturgií“, tj. plánovaným nákupem titulů, jejichž kvalita je posléze potvrzena festivalovou porotou.

hu; b) s pevnou základnou předplatitelů, jakou mají v ČR například videotéky poskytovatelů celoplošného televizního vysílání (Voyo, ČT online) či placených televizních kanálů (HBO Go), disponující vlastním exkluzivním obsahem. Ohroženy rovněž nejsou c) služby plnící roli přidruženého bonusového doplňku ve vztahu k jiným komerčním službám (jako např. internetová televize MALL.TV, která experimentuje s akvizicemi celovečerních filmů) a d) internetové televize produkující vlastní krátkoformátový obsah, určený výhradně pro spotřebu na internetu (Stream, Obbod, Playtvak). 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.

### 3.4 Důvody slabé mezinárodní cirkulace evropských audiovizuálních děl v EU

Jednou z hlavních motivací Evropské komise pro vytvoření jednotného digitálního trhu je zlepšení dostupnosti evropských děl pro spotřebitele z jiných členských států, než je stát, ve kterém bylo dílo produkováno, resp. koprodukováno. Analytické zprávy vypracované jako podklady pro regulační návrhy Komise označují za příčinu slabé mezinárodní online cirkulace evropských děl a) obtížný nákup práv na digitální distribuci díla (držitel exkluzivních distribučních práv nemá zájem na online exploataci obsahu, popř. tuto exploataci pozdržuje z důvodu očekávaného zhodnocení díla v jiném ekonomicky výnosnějším distribučním okně); b) složitý proces vypořádání autorských práv (obtížná identifikace transakčního aktéra disponujícího právy pro digitální distribuci a nejistota, zda byla vypořádána všechna práva potřebná pro VOD distribuci, např. práva k filmové hudbě); c) technické náklady a vysoké transakční náklady při vypořádání práv s větším počtem transakčních aktérů (především uzavírání smluv s malými a středními producenty) v porovnání s nízkými výnosy z VOD distribuce.<sup>34)</sup> Složitost procesu vypořádání práv zvyšuje v neposlední řadě skutečnost, že poskytovatelé služby videa na vyžádání, kteří ji chtějí zpřístupnit i za hranicemi státu, musí vlastnit potřebná práva pro příslušné území.

S tímto názorem ovšem naši respondenti nesouhlasí. Prvním důvodem nízké míry dostupnosti evropských audiovizuálních děl za hranicemi země jejich vzniku je podle nich malá poptávka v jednotlivých členských zemích v důsledku kulturní a jazykové odlišnosti. Jinak řečeno, příčinou slabé cirkulace evropského filmu není podle respondentů složitý proces vypořádání práv, ale nezájem publika o filmy z jiných členských států:

Pokud by producent viděl dostatečně velkou poptávku spotřebitelů, tak přece svůj titul pustí do všech teritorií sám, nebude bránit jeho prodeji. Devadesát procent evropských filmů ale nikoho mimo jejich domácí teritorium nezajímá, a ty, které diváky za hranicemi zajímají, jsou již nyní téměř všude. (Ivo Andrlé, Aerofilms)

Druhým důvodem je podle názoru některých lokálních distributorů nadprodukce evropských filmů způsobená špatně nastaveným systémem veřejné podpory audiovizuální

34) European Commission, Commission Staff Working Document: Impact Assessment on the Modernisation of EU Copyright Rules — Part 1, 14. 9. 2016, s. 52–55. Dostupné online: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52016SC0301>> [cit. 14. 12. 2018].



produkce v EU.<sup>35)</sup> Tento systém je nastaven tak, že motivuje producenty primárně k produkci co možná největšího počtu filmových děl, a nikoli k co nejširší mezinárodní distribuci vyrobených titulů. Obchodní model producenta čerpajícího veřejnou podporu je založen primárně na čerpání tzv. *production fee*, případně také honoráře producenta, což jsou fixní položky výrobního rozpočtu, a ne na tržbách z distribuce. Velmi malé množství produkováných filmů je pro producenty výdělečných v tom smyslu, že by prodej práv dokázal pokrýt náklady na jejich vznik (natož vytvářet zisk pro producenty).<sup>36)</sup> Producentům vyvíjejícím projekty z velké části financované veřejnými prostředky proto nezáleží v prvé řadě na tom, zda se jejich film dostane do zahraniční distribuce, ale na tom, zda se jim podaří získat grant na vývoj a výrobu dalšího filmového titulu. Regulace audiovizuálního trhu by se podle názoru artového distributora měla zaměřit spíše než na regulaci distribuce na revizi regulace výroby, tj. na to, aby bylo vyráběno méně filmů s větším důrazem na jejich prodej, a na podporu lokálních distributorů (jakožto znalců lokálního trhu), kteří mohou plnit důležitou úlohu zprostředkovatelů evropského filmového dědictví v jednotlivých členských státech.<sup>37)</sup>

### 3.5 Nedostatečná ochrana autorských práv v ČR

Z rozhovorů jasně vyplynulo, že nejpalčivějším problémem, kterému v současnosti distributoři audiovizuálních děl v ČR čelí, je rozšířená praxe porušování autorských práv na internetu, resp. existence řady snadno dostupných online zdrojů nelegálně šířeného obsahu. Podle vyjádření ředitele společnosti Banaxi konkurence úložišť s nelegálně distribuovaným obsahem vedla k tomu, že poskytovatel služby Banaxi přesunul nabídku svých služeb z oblasti služeb B2C do oblasti služeb B2B. Obchodní model Banaxi je v současnosti založen na přeprodeji práv dalším aktérům licenčního řetězce, především mobilním operátorům, pro které jsou právní úkony spojené s nákupem licencí neúměrnou administrativní zátěží. Podle vyjádření zástupce společnosti Cinemart je rozšířená praxe nelegální distribuce audiovizuálních děl v ČR příčinou slabého rozvoje lokálních VOD služeb na českém trhu a opatrného vstupu nadnárodních platforem na český trh. Konkurenční výhodou platforem s nelegálně šířeným obsahem je jednak skutečnost, že oproti legálním službám

35) Pro doložení nebo vyvrácení tohoto tvrzení neexistují relevantní studie. Nicméně vztah mezi jednostranným nastavením veřejné podpory v EU a „nadprodukcí evropských filmů, která přesahuje poptávku po těchto filmech, již lze uspokojit pomocí běžných postupů distribuce,“ byl konstatován v diskuzním dokumentu, vypracovaném pro Evropskou komisi u příležitosti veřejné konzultace o revidovaném Sdělení Komise o státní podpoře filmů a dalších audiovizuálních děl (2013/C 332/01), viz Posouzení státní podpory filmů a dalších audiovizuálních děl, 20. 6. 2011. Dostupné online: <[http://ec.europa.eu/competition/consultations/2011\\_state\\_aid\\_films/issues\\_paper\\_cs.pdf](http://ec.europa.eu/competition/consultations/2011_state_aid_films/issues_paper_cs.pdf)> [cit. 14. 12. 2018]. Nové Sdělení z r. 2013 následně zdůraznilo potřebu vyvážení podpory produkce na jedné straně podporou distribuce a propagace na straně druhé. Dostupné online: <<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:332:0001:0011:CS:PDF>> [cit. 14. 12. 2018].

36) Viz Petr Szczepanik a kol., *Studie vývoje českého hraného kinematografického díla*. Praha: SFK 2015. Dostupné online: <[https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie\\_vyvoj\\_hrany\\_final.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie_vyvoj_hrany_final.pdf)> [cit. 14. 12. 2018].

37) Tento názor potvrzují závěry studií o nízké přeshraniční cirkulaci evropských filmů, které upozorňují na disproporci mezi růstem objemu produkce a stagnací podílu evropských titulů na národních trzích, stejně jako mezi veřejnou podporou produkce a distribuce. Viz např. Josef Wutz, *Dissemination of European Cinema in the European Union and the International Market*. Notre Europe — Jacques Delors Institute 2014.

není jejich repertoár omezen teritoriálními licencemi, a jednak jejich specifický právní status, díky kterému nejsou nuceni investovat do nákupu licencí pro obsah, který jejich uživatelé protiprávně na platformu nahrávají. Jejich povinnost zahrnuje pouze odstraňování nelegálně šířeného obsahu po jeho nahlášení třetí stranou (obvykle majiteli práv).<sup>38)</sup>

Distributoři jsou rovněž nespokojeni s opatrným až liknavým postojem českých soudů, které doposud navzdory četným žalobám na úložiště ze strany majitelů práv a jejich zástupců od roku 2013 nevydaly žádné rozhodnutí. Nespokojenost vyjádřili respondenti rovněž s postojem některých ministerstev a lobbistických organizací (jakým je například Národní centrum pro digitální ekonomiku) k boji proti internetovému pirátství. Zaměstnanci MPO zodpovědní za právní regulaci služeb informační společnosti brání podle nich přísnější regulaci internetových služeb z obavy z vedlejších negativních důsledků pro rozvoj digitální ekonomiky a uživatele těchto služeb. Podle respondentů přitom zapomínají, že součástí digitální ekonomiky jsou rovněž audiovizuální online služby, jejichž rozvoj je soustavně narušován masivním neautorizovaným sdílením obsahu na internetových úložištích v ČR, využívajících právního statusu tzv. bezpečného přístavu k vybudování obchodního modelu na systematickém porušování autorských práv.<sup>39)</sup> Podle slov ředitele digitální distribuce Bontonfilmu Ondřeje Kulhánka se laxní přístup státních orgánů k ochraně autorských práv projevuje především tím, že jejich porušování není pro ně dostatečným důvodem k vyjmutí úložišť s neautorizovaným obsahem z výjimky z právní odpovědnosti za uživateli nahrávaný obsah, zatímco dětská pornografie, která je vnímána jako společensky nebezpečná, dostatečným důvodem je. Majitelé práv poukazují na zlehčování internetového pirátství oproti jiným typům nelegální činnosti na internetu (nenávistné projevy, teroristický obsah, dětská pornografie) ze strany zástupců MPO navzdory tomu, že diferenciace mezi méně a více závažným nezákonným obsahem je podle nich z hlediska zákona protismyslná a poukazuje spíše na ideologickou předpojatost státních úředníků vůči k ochraně autorských práv.

Respondenti dále uvedli, že stávající mechanismus nahlašování neautorizovaného obsahu a jeho následného odstraňování je zcela nedostatečným nástrojem pro ochranu autorských práv jednak vzhledem k vysoké pracovní či finanční zátěži, kterou představuje pro majitele práv neustálé monitorování internetových úložišť, a jednak vzhledem k nefunkčnosti praxe odstraňování nelegálně šířeného obsahu, který je následně opětovně nahrán jiným, či dokonce stejným uživatelem na totéž internetové úložiště. Fungování tohoto mechanismu respondenti proto často přirovnávali k boji s větrnými mlýny.

38) Nositelé práv se nicméně domnívají, že povinnost preventivní filtrace uživateli nahrávaných děl mají provozovatelé platform pro sdílení souborů již v rámci stávající právní regulace. Otázka filtrační povinnosti je i předmětem soudních sporů, které vedou majitelé práv s provozovateli úložišť v ČR.

39) Podle čl. 14 směrnice o elektronickém obchodu nejsou provozovatelé služeb informační společnosti (např. provozovatelé hostingových platform pro sdílení online obsahu) právně odpovědní za uživateli nahrávaný obsah. Poskytovatelé těchto služeb jsou pouze povinni neprodleně odstranit protizákonný obsah po jeho nahlášení. Viz Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/31/ES ze dne 8. června 2000 o některých právních aspektech služeb informační společnosti, zejména elektronického obchodu, na vnitřním trhu. Dostupné online: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32000L0031>> [cit. 14. 12. 2018].

Za úspěšný model boje s internetovým pirátstvím distributoři pokládají změnu právního statusu internetových úložišť, resp. jejich přísnější regulaci. Ta má být podle jejich názoru dosažena tím, že provozovatelé platform pro sdílení online obsahu budou muset buď uzavřít licenční smlouvy s majiteli práv, jejichž díla jsou bez jejich svolení na platformy nahrávána, anebo zavést technologii pro automatické rozpoznávání obsahu, která dokáže efektivně a předem zabránit nelegálnímu šíření kopií autorských děl, a to pokud jsou tato díla poskytovatelem služby ve spolupráci s majiteli práv registrována.<sup>40)</sup> Z tohoto důvodu respondenti vítají návrh směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu, jenž zavádí v čl. 13 povinnost pro provozovatele hostingových platform vypořádat práva k chráněnému obsahu, který je jejich prostřednictvím šířen, anebo zavést systém automatizované kontroly nahrávaného obsahu ve vztahu k databázi registrovaných děl.<sup>41)</sup> Návrh tohoto opatření distributoři vítají, nicméně pod podmínkou, že opatření ve výsledku nepovede k legalizaci nezákonného podnikání: „Nechceme přece udělat kozla zahradníkem.“ (Radek Přikryl, Banaxi)

Internetové pirátství ovlivňuje podle vyjádření lokálních distributorů rovněž nákup autorských práv. Podle vyjádření představitelů společností, kteří nejen obchodují s online právy, ale také zajišťují kinodistribuci (Cinemart) či navíc i provozují kina (Aerofilms), je při nákupu práv důležitá časová rezerva ve vztahu k prvnímu uvedení díla na DVD či VOD portálu v jakékoliv zemi světa, protože již v první den jeho prodeje prostřednictvím VOD kanálu či fyzického nosiče se na internetu obvykle objeví pirátská kopie díla. Výjimkou mezi distributory je Film Europe, agregátor práv na evropské a festivalové filmy, podle jehož vyjádření internetové pirátství neohrožuje sektor audiovizuálního průmyslu zaměřený na distribuci artové kinematografie: „Nejlepší způsob boje proti pirátům je distribuovat artový film. Piráty artový film nezajímá.“ (Ivan Hronec, Film Europe). Takto vyhraněné stanovisko je sice v rozporu s postoji ostatních respondentů (včetně distributorů artových titulů), ale lze je vysvětlit tím, že společnost Film Europe se na rozdíl od konkurence zaměřuje primárně na monetizaci obsahu prostřednictvím filmových přehlídek a kurátorských konceptů, které nejsou ohroženy pirátstvím vzhledem k jejich událostnímu rozměru, artovému profilu a primárnímu postavení v rámci časové posloupnosti distribučních oken. Distributoři rovněž odmítají názor, že motivací k internetovému pirátství je nedostatečná legální nabídka online služeb. Zvláště zástupci mainstreamové distribuce zdůrazňují, že za poslední čtyři roky se kvalita a šíře nabídky i uživatelský komfort lokálně dostupných VOD portálů radikálně zvýšily. Za největší problém a příčinu pirátství v ČR distributoři shodně považují chybějící právní odpovědnost internetových úložišť za nahrávaný obsah, nedostatečnou ochranu autorských práv ze strany státních a soudních orgánů a rozšířenou spotřebitelskou praxi pořizování a šíření děl prostřednictvím zdrojů s nelegálně šířeným obsahem, jejíž příčiny spatřují v a) dědictví kultury samizdatu v době komunistické diktatury v bývalém Československu, b) nehmotné povaze digitálních kopií

40) Podobný systém, který slouží k registraci a identifikaci autorským právem chráněných děl (tzv. Content ID), vyvinula například společnost Google a úspěšně ho využívá k monitorování a filtrování uživateli nahrávaného obsahu na platformě YouTube.

41) Srov. Evropská komise, Návrh směrnice Evropského parlamentu a Rady o autorském právu na jednotném digitálním trhu, COM(2016) 593 final. Dostupné online: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016PC0593>> [cit. 14. 12. 2018].

autorských děl, u jejichž neautorizované distribuce nedochází k viditelnému úbytku (krádeži) díla, c) obecně rozšířené toleranci (nejen mezi spotřebiteli, ale i mezi zástupci státní správy) vůči pořizování děl z neautorizovaných zdrojů, či dokonce vůči jejich nelegálnímu šíření například prostřednictvím hostingových platforem.

#### 4. Závěr

Závěrem můžeme konstatovat, že myšlenka jednotného digitálního trhu a zavedení nástrojů pro zjednodušení procesu vypořádání práv z hlediska přeshraniční distribuce audiovizuálního obsahu na jedné straně bezprostředně neohrožuje lokální distributory v ČR, protože český audiovizuální trh je chráněn přirozenými jazykovými a kulturními bariérami. Hlavní problém v souvislosti se zavedením jednotného digitálního trhu představuje proto přeshraniční dostupnost audiovizuálního obsahu na slovenském trhu, a to z důvodu jeho jazykové a kulturní spřízněnosti. Tento problém je ovšem mírněn povětšinou synchronizovanou distribucí obsahu v obou národních trzích. V případě, že tato obchodní strategie není synchronizována na území obou států (jako např. v případě televizního vysílání), dochází k nebezpečí přeshraniční kanibalizace příjmů národního poskytovatele audiovizuální mediální služby a k ohrožení návratnosti investic do česko-slovenských koprodukcí.

Lokální distributoři nicméně nemají o sjednocení digitálního trhu v Evropě zájem, protože jejich obchodní strategie je v naprosté většině případů orientována na národní (popř. slovenský) trh. Nákup licencí pro obě teritoria vzhledem k možnosti nákupu multiteritoriální licence a existenci agregátorů práv pro jazykově spřízněné oblasti nepředstavuje problém neúměrně vysokých transakčních nákladů. Kromě toho lokální distributoři neočekávají vysoký zájem o lokální služby s lokalizovaným obsahem ze zahraničních teritorií, tj. sjednocený digitální trh by jim nepřinesl žádné signifikantní příjmy. Naopak by podle nich došlo k posílení tržního postavení globálních audiovizuálních služeb, jejichž záměrem je působit multiteritoriálně. Za další potenciální hrozbu považují cenovou nedostupnost licencí pro zahraniční filmy v celoevropsky rozšířených jazycích, popř. výraznější zpoždění jejich nasazení na domácím trhu ve vztahu k jejich exploataci na primárních trzích, které posiluje rizika pirátství. Od regulačních iniciativ na evropské úrovni si respondenti především slibují vyřešení problému nelegálního šíření chráněného obsahu prostřednictvím online platforem pro sdílení obsahu. Tyto platformy by měly podle návrhu směrnice o autorském právu na jednotném digitálním trhu podléhat přísnějším pravidlům, podle kterých by se na ně za určitých podmínek vztahovala preventivní povinnost filtrace uživateli nahrávaného obsahu, a to na základě databáze děl, kterou provozovatelé úložišť vytvoří ve spolupráci s majiteli práv.

#### Poznámka:

Tato práce vznikla za podpory projektu Kreativita a adaptabilita jako předpoklad úspěchu Evropy v propojeném světě reg. č.: CZ.02.1.01/0.0/0.0/16\_019/0000734 financovaného z Evropského fondu pro regionální rozvoj a 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.

#### **Citované filmy a seriály:**

*The Meyerowitz Stories* (Noah Baumbach, 2017), *Okja* (Joon-ho Bong, 2017), *Western* (Valeska Grisebach, 2017), *Wishlist* (Marc Schießer, 2016–).

#### **Pavel Zahradka (1977)**

Působí na katedře divadelních a filmových studií Univerzity Palackého v Olomouci. V letech 2010–2011 vyučoval estetiku a filozofii umění jako zastupující profesor na Münsterské univerzitě. V letech 2015–2016 vedl mezinárodní výzkumný tým zabývající se etikou kopírování v Centru pro interdisciplinární výzkum (ZIF) v Bielefeldu. V současnosti je hlavním řešitelem projektu Výzkum dopadu stávající legislativy a strategie Evropské komise pro jednotný digitální trh na český audiovizuální průmysl financovaného Technologickou agenturou České republiky a členem výzkumné skupiny pro studium mediálních průmyslů ve střední a východní Evropě v rámci projektu OPVVV KREAS.

#### **Petr Szczepanik (1974)**

Působí na katedře filmových studií FF UK. Zabývá se mj. českým filmovým a televizním průmyslem, současnými proměnami producentské praxe a digitalizací evropského audiovizuálního trhu. Z publikací: *Konzervy se slovy. Počátky zvukového filmu a česká mediální kultura 30. let* (2009), *Behind the Screen. Inside European Production Cultures* (ed. s Patrickem Vonderau, 2013), *Továrna Barrandov. Svět filmařů a politická moc 1945–1970* (2016). V letech 2012–2014 spolu s Petrem Bilíkem řídil evropský projekt „FIND“, v jehož rámci studenti-stážisté prováděli etnografický výzkum profesních komunit ve filmu a televizi. V roce 2015 s týmem badatelů z Masarykovy univerzity publikoval analýzu praxe vývoje scénářů a projektů v současném českém filmu, která vznikla na zakázku Státního fondu kinematografie (*Studie vývoje českého hraného kinematografického díla*, 2015). Od roku 2018 vede výzkumnou skupinu pro studium mediálních průmyslů ve střední a východní Evropě v rámci projektu OPVVV KREAS.

## SUMMARY

### **The Digital Single Market Strategy as a Threat or an Opportunity?**

#### ***A Reconstruction of the Czech Distributors' Attitudes toward the DSM Strategy***

**Pavel Zahradka – Petr Szczepanik**

In the present study, we focus on local distributors operating on the small national market, whose voices were rather missing in the pan-EU debates or under-represented in the policies of international interest groups (i.e. professional associations) and national political positions. The aim of the study is to reconstruct and compare Czech distributors' attitudes toward the Digital Single Market strategy (DSM) and its individual regulatory initiatives, starting from May 2015. First, we situate the DSM into the wider cultural-political context, marked by tensions between basic principles of free market in the EU and the territoriality of copyright, the latter being a fundamental component of European audiovisual distributors' business models. We also introduce three legislative proposals that are the most relevant from the perspective of audiovisual industries' functioning and audiovisual content's cross-border availability. In the analytical part of the study, this is followed by a reconstruction and classification of our respondents' attitudes to the DSM strategy and their views of the current problems of digital distribution, with particular attention to the reasons for the poor cross-border availability of audiovisual works in the EU.

**keywords:** Czech film industry, online distribution of audiovisual content, Video on Demand, Digital Single Market strategy, small media markets

**klíčová slova:** český filmový průmysl, online distribuce AV obsahu, video on demand, strategie jednotného digitálního trhu, malé mediální trhy