

Praha, 24. 7. 2016

Věc: Odůvodnění ústavní stížnosti ze dne 3. 7. 2016

I. Úvod

Vrchní soud v Praze odůvodnil napadený rozsudek tím, že **žalovaná (stěžovatelka) měla údajně zveřejněním volebního spotu neoprávněně zasáhnout do práv žalobce (vedlejší účastník) z ochranných známek a do jeho dobré pověsti**. Nejvyšší soud se v napadeném usnesení s tímto závěrem ztotožnil a dovolání odmítl jako nepřipustné.

Stěžovatelka naopak tvrdí, že napadená soudní rozhodnutí představují protiprávní zásah do jejích ústavně zaručených práv a svobod, jmenovitě do svobody projevu, práva na spravedlivý proces a práva pokojně užívat majetek.

II. Zásah do svobody projevu

Zákaz uveřejňování volebního spotu nepochybně představuje výrazný zásah do svobody projevu politické strany. Stěžovatelka tvrdí, že tento zásah není důvodný a je protiprávní.

a) Ochranné známky vedlejšího účastníka

Předně stěžovatelka trvá na tom, že **volební spot nemohl představovat zásah do práv vedlejšího účastníka k ochranným známkám, když tyto jsou chráněny výhradně proti užití v obchodním styku. To platí i pro ochranné známky s dobrým jménem.**

Volební spot podle názoru a přesvědčení stěžovatelky nemůže být považován za obchodní styk a nelze tak proti němu uplatňovat práva z ochranných známek. Jiná by byla situace, kdyby se vedlejší účastník dovolával autorských práv, jejichž ochrana na obchodní styk omezena není. K tomu však nedošlo a ani napadená soudní rozhodnutí nejsou založena na porušení autorských práv.

Soudní dvůr Evropské unie konstantně judikuje, že užívání označení „... se uskutečňuje v obchodním styku, jestliže k němu dochází v kontextu obchodní činnosti, jejímž cílem je dosažení hospodářského prospěchu, a nikoli v soukromé oblasti.“ (z poslední doby viz např. rozsudek velkého senátu Soudního dvora ve spojených věcech C-236/08 až C-238/08, ze dne 23. 3. 2010, Google vs. Louis Vuitton)

Aby tedy užití minifigurky ve spotu stěžovatelky mohlo být posouzeno jako užití v obchodním styku, musí být podle konstantní judikatury Soudního dvora splněny tři podmínky: (a) k užití musí dojít v kontextu obchodní činnosti; (b) cílem této obchodní činnosti musí být dosažení hospodářského prospěchu; a (c) nesmí se jednat o užití v soukromé oblasti.

Z těchto tří nutných, kumulativních podmínek je v našem případě splněna pouze třetí podmínka, první dvě podmínky splněny nejsou.

Činnost politických stran je činností zcela odlišnou od činnosti obchodní. Tuto skutečnost napadená soudní rozhodnutí dostatečně nereflektují. Politiku nelze normativně redukovat na určitý typ hospodářské soutěže. Výklad obecných soudů vede k tomu, že ve výrazu „hospodářský prospěch“ ztrácí slovo „hospodářský“ jakýkoliv (i normativní) význam. Stěžovatelka souhlasí s tím, že politická soutěž má i své hospodářské stránky, zároveň však poukazuje na to, že i všechny ostatní lidské činnosti mají z určitého úhlu pohledu své hospodářské stránky. Stěžovatelka proto nemůže souhlasit s tím, aby existence hospodářských stránek určité činnosti tuto činnost bez dalšího kvalifikovala jako obchodní styk ve smyslu práva ochranných známek.

Neexistuje žádný způsob, kterým by bylo možné figurky ve spotu chápat jako označení výrobků či služeb stěžovatelky. Stěžovatelka, na rozdíl od podnikatelů, obchodních společností, ale i neziskových organizací, nevyrábí ani neprodává žádné zboží, ani neposkytuje žádné služby. Smyslem existence stěžovatelky je sloužit občanům k jejich účasti na politickém životě společnosti (zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, § 1 odst. 1). Pro politickou činnost ochrannou známku vůbec zapsat nelze.

V daném případě sice jde o užití minifigurky připomínající ochrannou známku vedlejšího účastníka, avšak zcela mimo obchodní styk. Minifigurka ve spotu neoznačuje žádné zboží ani služby, ale slouží ke komunikaci politického programu stěžovatelky.

Shodné závěry vyplývají i z práce předních zástupců akademické obce v oboru průmyslových práv: „za obchodní využití se nepovažuj[e] ... takové využití ochranné známky, které přímo či nepřímo nesměřuje k obchodní realizaci zboží nebo služeb.“ (Horáček, R. a kol. Zákon o ochranných známkách. Zákon o ochraně označení původu a zeměpisných označení. Zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví. Komentář. 2., podstatně doplněné vydání. Praha: C. H. Beck, 2008, s. 128.)

Právní předpisy stanovují určité hranice účinků ochranné známky (i té s dobrým jménem) právě proto, aby ochranné známky nebyly zneužívány k nevhodnému omezování svobody projevu, zejména aby k takovému omezení nedocházelo mimo obchodní styk. Svobodu projevu je třeba chápat jako svobodu užívání jazyka v jeho úplnosti, tedy včetně proslulých ochranných známek. Pouze užití v obchodním styku může vlastník proslulé známky třetím osobám zakázat.

Není tedy žádný právní důvod, proč by ve sporu o volební spot stěžovatelky (tj. zjevně mimo obchodní styk, jak je standardně chápán) měla být dána přednost zájmům vlastníka ochranné známky před zájmy jejího uživatele. Protože napadená rozhodnutí toto nerespektují, jsou nesprávná a neoprávněně zasahují do svobody projevu stěžovatelky.

Rovněž Městský soud v Praze v původním rozhodnutí, kterým nařídil předběžné opatření, dal v této otázce za pravdu argumentům stěžovatelky. Viz usnesení Městského soudu č. j. 2 Nc 1111/2012 – 13, ze dne 9. 10. 2012, s. 2: „Soud ... nedospěl k závěru, že ... odpůrce svým jednáním zasáhl do známkových práv navrhovatele.“). **Změna názoru Městského soudu v průběhu řízení odůvodňuje na straně Ústavního soudu pečlivé přezkoumání otázky, zda původní názor Městského soudu bylo na místě korigovat pozdějším názorem Vrchního soudu v Praze.**

b) Dobrá pověst vedlejšího účastníka

K otázce možného zásahu do dobré pověsti právnické osoby v důsledku použití její nehmotné věci ve volební kampani politické strany se již dříve vyjádřil Vrchní soud v Praze v rozsudku ze dne 5. 6. 2006, č. j. 3 Cmo 55/2006 - 73. Žalobcem v tomto případě byla společnost Hypermarket Film s.r.o. Společnost byla výrobcem známého celovečerního filmu Český sen, zachycujícího mystifikační akci otevření stejnojmenného hypermarketu. Žalovanou stranou byla Občanská demokratická strana (ODS). Žalovaná vložila do svého volebního bulletinu Listy

ODS leták, který byl napodobeninou letáku společnosti Hypermarket Film, propagujícího film. Vrchní soud sice shledal, že ODS porušila výhradní licenční práva společnosti k autorskému dílu, kterým byl původní filmový leták, neshledal však zásah do dobré pověsti žalobce.

Stěžovatelka by v této souvislosti ráda znovu upozornila, že rovněž zde projednávaný spor je pojmově sporem autorskoprávním, neboť předmětný volební spot v daném kontextu nespadá pod obchodní styk. Toto žalovaná tvrdí od počátku řízení a rovněž vedlejší účastník se v předžalobní výzvě dovolával autorských práv, nikoliv práv z ochranné známky nebo práva na ochranu dobré pověsti.

Význam zmíněného rozsudku ve věci Hypermarket Film vs. ODS pro toto řízení o ústavní stížnosti je zejména v tom, že soud v daném případě neshledal zásah do dobré pověsti žalobce. Žalobce Hypermarket Film se přitom domáhal téhož údajného práva jako vedlejší účastník ve zde projednávané věci, totiž práva zvolit si, zda a jakým způsobem může být společnost Lego „spojována“ s jakoukoliv politickou stranou. Vrchní soud v Praze v uvedeném precedenčním rozsudku rozhodl, že žalobce takové právo nemá: *„Ve shodě se soudem prvního stupně má i odvolací soud za to, že žalovaný uveřejněním letáku žalobce i jeho pozměněním ke svým vlastním účelům ve svém bulletinu i na svých www stránkách nezasáhl do dobré pověsti žalobce. Z ničeho nevyplývá, že by tímto jednáním jakkoli utrpěla vážnost žalobce coby realizátora mystifikační akce a natočení s tím souvisejícího filmu. Odvolací soud plně odkazuje na odůvodnění soudu prvního stupně, zejm. v tom, že čtenář bulletinu i internetových stránek žalovaného nemohl opomenout, že jde o bulletin a stránky politické strany a takto i k obsahu článků i k jejich doplnění letákem žalobce přistupoval. V řízení tedy nebylo nijak doloženo, že by veřejnost spojovala jednání žalovaného s určitou úrovní pověsti žalobce a již vůbec ne s důsledkem snížení této úrovně. Je třeba uzavřít, že jednání žalovaného nebylo jakkoli způsobilé zasáhnout do dobré pověsti žalobce a jeho podnikání, snížit ve vnímání veřejnosti úroveň jeho pověsti či dobrého jména. Ve vztahu k uplatněnému nároku z výše uvedeného plyne, že objektivně nešlo o takové jednání, jež by způsobilo nehmotnou újmu žalobci, kterou by bylo třeba napravit. Pokud tedy soud prvního stupně žalobu, jíž se žalobce domáhal uložení povinnosti žalovanému uveřejnit omluvu, zamítl, je jeho rozhodnutí věcně správné a odvolací soud proto napadený rozsudek i v tomto rozsahu ... podle § 219 o.s.ř. potvrdil.“*

Stěžovatelka je proto přesvědčena, že napadený rozsudek Vrchního soudu v Praze ve zde projednávané věci je v rozporu s dřívějším rozhodnutím téhož soudu v obdobné věci. V obou případech šlo o použití nehmotných statků obchodní společnosti ve volební kampani politické strany, a to bez souhlasu dané obchodní společnosti. V prvním případě (Hypermarket Film vs. Občanská demokratická strana) soud rozhodl tak, že uvedené jednání politické strany samo o sobě zásah do dobré pověsti obchodní společnosti nepředstavuje. Ve druhém případě (LEGO JURIS vs. Česká pirátská strana) tentýž soud rozhodl právě opačně.

Již sama tato nejednotnost v judikatuře Vrchního soudu v Praze podle názoru žalované odůvodňuje pečlivé přezkoumání napadeného rozsudku i navazujícího napadeného usnesení Ústavním soudem. Stěžovatelka zdůrazňuje, že Nejvyšší soud se v napadeném usnesení k tomuto rozporu v judikatuře Vrchního soudu v Praze vůbec nevyjádřil, přestože stěžovatelka na něj v dovolání dostatečně poukázala. Tímto postupem obecných soudů podle názoru stěžovatelky došlo k neoprávněnému zásahu do jejího práva na spravedlivý proces.

Kdyby měly platit závěry napadených soudních rozhodnutí, znamenalo by to, že na každý případ neoprávněného užití ochranné známky s dobrým jménem je zároveň nutno pohlížet jako na zásah do dobré pověsti vlastníka známky. Každé neoprávněné užití by zřejmě u někoho mohlo vyvolat dojem, že vlastník užitého označení podporuje neoprávněného uživatele.

Pokud by výklad obsažený v napadených rozhodnutích v judikatuře převládl, znamenalo by to zřejmě *de facto* zrušení všech hranic ochrany známek s dobrým jménem. Pokud by vlastník takové známky neuspěl podle známkoprávních předpisů (např. proto, že by nešlo o obchodní styk), měl by stále vždy „v záloze“ žalobu na ochranu dobré pověsti. Stěžovatelka má za to, že takový výklad není právně možný a odporuje podstatě obou právních institutů (ochranné známky i dobré pověsti).

III. Relevantní judikatura Evropského soudu pro lidská práva v oblasti svobody projevu

Stěžovatelka je přesvědčena, že předmětný spot **v daném kontextu** není možné považovat za obchodní styk, ani za neoprávněný zásah do dobré pověsti vedlejšího účastníka.

Právní relevance kontextu, v němž byl projev stěžovatelky učiněn, vyplývá z judikatury Evropského soudu pro lidská práva v oblasti svobody projevu. Stěžovatelka poukazuje např. na rozsudek ESLP ve věci PETA Deutschland v. Německo, ze dne 8. 11. 2012, stížnost č. 43481/09, bod 49. Soud zde uvedl, cit.:

“49. The Court considers that the facts of this case cannot be detached from the historical and social context in which the expression of opinion takes place ...”

Neoficiální překlad: 49. Soud bere v úvahu, že **skutkové okolnosti tohoto případu nemohou být odděleny od historického a společenského kontextu, ve kterém je názor vyjadřován.**

Relevantní kontext zveřejněného spotu tvoří specifická povaha stěžovatelky, projevující se v jejím názvu, stanovách, politickém programu i ve volebních kampaních. Výraz „pirátská“ v názvu strany nepochybně navozuje u veřejnosti představu alternativního pohledu na ochranu duševního vlastnictví. Veřejnost tedy chápe, že figurky použité ve spotu této strany zřejmě nemají navodit dojem podpory ze strany vedlejšího účastníka, ale naopak mají upozornit na to, že ani velmi známá „označení“ (ve skutečnosti jde v tomto případě o samotné výrobky) nejsou zcela vyloučena z užití třetími osobami bez souhlasu vlastníka. Předmětný spot je právě příkladem dovoleného užití.

K tomu, aby byl předmětný projev chráněn ustanovením čl. 10 Evropské úmluvy o lidských právech, postačuje, aby se ochrana vztahovala na jeden z několika možných výkladů učiněného projevu. Je to logické, protože žádný tvůrce nemůže garantovat, že jeho dílo bude pochopeno všemi diváky stejně. Tento závěr je potvrzen např. v rozsudku ESLP ve věci Hoffer a Annen v. Německo, ze dne 23. 1. 2011, stížnosti č. 397/07 a 2322/07, bod 47, ve kterém je uvedeno:

“47. The Court further notes that the Federal Constitutional Court acknowledged the fact that the applicants' statements could be interpreted in different ways, but considered that all possible interpretations amounted to a very serious violation of the physician's personality rights.”

Neoficiální překlad: 47. Soud nepřehlédl, že Spolkový ústavní soud uznal skutečnost, že výroky stěžovatelů bylo možné vykládat různými způsoby, ale usoudil, že všechny možné výklady představovaly velmi závažné porušení lékařových osobnostních práv.

Stěžovatelka dále poukazuje např. na rozsudek velkého senátu ESLP ve věci Mouvement raélien suisse v. Švýcarsko, ze dne 13. 7. 2012, stížnost č. 16354/06, bod 69, ze kterého cituje:

“69. The Court reiterates its general principle that the impugned interference has to be examined in the light of the case as a whole in order to determine whether it is «proportionate to the legitimate aim pursued» and whether the reasons given by the national authorities to justify it appear «relevant and sufficient» ... It observes that the impugned poster clearly had the aim of attracting people's attention to the website: the address of that site was given in bold type above the slogan «The Message from Extraterrestrials». It would thus be illogical for the Court to look solely at the poster itself; it is necessary for it, like the domestic courts, to examine the content of the website in question.”

Neoficiální překlad: 69. Soud opakuje svoji obecnou zásadu, že napadený zásah [do svobody projevu] musí být zkoumán ve světle případu v jeho celku, aby mohlo být určeno, zda je „přiměřený sledovanému legitimnímu cíli“ a zda odůvodnění poskytnuté národními orgány k jeho

ospravedlnění se jeví být „relevantní a dostatečné“ ... [Soud] nepřehlédl, že napadený plakát měl jasně za cíl přitáhnout pozornost lidí k webové stránce ... Bylo by proto nelogické, aby se Soud zabýval pouze samotným plakátem; je nutné, aby Soud, stejně jako vnitrostátní soudy, zkoumal obsah předmětné webové stránky.

Stěžovatelka v řízení opakovaně upozorňovala na to, že politické a umělecké projevy požívají zvláštní ochrany, silnější než projevy jiné. V této souvislosti lze odkázat např. na rozsudek ESLP ve věci Castells v. Španělsko, ze dne 23. 4. 1992, stížnost č. 11798/85, bod 42, ze kterého cituje:

“42. While freedom of expression is important for everybody, it is especially so for an elected representative of the people. He represents his electorate, draws attention to their preoccupations and defends their interests. Accordingly, interferences with the freedom of expression of an opposition member of parliament, like the applicant, call for the closest scrutiny on the part of the Court.”

Neoficiální překlad: 42. **Jakkoliv je svoboda projevu důležitá pro každého, obzvláště je důležitá pro voleného zástupce lidu. On reprezentuje své voliče, přitahuje pozornost k jejich starostem a hájí jejich zájmy. Proto, zásahy do svobody projevu opozičního člena parlamentu, jakým je stěžovatel, vyžadují nejpečlivější přezkoumání ze strany Soudu.**

Význam politického projevu a aktivismu ve vztahu k nehmotným věcem velkých obchodních korporací byl potvrzen i v rozsudku ESLP ve věci Steel and Morris v. The United Kingdom, ze dne 15. 2. 2005, stížnost č. 68416/01, bod 95:

„95. (...) The more general interest in promoting the free circulation of information and ideas about the activities of powerful commercial entities, and the possible “chilling” effect on others are also important factors to be considered in this context, bearing in mind the legitimate and important role that campaign groups can play in stimulating public discussion (...)“

Neoficiální překlad: 95. (...) Obecnější zájem na podpoře volného oběhu informací a idejí o činnostech mocných obchodních korporací a možný "tlumící" efekt na ostatní jsou v tomto kontextu rovněž významnými faktory, vezmeme-li v úvahu legitimní a důležitou roli, kterou političtí aktivisté mohou hrát při podpoře veřejné diskuse (...)

Předmětný spot nepochybně přitáhl pozornost veřejnosti k problematice duševního vlastnictví, která je jádrem politického programu stěžovatelky. Svědčí o tom mimo jiné diskuse na internetu, které se objevily ještě předtím, než začal tento soudní spor (viz např. diskuse čtenářů portálu Lupa.cz k článku „Čeští Piráti vs. Lego? Je Lego panáček ve volebním spotu protiprávní?“ ze září 2012: „V jednom baru v Praze na Letný je na zdi nápis: MY EGO IS LEGO až tam přijde zástupce Lega, tak určitě bude chtít přinutit majitele baru, aby to zamaloval. To je svět, ve kterém právě Piráti žít nechtějí a proti kterému rebelují.“). (<http://www.lupa.cz/clanky/cesti-pirati-vs-lego-je-lego-panacek-ve-volebnim-spotu-protipravni/nazory/>).

Již jen z tohoto důvodu je nutné spot považovat za politický projev, nadto umělecky ztvárněný. Jak vyplývá z citované judikatury ESLP, zásah do takového projevu vyžaduje „nejpečlivější přezkoumání ze strany soudu,“ a to samozřejmě i soudu národního.

IV. Povaha stěžovatelky

Stěžovatelka je veřejností vnímána jako opoziční politická strana, která se zastává široké svobody projevu, práva na informace, reformy práv duševního vlastnictví, svobodného internetu. Rovněž jsou veřejnosti známé její kontroverzní akce a projevy politického aktivismu, které tematizují a parodují v mezích platných zákonů autorské právo a jiná práva k nehmotným statkům.

Stěžovatelka tuto svoji pověst systematicky buduje od svého vzniku, a to prostřednictvím různých komunikačních prostředků. Z nedávné doby lze uvést například design webových stránek stěžovatelky, který připomínal design známého internetového portálu Seznam.cz. Tento krok byl ze strany stěžovatelky velmi úspěšný, neboť skutečně vyvolal veřejnou debatu o přiměřených

hranicích duševního vlastnictví. Společnost provozující portál Seznam.cz přitom uznala, že nedošlo k zásahu do jejích práv. Již z toho plyne, že se nelze ztotožnit s napadeným rozsudkem v názoru, že předmětný spot je "prezentací politického programu žalovaného na příkladu flagrantního porušení průmyslových práv" (napadený rozsudek, s. 8).

Při tvorbě spotu nešlo o samoučelné parazitování na dobré pověsti konkrétní obchodní společnosti, jak v průběhu celého řízení účelově naznačoval vedlejší účastník. Ve skutečnosti šlo naopak o přirozený projev základních idejí, na kterých je postavena politická činnost stěžovatelky, a na nichž stěžovatelka dlouhodobě staví všechny své volební kampaně.

Podle judikatury pléna Ústavního soudu: „*Smyslem volební kampaně v pluralitní demokracii však je nepochybně také to, aby byly posouzeny i ty nejkontroverznější otázky programu politických stran ... Jen v takovém případě budou moci voliči rozhodovat se znalostí věci a jen tak může být naplněna ústavní zásada, podle které je lid zdrojem veškeré státní moci.*“ (nálezn Ústavního soudu ČR ze dne 26. 1. 2005, sp. zn. Pl. ÚS 73/04)

Jak stěžovatelka v průběhu řízení již opakovaně upozorňovala, ze stanov stěžovatelky vyplývá: „*Cílem České pirátské strany je na prvním místě prosazování základního lidského práva člověka na svobodné šíření přijaté informace ... K dosažení tohoto cíle je nutná revize kopírovacího monopolu [roz. autorského práva a jiných práv k nemotným statkům – pozn. FH] tak, aby se nemohl stát záminkou pro útoky na svobodu Internetu.*“ A dále: „*Česká pirátská strana chce všemi zákonnými prostředky bojovat proti (a) zneužívání zákonů k omezování svobody, (b) cenzuře, ... a proti potlačování lidských práv.*“

Předmětný spot je politickým projevem stěžovatelky a šlo o součást její předvolební kampaně. Spot obsahuje sdělení potenciálním voličům, která vycházejí z tzv. ohniska politického programu stěžovatelky (dále jen „Ohnisko programu“).

V Ohnisku programu stěžovatelky je uvedeno: „*Na celém světě vznikají Pirátské strany. Vyrůstají na občanském principu a rychle se šíří. Pirátské strany požadují právo lidí sdílet informace, respekt pro lidská práva a soukromí. Nechceme utajování vládních informací, zákazy kopírování, ani monopoly na technologie. Odmítáme zákony o vlastnictví informací, které prohlašují myšlenky za další průmyslový výrobek. V moderní společnosti nemohou informační monopoly fungovat, a proto usilujeme o jejich odstranění. Svobodné šíření informací je základním prostředkem pokroku a obrany svobodné společnosti před mocenskými monopoly, které mohou existovat jen kvůli monopolům informačním. Pirátský program si klade za cíl, aby stát prosazoval sdílení informací a respekt pro lidské soukromí i další lidská práva. Stát musí technologie využívat ve prospěch moderní a otevřené společnosti. Sdílení informací vede k lepším rozhodnutím. Informační politika založená na sdílení má pozitivní důsledky pro řadu oblastí: Od vzdělávání a kultury až po ekologickou a ekonomickou státní správu, která zlepšuje prostředí pro osobní rozvoj člověka. Budoucnost naší společnosti závisí na tom, jestli dokážeme efektivně sdílet a využít informace.*“

Ze stanov a z Ohniska programu stěžovatelky jednoznačně plyne, že jedním ze základních důvodů samotné existence stěžovatelky jako politické strany je nesouhlas s rozsahem ochrany, která je státem poskytována držitelům nejrůznějších práv k duševnímu vlastnictví. Tento nesouhlas stál na počátku celosvětového pirátského hnutí a je neodmyslitelnou součástí identity stěžovatelky jako politické strany.

Dále stěžovatelka v průběhu řízení poukazovala na to, že svoboda projevu smí být omezena pouze tehdy, pokud je to v demokratické společnosti nezbytné (čl. 17 odst. 4 LZPS a čl. 10 odst. 2 EÚLP). Pojem „nezbytnost omezení“ vykládá ESLP jako existenci „naléhavé společenské potřeby“ (pressing social need) s tím, že zároveň musí být omezující opatření „přiměřené sledovanému cíli.“

Nebude-li prokázána nezbytnost zásahu (tedy naléhavá společenská potřeba), nelze považovat dané omezení za ústavně konformní. Zásah do svobody projevu bude přiměřený, pokud nebude možno daného legitimního cíle dosáhnout i jinak bez zásahu do příslušného práva či s nižší intenzitou zásahu do omezovaného práva („less restrictive alternative doctrine“).

Je vhodné připomenout, že **je to samozřejmě vždy příslušný stát, kdo musí prokázat, že obě tato dosti přísná kritéria (naléhavá společenská potřeba a přiměřenost) byla v konkrétním případě zásahu do svobody projevu splněna. To se podle názoru stěžovatelky obecným soudům nepodařilo a dokonce se o to v průběhu řízení ani nepokusily.**

V této souvislosti stěžovatelka připomíná, že v průběhu řízení a dokonce již před jeho zahájením nabízela vedlejšímu účastníkovi, že předmětný spot opatří sdělením, že vedlejší účastník nijak nepodporuje stěžovatelku, ani s ní není jinak spojen. Takovéto omezení vlastní svobody projevu by stěžovatelka byla ochotná akceptovat jako přiměřené. Vedlejší účastník však tuto nabídku nikdy nepřijal a trval na úplném zákazu zveřejňování spotu, aniž by tento svůj odmítavý postoj dostatečně odůvodnil.

V. Shrnutí

Zákaz uveřejňovat předmětný spot představuje nedůvodný a rovněž nepřiměřený zásah do svobody projevu stěžovatelky. Zveřejnění spotu nespadá pod obchodní styk a není tedy regulováno právem ochranných známek. Zveřejnění spotu není žádným způsobem způsobilé snížit vážnost vedlejšího účastníka coby nadnárodní obchodní korporace vyrábějící a prodávající hračky.

Napadená rozhodnutí neberou v úvahu kontext, ve kterém ke zveřejnění spotu došlo. Především nebyl vzat v úvahu dlouhodobý, veřejně komunikovaný a všeobecně známý politický program stěžovatelky, její název, stanovy, povědomí veřejnosti o ní a o způsobu vedení jejích volebních kampaní, internetové stránky, na které spot odkazuje, mediální výstupy a tiskové zprávy.

Napadená rozhodnutí jsou proto podle názoru stěžovatelky v rozporu s judikaturou ESLP, která ukládá brát v úvahu kontext sporného projevu, a v případě umělecky ztvárněných politických projevů chrání takové projevy jako celek i tehdy, když umožňují různé interpretace.

VI. Vadný výrok napadeného rozsudku, protiprávně omezující stěžovatelku v pokojném užívání majetku

Kromě důvodů uvedených výše, výrok I. rozsudku prvostupňového soudu, potvrzený napadeným rozsudkem, je nesprávný ještě z dalšího důvodu. Zakazuje totiž stěžovatelce např. i to, aby při své činnosti užívala figurky uvedených tvarů i tehdy, pokud si tyto figurky koupí v obchodě do svého vlastnictví a následně např. na svých webových stránkách zveřejní fotografie takto zakoupených výrobků. Uložení takové povinnosti stěžovatelce nemá oporu v hmotném právu a bylo by zjevně nesprávné, i kdyby soud v předmětném volebním spotu shledal neoprávněný zásah stěžovatelky do práv vedlejšího účastníka. V předcházejícím řízení soudy nevzaly v úvahu vyčerpání práv k ochranné známce v případě užití zakoupených výrobků. Na tuto vadu stěžovatelka upozorňovala již před soudem prvního stupně a znovu pak před odvolacím soudem i před dovolacím soudem. Žádný soud se k této námitce dosud nevyjádřil, což podle názoru stěžovatelky představuje zásah do jejího práva na spravedlivý proces.

Stěžovatelka má důvodnou obavu, že výrok I. rozsudku soudu prvního stupně, potvrzený napadeným rozsudkem, může stěžovatelce bránit např. v tom, aby zveřejnila volební spot, ve kterém by použila figurky řádně zakoupené v obchodě do svého vlastnictví. Proto stěžovatelka v řízení opakovaně navrhovala a nadále navrhuje, aby soud v dalším řízení v případě, že žalobu

nezamítne, vztáhnul zákaz užívání pouze na napodobeniny figurek uvedených tvarů (jako v předmětném spotu), nikoliv na figurky samotné (které by si stěžovatelka mohla koupit v obchodě).

Česká pirátská strana