

Městský soud v Praze

ID DS snkabbm

Na vědomí zástupci žalobce

intelprop@apk.cz

ke sp. zn. 32 Cm 93/2012

Praha 26. 3. 2014

Žalobce: **LEGO Juris A/S**
Koldingvej 2, Billund, 7190
Dánsko

zástupce: JUDr. Karel Čermák jr., Ph. D. LL. M., advokát
Čermák a spol.
Elišky Peškové 15, 150 00, Praha 5

Žalovaný: **Česká pirátská strana**
Dalimilova 457/6, 130 00, Praha 3
IČO: 71339698

zástupce: Mgr. Filip Hajný, advokát
Kolínská 1983/20, 130 00, Praha 3

VYJÁDŘENÍ ŽALOVANÉHO K PODÁNÍ ŽALOBCE ZE DNE 30. 4. 2013

PŘÍLOHY DLE TEXTU

1. ÚVOD

- [1] Před jednáním ve věci, nařízeným na 21. 8. 2013, se žalovaný a žalobce dohodli, že se pokusí souzený spor vyřešit mimosoudní cestou. Strany k dohodě nedospěly a žalovaný trvá na tom, aby soud žalobu jako nedůvodnou zamítl.
- [2] Žalobce v žalobě buduje složitou konstrukci porušení různých svých práv k minifigurkám ze strany žalovaného. Využívá přitom různé právní instituty - ochranu dobré pověsti právnické osoby, ochranné známky a nekalou soutěž. Rovněž naznačuje, že ve sporu může mít význam autorské právo.
- [3] Žalovaný se již k těmto právním institutům a jejich významu pro toto řízení vyjádřil. V tomto podání žalovaný na svá předchozí vyjádření navazuje, rozpracovává klíčové argumenty proti žalobě a reaguje na poslední podání žalobce, ze dne 30. 4. 2013 (dále jen „**Podání žalobce**“).

2. SHRNUTÍ

- [4] Na trhu operuje množství výrobců, jejichž figurky jsou s figurkami žalobce téměř identické a figurkám použitým ve spotu žalovaného se podobají neméně, než figurky vyráběné žalobcem.
- [5] Evropský soud pro lidská práva konstantně judikuje, že prostor pro omezení svobody politického projevu je velice úzký (typicky se týká např. projevů podněcujících k rasové nenávisti). Z žádných dosud předložených tvrzení a důkazů žalobce nelze učinit závěr, že by se cenzura volebního spotu žalovaného, o níž žalobce usiluje, do takto úzkého prostoru mohla vejít.
- [6] Je zcela jasné, že ze strany žalovaného se nemůže jednat ani o nekalou soutěž, ani o porušení ochranných známek žalobce. Právní úprava těchto institutů na volební kampaň žalovaného vůbec nedopadá.
- [7] Nejde ani o zásah do dobré pověsti žalobce, protože
- spot není způsobit jakkoliv zhoršit postavení žalobce v hospodářské soutěži;
 - spot není způsobit vyvolat u průměrného diváka dojem, že je sponzorován či jinak podporován ze strany žalobce;
 - pokud by přesto spot u někoho tento dojem vyvolal, nemůže to jít k tíži žalovaného, protože součástí sdělení spotu není ani implicitní tvrzení, že žalobce jakýmkoliv způsobem podporuje politickou stranu žalovaného či její spot, ani žádná jiná tvrzení o žalobci;
 - apolitičnost není součástí pověsti, které se žalobce u veřejnosti těší, takže ani hypotetické tvrzení žalovaného, že žalobce není apolitičný, by nepředstavovalo zásah do pověsti žalobce ve smyslu občanského zákoníku;
 - i kdyby neplatilo nic z předchozích bodů (a) až (d), bylo by v nastalém konfliktu dvou práv nutné dát přednost svobodě politického projevu žalovaného (viz odst. [5] výše).

3. FIGURKY POUŽITÉ VE SPOTU ŽALOVANÉHO

- [8] Žalobce uvádí, že z jím předloženého srovnání „je zřejmé, že tvary a proporce figurek od různých výrobců jsou různé, a tudíž podoba a tvar figurky LEGO jsou jedinečné a nikoliv generické.“¹
- [9] Žalovaný namítá, že srovnání předložené žalobcem je zavádějící, neboť s figurkami žalobce nesrovnává výrobky, které se jim podobají nejvíce. Výjimkou jsou figurky Mega Bloks, na jejichž značnou podobu s figurkami žalobce ale nejdříve upozornil žalovaný ve svém předchozím vyjádření ze dne 6. 1. 2013 (dále jen „**Žalobní odpověď**“).²
- [10] Žalovaný dále předkládá k důkazu srovnání podoby minifigurek dalších světových výrobců a také českého výrobce Chemoplast. Ze všech těchto důkazů je zřejmé, že na trhu operuje nejméně sedm dalších výrobců, jejichž výrobky se figurkám použitým ve spotu podobají přinejmenším stejně, jako výrobky žalobce.

Důkaz: Snímky minifigurek různých výrobců – budou předloženy při ústním jednání

- [11] Žalovaný připouští, že ze všech světových výrobců obdobných minifigurek je koncern žalobce neznámější. Z toho však žalobci nevyplyvá právo cenzurovat volební spot, ve kterém se obdobné figurky objevují.
- [12] Žalovaný zdůrazňuje a trvá na tom, že figurky použité ve spotu nejsou kopiemi minifigurek vyráběných žalobcem. Autor spotu se při tvorbě figurek pouze nechal inspirovat minifigurkami, které jsou na trhu, a jejichž neznámějším výrobcem je koncern žalobce. Viz také Žalobní odpověď, s. 9.

4. POLITICKÁ POVAHA SPOTU

- [13] Žalobce nabídl pohled, že „žalovaný nepojímá spor jako občanskoprávní spor, ale jako politický boj ...“³ Skutečností je, že žalobce ze své iniciativy nechal nařídit předběžné opatření, které omezuje svobodu projevu žalovaného. Žalovaný je politickou stranou a každý zásah do jeho svobody projevu má z povahy věci politický rozměr. Nejde o to, jak tento spor subjektivně „pojímá“ kterákoliv ze stran, ale o to, jaké jeho řešení vyplývá z objektivního práva.

¹ Podání žalobce, s. 6.

² Viz Přílohu č. 4 Žalobní odpovědi.

³ Podání žalobce, s. 3.

[14] Ze stanov žalovaného⁴ 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 tak, aby se nemohl stát záminkou pro útoky na svobodu Internetu.“⁵ A dále: „Česká pirátská strana chce všemi zákonnými prostředky bojovat proti (a) zneužívání zákonů k omezování svobody, (b) cenzuře, ... a proti potlačování lidských práv.“⁶

[15] Předmětný spot je politickým projevem žalovaného a jde o součást jeho předvolební kampaně. Spot obsahuje dvě základní sdělení potenciálním voličům, přičemž obě vycházejí z tzv. ohniska politického programu žalovaného (dále jen „**Ohnisko programu**“).

[16] V Ohnisku programu žalovaného čteme:

„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.“

Důkaz: Text Ohniska programu žalovaného

[17] Ze stanov a z Ohniska programu žalovaného jednoznačně plyne, že jedním ze základních důvodů samotné existence žalovaného 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 žalovaného jako politické strany.

⁴ Stanovy žalovaného jsou založeny ve spisu jako Příloha č. 1 Žalobní odpovědi.

⁵ Stanovy žalovaného, čl. 2 odst. 1. Kopírovacím monopoem má žalovaný na mysli systém právní regulace, kterým stát omezuje svobodu lidí využívat výtvoery jiných lidí. Žalovaný podotýká, že neusiluje o zrušení kopírovacího monopolu, ale o jeho reformu (revizi) – tento cíl je základem politického programu žalovaného.

⁶ Stanovy žalovaného, čl. 2 odst. 3.

4.1. První sdělení spotu – nesouhlas s korupčními praktikami zavedených politických stran

- [18] Prvním sdělením spotu je netolerance žalovaného ke korupci, spojované s politickými stranami, které byly před posledními volbami zastoupeny v Poslanecké sněmovně. Tyto zavedené strany (ČSSD, KSČM, ODS, TOP 09, Věci veřejné) jsou ve spotu představované rybami, prosperujícími v korupčním rybníku.
- [19] V tomto sdělení hrají použité figurky pouze úlohu zábavného prvku, vytvářejícího kontrast dětských hraček se světem vysoké politiky. Jde přitom o spojení *politiky obecně* s libovolnými dětskými figurkami. Nejde tedy o spojení žalovaného s výrobky žalobce.⁷

4.2. Druhé sdělení spotu – nesouhlas s rozsahem zákonné ochrany duševního vlastnictví

- [20] Základní politické cíle žalovaného (viz odst. [14]-[16] výše), přestože jsou pro svobodný rozvoj lidí zásadní, jsou v abstraktní rovině potenciálním voličům v podstatě nesdělitelné. Žalovaný musí k jejich sdělování používat prostředky, které na konkrétním příkladu, široké veřejnosti přístupnou formou, ukáží alternativu ke stávající podobě regulace.
- [21] Volební spot s figurkami, které se podobají figurkám žalobce a jeho konkurentů, je právě jedním z takových prostředků. Spot (resp. jeho druhé sdělení) je projevem nesouhlasu žalovaného s rozsahem ochrany, která je ze strany státu poskytována držitelům práv k duševnímu vlastnictví. Ve středu zájmu tohoto sdělení je tedy stát a jeho právní regulace, nikoliv žalobce nebo jiný výrobce ve spotu použitých minifigurek.
- [22] Ze strany žalovaného jde o *legitimní a legální* kritiku státní politiky ochrany duševního vlastnictví. Žalobce této kritice brání, protože změna státní politiky by pro něj, jak se zřejmě domnívá, mohla být nevýhodná. Je však nepřijatelné, aby tato obava žalobce o vlastní prospěch byla uznána jako důvod k cenzuře politických projevů žalovaného, směřujících ke změně státní politiky v oblasti duševního vlastnictví.
- [23] Bez ohledu na to, zda nebo kdy bude žalovaný s prosazováním své představy o vztahu svobody a duševního vlastnictví v politické rovině úspěšný, nelze připustit, aby mu bylo bráněno v přesvědčování veřejnosti o tom, že je tato jeho představa správná. Jediným účinným prostředkem, jak tuto představu veřejnosti přibližovat, je přitom používání konkrétních a názorných příkladů, mezi něž patří i dotčený spot.

⁷ Ze spotu ani nelze určit, se kterou z politických stran by použité figurky měly být spojovány. Figurky ve spotu „hrají“ představitele různých stran.

[24] Účelem svobody projevu je „*usnadnění kolektivní diskuse a rozhodování.*“⁸ Je-li účelem svobody projevu usnadnění diskuse, pak ochrana svobody projevu musí mířit především na ty projevy, které veřejnou diskusi usnadňují v praxi. Druhé sdělení spotu je právě takovým projevem, který laické veřejnosti přístupnou formou ukazuje „lepší svět“ bez hypertrofované ochrany nehmotných práv.

5. PŘÍPUSTNOST OMEZENÍ SVOBODY PROJEVU

[25] Jak již žalovaný v řízení upozornil, 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).

[26] „*Pojem «nezbytnost omezení» vykládá ESLP jako existenci «naléhavé společenské potřeby» [pressing social need] s tím, že zároveň musí být omezující opatření «přiměřené sledovanému cíli.*“⁹

[27] „*Nebude-li prokázána nezbytnost zásahu (tedy naléhavá společenská potřeba), nelze považovat dané omezení za ústavně konformní ...*“¹⁰

[28] „*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»).*“¹¹

[29] 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. Podle názoru žalovaného by údajný nárok žalobce neprošel ani tímto základním testem.

[30] V publikaci prof. Pavlíčka čteme: „*Svoboda projevu je jedním z nejvýznamnějších demokratických práv, v Listině zakotvené limity jsou ochranou před ohrožením demokracie.*“¹² Zásah do svobody projevu žalovaného v podobě cenzury volebního spotu by tedy byl přijatelný jen tehdy, kdyby spot znamenal ohrožení demokracie.

⁸ ARAGAKI, Hiro N. *Deliberative Democracy as Dispute Resolution? Conflict, Interests, and Reasons*. In: Ohio State Journal on Dispute Resolution, Vol. 24:3 2009. Dostupné na http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1480291.

⁹ BARTOŇ, Michal. *Svoboda projevu: Principy, garance, meze*. Praha: Leges, 2010, s. 36.

¹⁰ BARTOŇ (2010), s. 37.

¹¹ BARTOŇ (2010), s. 36.

¹² PAVLÍČEK, Václav, et al. *Ústava a ústavní řád ČR: 2. díl: práva a svobody*. 2. vydání. Praha: Linde, 1999, s. 178.

5.1. Zvláštní ochrana politických projevů

- [31] Veškeré právní konstrukce žaloby a žaloba jako taková jsou výrazem nedocení významu svobody politického projevu v demokratické společnosti.
- [32] „V judikatuře ESLP dochází k určité stratifikaci projevů (potažmo jejich ochrany) v závislosti na obsahovém zaměření, přičemž vyšší míře ochrany se těší projevy přispívající ke společenské či politické debatě ...
[...] Jde-li o politické projevy či o projevy týkající se věcí veřejného zájmu, připouští ESLP velmi úzký prostor pro možnost omezení projevu ze strany smluvních států (margin of appreciation).“¹³
- [33] [...] Politických projevů se týká též speciální interpretační pravidlo uvedené v čl. 22 [LZPS], stanovící, že «zákonná úprava všech politických práv a svobod a její výklad a používání musí umožňovat a ochraňovat svobodnou soutěž politických sil v demokratické společnosti». Tím je v ČR určitá preference politických projevů zakotvena přímo v ústavní rovině.“¹⁴
- [34] „Preferenci politických projevů je potřeba vztáhnout též na projevy obecně se dotýkající věci veřejných, byť nemusí jít o «politiku» v úzkém slova smyslu, ale též např. o činnost justice, činnost médií, činnost církví, činnost ekonomických subjektů apod.“¹⁵
- [35] Ústavní soud ČR k tomu judikoval: „Pro demokracii, chápanou jako vládu lidu, lidem a pro lid, je životní nutností šíření informací, myšlenek a názorů, ať už pochvalných, či kritických, proto aby byla veřejnost zásobena všemi dostupnými fakty nezbytnými pro vyvolání kvalitní debaty ve věcech celospolečenského zájmu a následného utváření názoru jednotlivců či k dosažení konsenzu o řízení a obstarávání věcí celospolečenského zájmu.“¹⁶
- [36] A dále: „Základní právo na svobodný projev je třeba považovat za konstitutivní znak demokratické pluralitní společnosti, v níž je každému dovoleno vyjadřovat se k věcem veřejným a vynášet o nich hodnotící soudy.“¹⁷
- [37] Volební spot vyjadřuje hodnotící soudy žalovaného k nejméně dvěma otázkám veřejného zájmu (viz části 4.1 a 4.2 výše) a požívá tedy nejsilnější možné ústavní ochrany.¹⁸

¹³ BARTOŇ (2010), s. 86-87.

¹⁴ BARTOŇ (2010), s. 87.

¹⁵ BARTOŇ (2010), s. 88.

¹⁶ Nález Ústavního soudu ČR ze dne 4. 4. 2005, IV. ÚS 146/04, č. 71, sv. 37.

¹⁷ Nález Ústavního soudu ČR ze dne 11. 11. 2005, I. ÚS 453/03, č. 209, sv. 39.

¹⁸ Shodně také známý americký právník Cass Sunstein: „Ve chvíli, kdy se vláda [roz. státní moc] snaží omezit politický projev, je tato restrikce předmětem «nejsilnější presumpce protiústavnosti».“ Citováno podle BARTOŇ (2010), s. 87. Sám Michal Bartoň (s. 88) pak uvádí, že „jisté je, že obecný princip co nejsilnější ochrany šíření i přijímání názorů a informací týkajících se politických otázek, resp. otázek veřejného života, bude v každé demokratické společnosti požívat nejsilnější ústavní ochrany.“

5.2. Volební kampaň žalovaného

- [38] Žalovaný je veřejností vnímán jako opoziční politická strana, která se zastává široké svobody projevu, práva na informace, reformy práv duševního vlastnictví, svobodného internetu.
- [39] Žalobce tuto svoji pověst systematicky buduje od svého vzniku, a to prostřednictvím různých komunikačních prostředků. Z nedávné doby lze uvést například design webových stránek žalovaného, který připomínal design známého internetového portálu Seznam.cz. Tento krok byl ze strany žalovaného 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.
- Důkaz: Článek „*Seznam: Intergalaktická právní válka s piráty nebude, nakreslíme jim jejich logo naším fontem*“, uveřejněný na internetových stránkách Českého rozhlasu dne 4. 5. 2012.
- [40] Při tvorbě spotu tedy nešlo o samoučelné parazitování na dobré pověsti konkrétní obchodní společnosti, jak naznačuje žalobce. Ve skutečnosti šlo o zcela přirozený projev základních idejí, na kterých je postavena politická činnost žalovaného, a na nichž žalovaný dlouhodobě staví všechny své volební kampaně.
- [41] 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.*“¹⁹
- [42] Za takových okolností je nepřijatelné, aby politické projevy žalovaného, požívající nejsilnější možné ústavní ochrany,²⁰ byly omezovány způsobem, kterého se žalobce domáhá. Cenzura obdobných projevů žalovaného by totiž znamenala, že žalovaný by neměl k dispozici žádné účinné prostředky, jak veřejnosti představovat svůj volební program.
- [43] Vůbec nejstarším a nejcharakterističtějším pilířem politického programu žalovaného je požadavek reformy práv k duševnímu vlastnictví.²¹ Je tedy sotva myslitelné, že by tento požadavek nebyl žalobcem veřejnosti sdělován v rámci volební kampaně. Podle LZPS a EÚLP není ani právně možné bránit žalovanému v tom, aby veřejnosti sděloval zásadní požadavek svého volebního programu.

¹⁹ Nález Ústavního soudu ČR ze dne 26. 1. 2005, sp. zn. Pl. ÚS 73/04.

²⁰ Viz část 5.1 výše.

²¹ Viz odst. [14] až [17] výše.

- [44] Pokud jde o formu, kterou pro toto sdělení žalovaný zvolil, zjevně není nepřiměřená účelu, který sleduje. Žalovaný potřebuje veřejnosti soustavně sdělovat, že „nesouhlasí se současným rozsahem ochrany práv k duševnímu vlastnictví.“ To je ale pro širokou veřejnost natolik neuchopitelný pojem, že žalovaný nemá jinou možnost, než ve svém projevu nějakým způsobem ztvárnit i laikem pochopitelný příklad toho, co se pod tímto pojmem může skrývat. Dříve to byl design internetových stránek Seznam.cz, poté minifigurky žalobce, příště to bude zase něco jiného.
- [45] Pro vyloučení pochybností, žalovaný trvá na tom, že se žádného protiprávního jednání vůči žalobci nedopustil. Naopak tím, že ve spotu nepoužil přímo minifigurky žalobce, ale pouze se (mimo jiné) jejich vzhledem nechal inspirovat, postupoval žalovaný vůči právům žalobce s nejvyšší rozumnou mírou šetrnosti. Pokud by žalovaný ve spotu použil jiné figurky, které by nepřipomínaly žádné na trhu prodávané zboží, ze spotu by se zcela vytratilo to nejpodstatnější sdělení. K potenciálním voličům žalovaného by se nedostala informace o tom, proč zejména by měli žalovanému dát svůj hlas; takové omezení politického projevu žalovaného však v demokratickém státě nelze připustit.

6. ZÁSAH DO DOBRÉ POVĚSTI PRÁVNICKÉ OSOBY

- [46] Podle judikatury Nejvyššího soudu:
„Posouzení neoprávněného zásahu do dobré pověsti právnické osoby z hlediska souvislosti s hospodářskou soutěží (a případné zhoršení dobré pověsti právnické osoby v hospodářské soutěži) je tu tedy rozhodujícím hlediskem pro posouzení neoprávněnosti zásahu do dobré pověsti právnické osoby.“²²
- [47] Pokud žalobce tvrdí neoprávněnost zásahu do své pověsti, musí prokázat, že volební spot zhoršil nebo alespoň byl způsobilý zhoršit pověst žalobce v hospodářské soutěži.²³ To se žalobci v dosavadním průběhu řízení nepodařilo.
- [48] Známí pražští advokáti s vybudovanou vlastní dobrou pověstí v nakladatelství Linde publikovali:
*„Dobrá pověst je pojem, který v sobě zahrnuje nehmotné a samostatně nevyčíslitelné hodnoty, které jsou spojeny s právnickou osobou.
Dobrá pověst v tomto smyslu představuje především poctivost, důvěryhodnost, slušnost, vážnost, spolehlivost, solidnost apod. V obchodní sféře, kde se především tento pojem uplatňuje a kde stále více začíná nabývat na významu, lze do obsahu tohoto pojmu zařadit i profesionalitu, jistotu v zajištění obchodního tajemství, serióznost v jednání, jistotu dodržení obchodních závazků apod. Nepochybně však dobrá pověst obsahuje i morálku a čestnost jak statutárních zástupců právnické osoby, tak i jejich zaměstnanců.“*

²² Rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 21. 8. 2003, sp. zn. 28 Cdo 1015/2002.

²³ Viz také rozsudek Nejvyššího soudu ČR ze dne 6. 9. 2011, sp. zn. 30 Cdo 149/2010: „... právnická osoba může být činěna odpovědnou za újmu na pověsti [jiné] právnické osoby pouze tehdy, jestliže neoprávněný zásah proti ní skutečně také vyvolala. Povinnost tvrzení, břemeno tvrzení, důkazní povinnost a důkazní břemeno ohledně příčinné souvislosti zatěžuje dotčenou právnickou osobu.“

Podle Blackova Právníckého slovníku (Victoria Publishing, a.s., 1993, str. 643) znamená goodwill doslova «společenský respekt», přízeň veřejnosti, příznivé mínění nakupující veřejnosti o zboží nebo službách pocházejících z určitého známého zdroje.»²⁴

- [49] Z žaloby (s. 3) je zřejmé, že žalobce (byť zdroj neuvedl) vychází právě z definice dobré pověsti právnické osoby, která je uvedena v předchozím odstavci. Na rozdíl od žalovaného ale tuto definici soudu nepředložil celou, ale vybral z ní jen to, co považuje za pro sebe výhodné v tomto řízení.
- [50] Jak vyplývá z definice dobré pověsti právnické osoby v jejím úplném znění (viz odst. [48] výše), volební spot žalovaného není vůbec způsobilý jakkoliv zasáhnout do žádné z mnoha vyjmenovaných dílčích složek dobré pověsti žalobce, tím méně pak do jeho celkové dobré pověsti.

6.1. Povaha spojení žalobce a žalovaného

- [51] Žalobce „zastává názor, že nelze spojovat podnikatele s politickou stranou bez jeho souhlasu. A to ať v pozitivním, nebo negativním smyslu. Toto považuje žalobce za zcela zásadní věc.“ (Podání žalobce, s. 3).
- [52] S takto obecně formulovaným názorem nelze souhlasit. Je třeba vycházet z toho, že svobodní lidé mohou spojovat cokoli s čímkoliv, pokud ze zákona nevyplývá opak. Přitom zákonné zakazy se musejí v zásadě vždy týkat pouze spojení přímých. Pokud by byla zakazována i spojení nepřímá, byla by tím zakázána veškerá jednání všech lidí.
- [53] Pokud se v případě spotu dá vůbec hovořit o jakémkoliv přímém spojení mezi žalovaným a žalobcem, pak jedině v tom smyslu, že žalovaný uměleckou formou vyjadřuje svůj politický názor na rozsah ochrany, která je anebo má být poskytována výrobcům ve spotu ztvárněných minifigurek, z nichž nejznámější je koncern žalobce.
- [54] Žalobce dále tvrdí: „Žalovaný tím, že použil vnější podobu postaviček LEGO ... zasáhl významným způsobem do dobré pověsti žalobce jako právnické osoby, neboť spojuje žalobcem vyráběné hračky s politickou soutěží a činí z nich přímo nástroje této soutěže, a to bez souhlasu žalobce.“ (Žaloba, s. 3)
- [55] Při právním hodnocení tohoto tvrzení žalobce je potřeba zkoumat pouze to, zda je výše uvedené konkrétní spojení žalovaného s žalobcem (odst. [53]) zákonem zakázáno jako neoprávněný zásah do dobré pověsti žalobce.

²⁴ DEVÁTÝ, Stanislav, TOMAN, Petr. Ochrana dobré pověsti a názvu právnických osob. Praha: Linde, 2001, s. 42.

- [56] Evropský soud pro lidská práva judikoval: „... *velké veřejné společnosti se nevyhnutelně a vědomě vystavují důkladné veřejné kontrole svých jednání a hranice přípustné kritiky jsou v případě těchto společností širší.*“²⁵
- [57] Žalovaný v této souvislosti připomíná, že předmětem kritiky byla ve spotu především státní regulace duševního vlastnictví, nikoliv společnost žalobce. Je proto evidentní, že hranice přípustné kritiky této společnosti nebyly a nemohly být uveřejněním spotu překročeny.
- [58] Ochrana dobré pověsti je směřována především proti zásahům ve formě skutkových tvrzení s difamující povahou anebo ve formě hodnotících úsudků podávaných formou kritiky.²⁶
- [59] Spot není způsobitelný jakkoliv zasáhnout do pověsti žalobce, protože žalobce nijak nedifamuje, dokonce se ani k osobě žalobce či jeho výrobků nijak nevyjadřuje. Žalobce tvrdí, že spot může u veřejnosti vyvolat určitý dojem o právnické osobě žalobce – to je však (i kdyby to byla pravda, což žalovaný popírá) něco zcela jiného, než prezentace difamujících skutkových tvrzení o právnické osobě nebo vyjadřování hodnotících (kritických) úsudků o ní.
- [60] Zdá se, že žalobce se neodůvodněně snaží převést institut vyvolání určitého dojmu u veřejnosti (např. klamavého) z práva nekalé soutěže a práva ochranných známek (kteréžto oblasti práva se se volebních kampaní netýkají) do práva na ochranu dobré pověsti právnických osob. Tato oblast práva však s institutem vyvolání klamného dojmu v zásadě nepočítá, neboť se týká zásahů ve formě skutkových tvrzení s difamující povahou anebo ve formě hodnotících úsudků. Volební spot žalovaného žádná tvrzení ani úsudky o žalobci ani jeho výrobcích neobsahuje. Obsahuje pouze obecnou kritiku rozsahu zákonné ochrany duševního vlastnictví.

6.2. Podpora a sponzorství

- [61] Žalobce tvrdí: „*Podnikatelé se zajisté mohou stát sponzory a podporovateli různých politických uskupení, pokud se k takovému kroku rozhodnou, ale je nepřípustné, aby někdo vytvářel takovou souvislost bez souhlasu podnikatele.*“²⁷
- [62] Se vším respektem k autorovi spotu, žalovaný se nedomnívá, že je spot zpracován na takové technické úrovni, aby mohl u veřejnosti vyvolat dojem, že je jakkoliv podporován či přímo placen ze strany žalobce, globální korporace s obrovskými finančními prostředky, která si zakládá (a mimochodem, svoji pověst buduje) na špičkovém technickém provedení svých výrobků.
- [63] Ve spotu se nikde neobjevuje logo žalobce. Je tedy vyloučeno, aby divák získal dojem, že spot je sponzorován nebo jinak podporován žalobcem. I kdyby diváka taková souvislost napadla, vzápětí by ji právě pro absenci známého loga žalobce vyloučil.

²⁵ Rozsudek ESLP ze dne 15. 2. 2005, *Steel and Morris v. The United Kingdom*, sp. zn. 68416/01.

²⁶ DEVÁTÝ, TOMAN (2001), s. 44.

²⁷ Podání žalobce, s. 4.

6.3. Údajná apolitičnost žalobce

- [64] Apolitičnost jako taková je z hlediska vlivu na pověst právnické osoby v obecné rovině nezařaditelná – pro někoho může být apolitičnost faktorem, který pověsti právnické osoby škodí (apolitičnost právnické osoby může být např. využita v jednání o investicích ve státech s diktátorskými režimy apod.) Pro jiné může být naopak podpora určité politické strany ze strany právnické osoby faktorem, který v jejich očích pověst právnické osoby zlepšuje. Nedá se tedy tvrdit, že každé narušení apolitické pověsti právnické osoby (samozřejmě pokud taková pověst vůbec existuje) představuje zhoršení její pověsti ve smyslu občanského zákoníku.
- [65] Případný vnitřní kodex žalobce ukládající mu apolitičnost (viz žalobu, s. 3) se nijak neprojevuje v pověsti, které se žalobce ve společnosti těší. Součástí pověsti žalobce u veřejnosti není otázka jeho vztahu k politickým stranám. Spotřebitele výrobků žalobce nezajímá, zda je výrobce apolitický či nikoliv. To ostatně čteme i v samotné žalobě (s. 2),²⁸ tedy jde o skutečnost, která je mezi stranami nesporná.
- [66] Pokud má žalobce přesto potřebu pěstovat svoji apolitickou pověst, musí k tomu zvolit jiné prostředky, než cenzuru volebního spotu žalovaného. Např. může veřejnosti aktivněji sdělovat, že nepodporuje volební spoty žádných politických stran nikde na světě apod. Takové opatření by na rozdíl od cenzury volebního spotu nepoškozovalo práva žalovaného. Žalovaný odmítá být poškozován tím, že se žalobce na jeho úkor rozhodl budovat vlastní apolitickou pověst.
- [67] Pokud chce žalobce právními prostředky chránit svůj obraz apolitičnosti ve společnosti, musí nejprve takový obraz vytvořit, což se mu však dosud nepodařilo. Naopak, jak již žalovaný uvedl, koncern Lego v minulosti otevřeně využíval politických událostí a kontaktů s politiky k vlastnímu prospěchu. Viz Žalobní odpověď, s. 8, odst. 12.

Důkaz: Snímky z Legolandu v Kalifornii, kde byl u příležitosti inaugurace prezidenta USA Baracka Obamy postaven model této události z výrobků koncernu žalobce

Snímky vrcholného představitele koncernu žalobce z jeho oficiální schůzky s českým premiérem, ministrem průmyslu a obchodu, primátorem Kladna a předsedou Komory statutárních měst ČR (všichni členové ODS)

- tyto důkazy budou předloženy při ústním jednání

- [68] I kdyby součástí pověsti žalobce byla jeho apolitičnost (což žalovaný popírá), musel by žalobce k účinné ochraně své dobré pověsti (neboť pouze ta, nikoliv pověst apolitická, je předmětem právní ochrany) prokazovat, že volební spot žalovaného je způsobilý ji poškodit. Žalobce by musel prokazovat, jak konkrétně a v očích koho by předmětný spot mohl zhoršit pověst žalobce. Tvrzení žalobce, že spot zpochybňuje jeho apolitičnost (i kdyby bylo pravdivé, což žalovaný rovněž popírá) nestačí k závěru, že došlo také k zásahu do jeho dobré pověsti.

²⁸ Žaloba, s. 2: „Jeho [roz. žalobcovým] koncovým spotřebitelem je dětský spotřebitel, který se politikou a politickými spory nezabývá.“

6.4. Střet se svobodou politického projevu žalovaného

- [69] „Rozhodnout ... *civilní spor na ochranu osobnosti bez zohlednění ustálené rozhodovací praxe orgánů ochrany lidských práv (ať již ústavních soudů v jednotlivých státech či ESLP v kontextu evropských států) dost dobře není možné.*“²⁹ Totéž samozřejmě platí o sporech na ochranu pověsti právnické osoby.
- [70] Aby bylo možné spot postihnout jako zásah do dobré pověsti žalobce, muselo by se jednat o zásah neoprávněný. V našem případě by však šlo (hypoteticky) o zásah oprávněný. Vycházel by totiž z ústavního práva žalovaného na svobodu politického projevu, kteréžto právo má v systému základních práv natolik významné místo, že ochrana dobré pověsti právnické osoby, zaručená (přínejmenším formálně) pouze podústavním právem,³⁰ může proti němu obstát jen ve zcela výjimečných případech naléhavého společenského zájmu (viz část 5 výše), srovnatelnému se zájmem na zachování svobody politického projevu.
- [71] Aniž by chtěl žalovaný snižovat význam dobré pověsti společnosti žalobce, je přesvědčen, že tato hodnota nedosahuje významu zachování svobody projevu politických stran v demokratickém státě, tím méně v období předvolební kampaně.
- [72] Celý politický systém České republiky je založen na *volné* soutěži politických stran (čl. 5 Ústavy), přičemž rozhodující fáze této soutěže se vždy odehrávají v předvolebním období. Je tedy pro celý politický systém zásadní, aby státní zásahy do předvolebních projevů jakékoliv legálně existující politické strany (takovým zásahem je i soudem nařízené předběžné opatření zakazující žalovanému uveřejnit volební spot) byly omezeny pouze na zcela extrémní případy naléhavého veřejného zájmu. O takový případ se zde však podle názoru žalovaného nejedná. Žalobce dosud nepředložil jediný argument, natož důkaz, že se žalovaný v této otázce mylí.
- [73] V novém občanském zákoníku (§ 135 odst. 2) je výslovně uvedeno, že zásah do pověsti právnické osoby je možný, jedná-li se o umělecký účel. O tom, že spot je uměleckým dílem, nemůže být sporu; poznámka žalobce o účelovosti tohoto argumentu žalovaného je proto nepřipadná (viz Podání žalobce, s. 6).

7. NEKALÁ SOUTĚŽ

- [74] O nekalou soutěž ze strany žalovaného se nemůže jednat, protože zveřejnění spotu v předvolební kampani politické strany není jednáním v hospodářské soutěži ani v hospodářském styku. K tomu se již žalovaný v řízení dříve vyjádřil.

²⁹ BARTOŇ (2010), s. 103.

³⁰ DEVÁTY, TOMAN (2001), s. 37: „Právnické osoby nemají, na rozdíl od fyzických osob – explicitně zakotvenou ústavní garanci svých osobních práv. Jejich ochranu upravují obvyklé zákonné normy, občanský zákoník, obchodní zákoník, tiskový zákon a trestní zákoník.“

- [75] Pozici žalovaného podporuje i právní názor předního odborníka na právo nekalé soutěže, prof. Hajna: *„Spojume-li hospodářskou soutěž s trhem zboží, neřadíme do ní soutěž mezi subjekty politického boje. [...] Zásadně se takové soupeření nepojímá jako soutěž hospodářská ... (Ostatně těžko si lze představit předvolební soupeření politických stran, pokud by pro něj měly platit předpisy proti nekalé soutěži s jejich zákazy klamavého chování, zlehčování soutěžitele atd.) Důležitým regulátorem politického chování jsou společenské zvyklosti a výrazně se zde uplatní politická sankce (volič nespokojený s počínáním strany, které dal svůj hlas, bude při příštích volbách hlasovat odchylně).“*³¹

8. ZÁSAH DO PRÁV K OCHRANNÝM ZNÁMKÁM

- [76] Zákaz užívání ochranných známek jiného se týká výhradně užití v obchodním styku (*in the course of trade*), a to podle českého práva, práva EU i podle mezinárodních smluv (TRIPS, Pařížská úmluva).
- [77] Jak již žalovaný zdůraznil v žalobní odpovědi, předvolební politický spot z žádného úhlu pohledu nelze podřadit pod „obchodní styk.“ Argumenty žalobce o soutěži politických stran v rámci fundraisingu jsou nepřesvědčivé – účelem spotu byla prezentace žalovaného v předvolební kampani, jejímž předmětem je získávání voličských hlasů, nikoliv fundraising. Žalovaný se ohrazuje proti tomu, aby jeho politická činnost či dokonce její klíčová část - předvolební kampaň, byla označována jako „obchodní styk.“

9. ZÁSAH DO AUTORSKÝCH PRÁV

- [78] Ačkoliv žalobce v řízení předložil argumentaci týkající se autorských práv, z žádného vyjádření žalobce nevyplývá, jak se tato argumentace týká zde řešeného sporu. Pro případ, že žalobce tuto část žaloby doplní potřebnými tvrzeními a důkazy, uvádí dále žalovaný preventivně některé argumenty, ze kterých vyplývá, jak by bylo nutné střet případných autorských práv žalobce s právy žalovaného řešit.
- [79] Předně je třeba zopakovat, že figurky použité ve spotu nejsou kopiemi minifigurek vyráběných žalobcem. Figurky ve spotu jsou původním autorským dílem, při jehož tvorbě se autor nechal inspirovat figurkami, které se běžně prodávají, a jejichž nejznámějším výrobcem je koncern žalobce. Viz také odst. [12] výše.
- [80] Žalovaný odmítá účelovou argumentaci žalobce k výkladu ustanovení § 33 autorského zákona. Především je nutno odmítnout názor žalobce, že *„se jedná o zákonnou licenci opravňující zachytit nebo zaznamenat dílo trvale umístěné na veřejnosti, avšak v jeho původní a nezměněné podobě a tento záznam díla dále užít.“*³²

³¹ HAJN, Petr. Soutěžní chování a právo proti nekalé soutěži. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 46.

³² Podání žalobce, s. 10.

[81] Tento názor žalobce nemá žádnou oporu v platném právu. Naopak, ze samotného textu ust. § 33 AutZ vyplývá, že zákonná licence se týká jak „záznamu“, tak „vyjádření“ díla. Volební spot není záznamem minifigurek umístěných na veřejném prostranství, ale je uměleckým dílem inspirovaným mj. minifigurkami žalobce. Obdobně například kresba (která je v ust. § 33 výslovně dovolená) Tančícího domu v Praze není jeho záznamem, ale jeho vyjádřením (uměleckým ztvárněním).

Důkaz: Snímky Hotelu Legoland, před kterým jsou na veřejném prostranství trvale umístěny minifigurky žalobce – snímky budou předloženy při ústním jednání

[82] Nejpodrobnější dostupný komentář k autorskému zákonu v části týkající se § 33 výslovně uvádí: „Z povahy této zákonné licence vyplývá, že pořízená rozmnoženina může mít i povahu napodobeniny díla, tj. nemusí se nutně jednat o přesnou rozmnoženinu díla v témže oboru umění. Určitá forma pozměnění (včetně např. přiměřené simplifikace) je povahově přípustná. [Ostatně předchozí autorský zákon připouštěl pouze pořízení „napodobeniny“. Srov. §15 odst. 2 písm. f) zák. č. 35/1965 Sb.] Stejně tak je přípustné přiměřené zařazení tohoto díla do souboru či spojení s dílem jiným.“³³

[83] Příklad, který uvádí žalobce o postavičce Mickey Mouse, je nepřipadný. Zaprvé, Disneyland není veřejným prostranstvím, ale prostorem, do nějž je třeba zaplatit vstupné. Zadruhé, masku Mickey Mouse nasazenou na hlavu člověka nelze považovat za trvale umístěné dílo.

[84] Svoboda projevu jako jedna z fundamentálních hodnot demokratického státu „váže zákonodárce nejen při reglementaci veřejnoprávních poměrů, nýbrž k této hodnotě se musí přihlížet i při soukromoprávních úpravách.“³⁴ Ochrana svobody projevu (a politického projevu obzvláště) tak představuje mimořádně robustní korektiv případného autorského práva žalobce.

[85] Jako hlavní důvod, proč stát garantuje práva duševního vlastnictví (kopírovací monopol), je většinou uváděna ekonomická motivace tvůrců – bez náležité ochrany by vznikalo méně autorských děl a jiných výsledků tvůrčí činnosti, protože by se jejich tvorba potenciálním autorům nevyplatila.

[86] Žalovaný je přesvědčen, že pokud je tento hlavní argument zastánců silné ochrany práv duševního vlastnictví správný, pak předvolební spot žalovaného uvedený smysl zákonné ochrany nijak nenarušuje. Zveřejněním spotu nebyla nijak narušena motivace žalobce pokračovat ve výrobě a prodeji hraček ve stejné podobě, v jaké tak činil před zveřejněním spotu. Podle názoru žalovaného je nepředstavitelné, že by někdo po shlédnutí spotu začal na značku Lego pohlížet jinak než doposud a přestal kupovat její výrobky. Pokud by žalobce chtěl tvrdit a prokazovat opak, dosud příležitost k tomu v řízení nevyužil.

³³ TELEČ, I., TŮMA, P. Autorský zákon. Komentář. 1. vydání. Praha: C. H. Beck, 2007, s. 367.

³⁴ FILIP, Jan. Vybrané kapitoly ke studiu ústavního práva [Učebnice]. Vyd. 2. dopl. Brno: Masarykova univerzita, 2001, s. 126.

- [87] Žalovaný si nechal zhotovit vlastní umělecké dílo (volební spot), přičemž autor díla se nechal inspirovat mimo jiné vzhledem oblíbených minifigurek žalobce a jiných výrobců hraček, aniž by však tyto figurky byly nejpodstatnějším prvkem nově vzniklého díla. Tím, že žalovaný následně toto dílo zveřejnil ve své volební kampani, vyjádřil určitý politický postoj a přispěl k veřejné debatě o přípustných omezeních svobody projevu v demokratické společnosti, která pokračuje mimo jiné i v tomto soudním řízení.
- [88] Spot je svébytným uměleckým audiovizuálním dílem, které má vlastní originální název, námět, scénář, střih, animaci, zvukovou stopu atd., přičemž podoba použitých figurek není pro žádný z těchto originálních prvků spotu podstatná. Ve svém celku proto dílo není postaveno na specifické podobě figurek, když podstatou díla je umělecky a s humornou nadsázkou vyjádřené politické sdělení žalovaného.
- [89] V případě střetu práva žalobce k dílu-minifigurce (pokud takové právo vůbec existuje) s právem žalovaného k volebnímu spotu by tedy šlo o střet v podstatě izolovaného autorského práva (bez přímého přesahu do svobody projevu, natož projevu politického) na straně jedné s jiným autorským právem, využitým k vyjádření politického sdělení na straně druhé.

10. ÚJMA ŽALOVANÉHO

- [90] Předběžné opatření, ukládající žalovanému zdržet se uveřejňování volebního spotu, způsobuje žalovanému značnou škodu a jinou újmu, která v průběhu soudního řízení narůstá.
- [91] Tento rok se konají evropské, senátní a komunální volby, kterých se žalovaný bude plnohodnotně účastnit. Případné znemožnění prezentace předvolebního spotu v kampaních by žalovaného pochopitelně poškodilo ještě výrazněji, než je tomu v obdobích, kdy volební kampaň neprobíhá.
- [92] Byť byl předmětný spot vytvořen pro účely voleb do Poslanecké sněmovny, je jisté, že pokud by nebyl cenzurován, byl by (např. na základě odkazů z jiných internetových stránek) potenciálními voliči sledován i v kampaních pro všechny ostatní typy voleb, ve kterých žalovaný bude kandidovat.
- [93] Cenzura volebního spotu žalovaného znamená závažný zásah do jeho svobody projevu a práva účastnit se volné soutěže politických stran.
- [94] Žalovaný považuje za svoji povinnost na tyto skutečnosti žalobce znovu upozornit a vyzvat ho, aby k minimalizaci další újmy žalovaného vzal bezodkladně žalobu zpět a zdržel se další cenzury volebních spotů žalovaného.

11. ZÁVĚR

[95] Z výše uvedených důvodů má žalovaný za to, že žalobu je třeba v celém rozsahu zamítnout.

Česká pirátská strana