

Zpracovatel

DARA - znalecká kancelář, spol. s r.o.,  
zastoupená jednatelekou Ing. Barborou Rýdlovou, Ph.D.  
V Štíhlách 1319/22, 142 00 Praha 4, IČ: 64939324  
zapsaná v OR Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 42006

[www.dara-znalci.cz](http://www.dara-znalci.cz)

## Znalecký posudek č. 182-2020

|                   |                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| věc               | Posouzení ekonomické přiměřenosti sazby INTERGRAM, z.s., pro r. 2020, účtované v rámci kolektivní správy dle zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) za užití komerčních zvukových snímků v televizním vysílání. |
| zpracovatel       | Ing. Pavel Svačina, Ph.D.                                                                                                                                                                                        |
| objednatel        | INTERGRAM, nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově-obrazových záznamů, z.s.<br>Klimentská 1207/10<br>110 00 Praha 1<br>IČ: 00537772                                                  |
| účel ocenění      | Sestavení obecného modelu pro testování ekonomické přiměřenosti navrhovaných sazeb.<br>Potenciální soudní spory s dotčenými osobami.<br>Příprava sazebníků kolektivního správce                                  |
| datum ocenění     | 18. 12. 2020                                                                                                                                                                                                     |
| datum vypracování | 25. 6. 2020                                                                                                                                                                                                      |
| počet stran       | 46 stran včetně příloh, 1 příloha CD                                                                                                                                                                             |
| výtisk č. 4       | Znalecký posudek se vydává objednateli ve třech vyhotoveních.                                                                                                                                                    |

## OBSAH DOKUMENTU

|          |                                                                                              |           |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Úvod a nález .....</b>                                                                    | <b>5</b>  |
| 1.1      | Účel znaleckého posudku.....                                                                 | 5         |
| 1.2      | Datum ocenění.....                                                                           | 5         |
| 1.3      | Předmět znaleckého posudku .....                                                             | 5         |
| 1.3.1    | Základní údaje o předmětu .....                                                              | 5         |
| 1.3.2    | Co není předmětem znaleckého posudku.....                                                    | 6         |
| 1.3.3    | Intergram.....                                                                               | 6         |
| 1.3.3.1  | Kolektivní správa práv podle autorského zákona - obecně .....                                | 6         |
| 1.3.3.2  | Kolektivní správa práv podle autorského zákona - Intergram.....                              | 7         |
| 1.4      | Kategorie hodnoty .....                                                                      | 9         |
| 1.5      | Místní šetření.....                                                                          | 9         |
| 1.6      | Důvěrnost informací a doložka Znaleckého ústavu .....                                        | 9         |
| 1.7      | Použité podklady.....                                                                        | 10        |
| <b>2</b> | <b>Posudek .....</b>                                                                         | <b>12</b> |
| 2.1      | Hlavní subjekty na trhu s hudebními nahrávkami při TV užití .....                            | 12        |
| 2.2      | Přístupy ke stanovení odměn za užití hudby.....                                              | 12        |
| 2.2.1    | Sazby ze srovnatelných trhů.....                                                             | 13        |
| 2.2.2    | Analýza užití – příspěvek hudby k růstu reklamních příjmů.....                               | 13        |
| 2.2.3    | Finanční analýza – ziskovost podniků užívajících hudbu .....                                 | 14        |
| 2.2.4    | Ceny alternativ k chráněné hudbě .....                                                       | 15        |
| 2.2.5    | Hédonické ocenění – analýza tržeb podniků.....                                               | 15        |
| 2.2.6    | Experiment – pozorování a analýza chování spotřebitelů .....                                 | 16        |
| 2.2.7    | „Modelování výběru“ - průzkum koncových spotřebitelů .....                                   | 16        |
| 2.2.8    | Hédonické ocenění – analýza spotřebitelských cen .....                                       | 17        |
| 2.3      | Zvolená metodologie znaleckého posudku .....                                                 | 17        |
| 2.3.1    | Kritéria volby .....                                                                         | 17        |
| 2.3.2    | Volba relevantních trhů s hudebními nahrávkami .....                                         | 18        |
| 2.3.3    | Hlavní parametry srovnání cen za zvukové nahrávky .....                                      | 18        |
| 2.4      | Hodnota hudebních nahrávek z pohledu licenčního trhu .....                                   | 19        |
| 2.4.1    | Metodologie odhadu.....                                                                      | 19        |
| 2.4.2    | Použitá databáze .....                                                                       | 19        |
| 2.4.3    | Klíčová slova a metodika řešerše .....                                                       | 19        |
| 2.4.4    | Postup výběru relevantních transakcí.....                                                    | 19        |
| 2.4.5    | Vyhodnocení vzorku licenčních sazeb .....                                                    | 20        |
| 2.4.6    | Předběžné zhodnocení vhodnosti licenčních sazeb pro účely testování sazebníku Intergram..... | 23        |
| 2.5      | Hodnota hudebních nahrávek z pohledu trhu streamování hudby.....                             | 24        |
| 2.5.1    | Význam stream prodeje na trhu s hudbou.....                                                  | 24        |



|          |                                                                                             |           |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.5.2    | Metodologie odhadu.....                                                                     | 26        |
| 2.5.3    | Použitá data.....                                                                           | 27        |
| 2.5.4    | Výpočet implicitní ceny 1 zvukové nahrávky placené TV stanicemi ve prospěch Intergram ..... | 31        |
| 2.5.5    | Vyhodnocení analýzy – audio-stream subscription.....                                        | 34        |
| 2.5.6    | Vyhodnocení analýzy – audio-stream ad-supported .....                                       | 34        |
| 2.5.7    | Vyhodnocení analýzy – audio-stream celkem.....                                              | 35        |
| 2.5.8    | Vyhodnocení analýzy – video-stream celkem .....                                             | 35        |
| 2.5.9    | Vyhodnocení analýzy – porovnání všech použitých cen za stream.....                          | 35        |
| 2.6      | Souhrnné výsledky ocenění.....                                                              | 37        |
| <b>3</b> | <b>Závěry .....</b>                                                                         | <b>38</b> |
| <b>4</b> | <b>Přílohy .....</b>                                                                        | <b>39</b> |
|          | <i>Příloha I Sazebník odměn intergram pro TV vysílání .....</i>                             | <i>40</i> |
|          | <i>Příloha II Intergram - Výpis z rejstříku spolků .....</i>                                | <i>41</i> |
|          | <i>Příloha III - Postup rešerše poskytovatele dat RoyaltyRange .....</i>                    | <i>43</i> |
|          | <i>Příloha IV - Tržní podíly TV stanic na sledovanosti v 15+ kategoriích .....</i>          | <i>45</i> |
|          | <i>Příloha V - CD příloha s podkladovými daty RoyaltyRange .....</i>                        | <i>46</i> |

## Seznam tabulek

|              |                                                                                                                           |    |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabulka 1-1  | Sazba odměn za užití komerčních zvukových snímků v TV vysílání pro r. 2020.....                                           | 6  |
| Tabulka 2-1  | Popisné statistiky vzorku nalezených licenčních sazeb .....                                                               | 20 |
| Tabulka 2-2  | Rozpětí a vývoj průměrných cen na 1 zvukový snímek (2015-2019) .....                                                      | 28 |
| Tabulka 2-3  | Přehled veřejně dostupných globálních průměrných cen per stream pro výrobce nahrávek (2017-2019, podle společností) ..... | 31 |
| Tabulka 2-4  | Odhad faktoru rozdílné délky snímků (TV stanice vs. Spotify stream) .....                                                 | 33 |
| Tabulka 2-5  | Výpočet implicitní ceny 1 zvukového snímku pro TV stanice .....                                                           | 33 |
| Tabulka 2-6  | Výpočet implicitní ceny 1 zvukového snímku pro TV stanice - bez faktoru délky snímku.....                                 | 34 |
| Tabulka 2-7  | Porovnání tržní ceny zvukového snímku (audio-stream subscription) a implicitní ceny pro sazebník Intergram 2020.....      | 34 |
| Tabulka 2-8  | Porovnání tržní ceny zvukového snímku (audio-stream ad-supported) a implicitní ceny pro sazebník Intergram 2020.....      | 34 |
| Tabulka 2-9  | Porovnání tržní ceny zvukového snímku (audio-stream celkem) a implicitní ceny pro sazebník Intergram 2020.....            | 35 |
| Tabulka 2-10 | Porovnání tržní ceny zvukového snímku (video-stream celkem) a implicitní ceny pro sazebník Intergram 2020.....            | 35 |

## Seznam obrázků

|             |                                                               |    |
|-------------|---------------------------------------------------------------|----|
| Obrázek 2-1 | Toky zvukových nahrávek a plateb za ně při užívání v TV ..... | 12 |
| Obrázek 2-2 | Metodologie znaleckého posudku - obecný pohled.....           | 18 |
| Obrázek 2-3 | Struktura vzorku licencí z hlediska obsahu práv .....         | 21 |



|                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Obrázek 2-4 Struktura vzorku licencí z hlediska roku uzavření smlouvy.....                                       | 21 |
| Obrázek 2-5 Struktura vzorku licencí z hlediska délky trvání smlouvy.....                                        | 21 |
| Obrázek 2-6 Struktura vzorku licencí z hlediska exkluzivity práv .....                                           | 22 |
| Obrázek 2-7 Struktura vzorku licencí z hlediska teritoriální platnosti práv .....                                | 22 |
| Obrázek 2-8 Struktura vzorku licencí z hlediska dodatečných pevných plateb.....                                  | 22 |
| Obrázek 2-9 Licenční sazby a srovnání s navrhovaným ceníkem Intergram (TV užití).....                            | 24 |
| Obrázek 2-10 Vývoj příjmů za hudbu dle komercializace - svět (mld. USD; 1999-2017).....                          | 25 |
| Obrázek 2-11 Vývoj příjmů za hudbu dle typu nosiče - ČR (podíly; 2014-2018) .....                                | 26 |
| Obrázek 2-12 Význam dílčích stream prodejů na celkových tržbách za stream u producenta 1 (2015-2019).....        | 29 |
| Obrázek 2-13 Význam dílčích stream prodejů na celkových tržbách za stream u producenta 2 (2015-2019).....        | 29 |
| Obrázek 2-14 Proporce v počtu prodaných nahrávek (streamů) podle dílčích kanálů u producenta 1 (2015-2019) ..... | 30 |
| Obrázek 2-15 Proporce v počtu prodaných nahrávek (streamů) podle dílčích kanálů u producenta 2 (2015-2019) ..... | 30 |
| Obrázek 2-16 Průměrná délka 1 populární písně (2015-2019).....                                                   | 32 |
| Obrázek 2-17 Vyhodnocení analýzy - tržní cena / implicitní cena Intergram (per stream) .....                     | 36 |
| Obrázek 2-18 Vyhodnocení analýzy - bez zahrnutí faktoru délky snímku .....                                       | 36 |



## 1 ÚVOD A NÁLEZ

---

Znalecký posudek je zpracován na základě smlouvy o dílo, uzavřené v 7/2019 mezi spolkem INTERGRAM, nezávislou společností výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově-obrazových záznamů, z.s., Klimentská 1207/10, 110 00 Praha 1, IČ: 00537772 (dále také „**Intergram**“ nebo „**objednatel**“), a znaleckým ústavem DARA - znalecká kancelář, spol. s r.o., V Štíhlách 1319/22, 140 00 Praha 4 (dále také „**znalecký ústav**“).

### 1.1 Účel znaleckého posudku

Účelem znaleckého posudku je:

- ❑ sestavit pro objednatele, který je kolektivním správcem práv výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů dle autorského zákona, obecný model pro testování ekonomické přiměřenosti sazby pro užití tzv. komerčních zvukových snímků (zvukových záznamů vydaných k obchodním účelům) v televizním vysílání (dále „**předmětná sazba**“),
- ❑ poskytnout podklad k posouzení ekonomické přiměřenosti sazebníku odměn kolektivního správce, případně k zvážení revize sazebníku odměn,
- ❑ poskytnout podklad pro případné vyjednávání či soudní spory s uživateli předmětů ochrany nebo jejich asociacemi.

Analýzou ekonomické přiměřenosti pro účely tohoto znaleckého posudku se rozumí zkoumání, zda předmětná sazba leží či neleží v intervalu vymezeném tržními sazbami za srovnatelné zvukové snímky.

### 1.2 Datum ocenění

Znalecký posudek je zpracován ke dni 18. 12. 2019.

### 1.3 Předmět znaleckého posudku

#### 1.3.1 Základní údaje o předmětu

Předmětem znaleckého posudku je posoudit ekonomickou přiměřenost sazby Intergram pro r. 2020, inkasované v rámci kolektivní správy dle zákona č. 121/2000 Sb. („**autorský zákon**“ nebo „**AZ**“) za užití komerčních zvukových snímků v televizním vysílání (dále „**předmětné užití**“). Sazba v účtované struktuře je uvedena v následující tabulce. Návrh kompletního sazebníku odměn pro TV vysílání je přiložen v příloze 1.



**Tabulka 1-1 Sazba odměn za užití komerčních zvukových snímků v TV vysílání pro r. 2020**

| Podíl užití předmětů ochrany ve vysílání | I. Sazba roční odměny za užití komerčních zvukových snímků ve vysílání |             |             |             |             |             |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                                          | do 9 %                                                                 | 9 - 15 %    | 15 - 30 %   | 30 - 50 %   | 50 - 75 %   | nad 75 %    |
| Sazba odměny (% z tržeb)                 | 0,3%                                                                   | 0,3 - 0,5 % | 0,5 - 1,0 % | 1,0 - 1,6 % | 1,6 - 2,4 % | 2,4 - 3,2 % |

*Zdroj: Návrh sazebníku Intergram pro r. 2020 pro TV vysílání*

### 1.3.2 Co není předmětem znaleckého posudku

Znalecký ústav **zkoumá ekonomickou přiměřenost předmětné sazby jako celku**, čili porovnává zaplacenou částku za předmětné užití s částkou, která se platí při srovnatelných situacích. Předmětem znaleckého ústavu není a znalecký ústav tedy **nezkoumá**:

- ❑ přiměřenost struktury předmětné sazby vzhledem k podílu užití předmětů ochrany,
- ❑ přiměřenost sazby pro konkrétní dotčené osoby/uživatelé (jednotlivé TV stanice),
- ❑ přiměřenost sazby vzhledem k sazbám jiných kolektivních správců dle autorského zákona,
- ❑ přiměřenost sazby vzhledem k sazbám jiných zahraničních kolektivních správců.

### 1.3.3 Intergram

#### 1.3.3.1 Kolektivní správa práv podle autorského zákona - obecně

Kolektivní správce je instituce, kterou velké množství autorů a dalších nositelů práv autorských a práv souvisejících s právem autorským pověřilo, aby spravovala jejich práva autorská či práva související s právem autorským. Významnou činností kolektivní správy je poskytování licencí k užití hudebních děl (OSA) či zvukových záznamů hudby s uměleckými výkony interpretů (INTERGRAM). Mechanismus fungování kolektivní správy v ČR je zakotven v autorském zákoně. Kolektivní správce je organizace, často spolek, který byl založen samotnými nositeli práv v určitém uměleckém odvětví, a jemuž byla následně přidělena licence Ministerstvem kultury k vykonávání kolektivní správy. Každá oblast umění má svého kolektivního správce, který nositele práv zastupuje a spravuje jemu svěřená práva s péčí řádného hospodáře, ať už jsou jimi muzikanti, filmaři, nebo třeba malíři.<sup>1</sup>

Přehled českých kolektivních správců:

- ❑ OSA - Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním,
- ❑ INTERGRAM - nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově-obrazových záznamů,
- ❑ DILIA - divadelní, literární, audiovizuální agentura,
- ❑ OOA-S - Ochranná organizace autorská, sdružení autorů děl výtvarného umění, architektury a obrazové složky audiovizuálních děl,
- ❑ GESTOR - ochranný svaz autorský (právo na odměnu při opětovném prodeji originálu výtvarného díla uměleckého),

<sup>1</sup> <http://www.hrajucesky.cz/zaklady-hudebniho-prumyslu/kolektivni-spravci-co-to-je-a-k-cemu/>



- OAZA - Ochránná asociace zvukařů - autorů.<sup>2</sup>

### 1.3.3.2 Kolektivní správa práv podle autorského zákona - Intergram

Intergram je kolektivním správcem práv výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů. To znamená, že Intergram umělce a výrobce zastupuje a vybírá pro ně odměny za veřejné užití jejich výkonů a záznamů mj. v rozhlasovém a televizním vysílání nebo v tzv. veřejných produkcích.

**Oprávnění k výkonu kolektivní správy** uděluje na základě autorským zákonem stanovených podmínek Ministerstvo kultury, které je zároveň pověřeno výkonem dohledu nad činností kolektivních správců.

**INTERGRAM** je povinen zabezpečovat s péčí řádného hospodáře výkon majetkových práv výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů k jejich uměleckým výkonům a zvukovým a zvukově obrazovým záznamům, a to v případě, že jiný, než kolektivní výkon těchto práv je nedovolený nebo neúčelný.

**INTERGRAM** je zapsaným spolkem ve smyslu ustanovení § 214 a následujících zákona č. 89/2012Sb., občanský zákoník a jako takový je právnickou osobou způsobilou k právnímu jednání. Výpis z rejstříku spolků je uveden v příloze 2.

**INTERGRAM** v roce 1990 i za účelem poskytování služeb v **kulturní, vzdělávací a sociální oblasti** a za účelem rozvoje a podpory interpretačního umění založily organizace sdružující významný počet nositelů práv, a to:

- Herecká asociace,
- Svaz autorů a interpretů,
- Umělecké sdružení ARTES,
- Unie profesionálních zpěváků ČR,
- Unie orchestrálních hudebníků ČR,
- Společnost koncertních umělců,
- Sdružení výkonných umělců,
- Česká národní skupina Mezinárodní federace hudebního průmyslu.<sup>3</sup>

Základní oblasti práv kolektivně spravovaných INTERGRAM jsou následující:

#### 1) Zákonné zastoupení - práva povinně kolektivně spravovaná (ustanovení § 97d AZ)

Ustanovení § 97d autorského zákona obsahuje taxativní výčet práv, která lze vykonávat pouze v zastoupení kolektivním správcem, s tím, že individuální výkon zde zákon nepřipouští. Jedná se zejména o:

<sup>2</sup> <https://www.mkcr.cz/organizace-opravnene-k-vykonu-kolektivni-spravy-prav-692.html>

<sup>3</sup> Zdroj: <https://www.intergram.cz/o-intergramu/>



- právo na odměnu za **užití** uměleckého výkonu zaznamenaného na zvukový záznam vydaný k obchodním účelům a za užití zvukového záznamu jejich vysíláním rozhlasem nebo televizí nebo přenosem rozhlasového nebo televizního vysílání (užití, ke kterému není třeba souhlasu nositele práva, avšak právo na odměnu je zachováno, jde o tzv. úplatné zákonné licence); **ekonomická přiměřenost odměny pro toto užití je předmětem znaleckého posudku**;
- právo na odměnu za **zhotovení rozmnoženiny** pro osobní potřebu na podkladě zvukového nebo zvukově obrazového záznamu nebo jiného záznamu přenesením jeho obsahu pomocí přístroje na nenahraný nosič takového záznamu. Novela autorského zákona, provedená zákonem č. 216/2006 Sb. stanovila, že typy přístrojů a nosičů, ze kterých přísluší nositelům práv odměna, stanoví vyhláškou Ministerstvo kultury (stalo se tak vyhláškou č. 488/2006 Sb., která je účinná od 10. 11. 2006, ve znění vyhlášky č. 408/2008 Sb.),
- právo na **užití přenosem živě** vysílaných uměleckých výkonů a uměleckých výkonů zaznamenaných na zvukový nebo zvukově obrazový záznam, s výjimkou takových výkonů, jejichž zvukový záznam byl vydán k obchodním účelům a právo na užití přenosem zvukově obrazových záznamů a zvukových záznamů jiných než vydaných k obchodním účelům,
- právo na přiměřenou odměnu za **pronájem** originálu nebo rozmnoženiny výkonu výkonného umělce zaznamenaného na zvukový nebo zvukově obrazový záznam,
- právo na roční **doplňkovou odměnu** výkonného umělce dle podmínek stanovených autorským zákonem.

## 2) Zákonné zastoupení - tzv. rozšířená kolektivní správa (ustanovení § 97e AZ)

Jedná se zejména o tzv. veřejné provozování:

- provozování ze záznamu a jeho přenos (odměna za udělení licence) - §§ 71 a 76, event. 80 ve spojení s § 20 AZ,
- provozování televizního a rozhlasového vysílání (odměna za udělení licence) - §§ 71, 76 a 80 ve spojení s § 23 AZ.

## 3) Smluvní zastoupení - tzv. dobrovolná kolektivní správa

Opakem zákonného zastoupení je dobrovolné smluvní zastoupení. Na základě tohoto zmíněného zastoupení je INTERGRAM povinný zastupovat každého výkonného umělce či výrobce záznamu, který o to požádá. Jedná se o nepřímé zastoupení, kdy kolektivní správce nabývá sám práva a to znamená, že je oprávněn konat svým jménem na účet zastupovaných nositelů (např. kromě výše uvedených práv je ve smlouvě navíc např. §§ 71, 76 a 80 ve spojení s § 13 rozmnožování výkonů a záznamů + rozšiřování výkonů a záznamů § 14).<sup>4</sup>

Předmětem znaleckého posudku je pouze sazebník vydávaný pro účely tzv. **úplatné zákonné licence**, a to pouze pro **TV vysílání**.

<sup>4</sup> Zdroj: <https://www.intergram.cz/o-intergramu/>



## 1.4 Kategorie hodnoty

Odhadovanou hodnotou pro testování předmětného sazebníku je tržní hodnota vymezená Mezinárodními oceňovacími standardy<sup>5</sup> jako:

*„Odhadnutá částka, za kterou by měl být majetek směněn k datu ocenění mezi dobrovolným kupujícím a dobrovolným prodávajícím při transakci mezi samostatnými a nezávislými partnery po náležitém marketingu, ve které by obě strany jednaly informovaně, rozumně a bez nátlaku.“*

- 1) „odhadnutá částka, za kterou by měl být majetek směněn“ - odráží skutečnost, že hodnota majetku je odhadnutá částka, nikoliv předem určená částka nebo skutečná prodejní cena,
- 2) „k datu ocenění“ - tržní hodnotu je třeba časově omezit, protože trhy a tržní podmínky se mohou měnit,
- 3) „mezi dobrovolným kupujícím a dobrovolným prodávajícím“ - předpokládá, že obě strany nejsou donuceny k transakci, či neprodávají za nižší, než je obecné očekávání,
- 4) „při transakci mezi samostatnými a nezávislými partnery“ - předpokládá transakci mezi majetkově ani jinak spřízněnými osobami, které by mohly deformovat zaplacenou částku,
- 5) „informovaně, rozumně a bez nátlaku“ - předpokládá, že obě strany jsou informovány o vlastnostech majetku, jeho možném užití a není na ně činěn žádný nátlak.

Tržní hodnota předpokládá zvažování nejlepšího možného využití oceňovaného majetku. To je vymezeno Mezinárodními oceňovacími standardy jako *„nejpravděpodobnější užití aktiva, které je možné jak po fyzické, právní i finanční stránce, a které ústí do nejvyšší pravděpodobné hodnoty oceňovaného nehmotného aktiva.“*

Předmětný sazebník je tedy testován ve vztahu k tržním hodnotám, které vznikají na volném trhu. V souladu s vymezením ekonomické přiměřenosti v kap. 1.1. pracujeme s tržní hodnotou v podobě intervalového rozpětí.

## 1.5 Místní šetření

Klasické místní šetření nebylo vzhledem k nehmotnému charakteru provedeno. Šetření spočívalo v získání všech dostupných informací o předmětu ocenění. Kontaktními osobami za objednatele byly Mgr. Adam Dvořák, zástupce vedoucího Oddělení obchodu a licencování a Bc. Tereza Landová, vedoucí oddělení obchodu a licencování. Za znalecký ústav komunikoval Ing. Pavel Svačina, Ph.D.

## 1.6 Důvěrnost informací a doložka Znaleckého ústavu

Veškeré neveřejné informace předané objednatelem znaleckému ústavu byly a budou použity výlučně pro účely objednaného znaleckého posudku. Znalecký ústav i zpracovatel tohoto znaleckého posudku je vázán mlčenlivostí a s předanými informacemi a materiály bude zacházet jako s důvěrnými.

<sup>5</sup> IVS (2011)



Znalecký ústav prohlašuje, že považuje předané informace a podklady za hodnověrné a správné.

Znalecký ústav neprováděl žádná šetření směřující k ověření pravosti, správnosti a úplnosti dokladů předložených jako podklady pro zpracování znaleckého posudku. Vycházel pouze z prohlášení objednatele o pravosti a platnosti těchto dokladů.

Znalecký ústav vycházel z toho, že informace získané z jiných zdrojů, které sloužily jako další podklad pro zpracování posudku, jsou věrohodné.

Znalecký ústav prohlašuje, že nemá účast na transakcích týkajících se předmětu ocenění, která by vedla k podjatosti znalců dle § 11 odst. 1 zákona č. 36/1967 Sb., a že nemá finanční, osobní ani jiný zájem na výsledku posouzení.

Znalecký posudek je zpracován s vědomím následků vědomě nepravdivého znaleckého posudku ve smyslu § 346 zákona č. 40/2009 Sb., trestní zákoník.

**Znalecký ústav si je vědom následků vědomě nepravdivého posudku ve smyslu § 110a zákona č. 141/1961 Sb. trestního řádu a § 127a zákona č. 99/1963 Sb., občanského soudního řádu, v platném znění.**

Zpracovaný znalecký posudek lze použít pouze k účelu uvedenému v kapitole 1.1 Účel znaleckého posudku.

## 1.7 Použité podklady

Znalecký ústav použil k vypracování znaleckého posudku tyto podklady:

### Podklady dodané objednatelem

- 1) Návrh sazebníku pro TV vysílání pro r. 2020.
- 2) Studie PwC - „Valuing the use of recorded music“ z r. 2008.
- 3) Studie PwC: A new benchmark for the valuation of sound recordings, 2017.
- 4) ATO - Asociace televizních organizací - tržní podíly na sledovanosti v 15+ populaci (2019)

### Externí podklady

- 1) IFPI - Global Music Report 2018.
- 2) IFPI, TISKOVÁ ZPRÁVA: VÝSLEDKY TRHU 2018 | ČESKÁ REPUBLIKA.
- 3) Data o tržbách a průměrných cenách za 1 zvukovou nahrávku v ČR (významný producent hudebních nahrávek působící na trhu ČR).
- 4) Česká národní banka (průměrné kurzy CZK/USD).
- 5) Rejstřík spolků ([www.justice.cz](http://www.justice.cz)).
- 6) Další internetové zdroje:
  - <http://www.hrajucesky.cz/zaklady-hudebniho-prumyslu/kolektivni-spravci-co-to-je-a-k-cemu/>
  - <https://www.intergram.cz/o-intergramu/>



- <https://thetrichordist.com/2018/01/15/2017-streaming-price-bible-spotify-per-stream-rates-drop-9-apple-music-gains-marketshare-of-both-plays-and-overall-revenue/>;
  - <https://thetrichordist.com/2019/01/29/2018-streaming-price-bible-per-stream-rates-drop-as-streaming-volume-grows-youtubes-value-gap-is-very-real/>;
  - <https://www.digitalmusicnews.com/2018/12/25/streaming-music-services-pay-2019/>;
  - <https://www.mkcr.cz/organizace-opravnene-k-vykonu-kolektivni-spravy-prav-692.html>,
  - <https://medium.com/@michaeltauberg/music-and-our-attention-spans-are-getting-shorter-8be37b5c2d67>,
  - [https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard\\_Hot\\_100](https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard_Hot_100),
  - [https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard\\_\(%C4%8Dasopis\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard_(%C4%8Dasopis))
- 7) Databáze licenčních transakcí RoyaltyRange.
- 8) Mezinárodní oceňovací standardy (IVS, 2011).



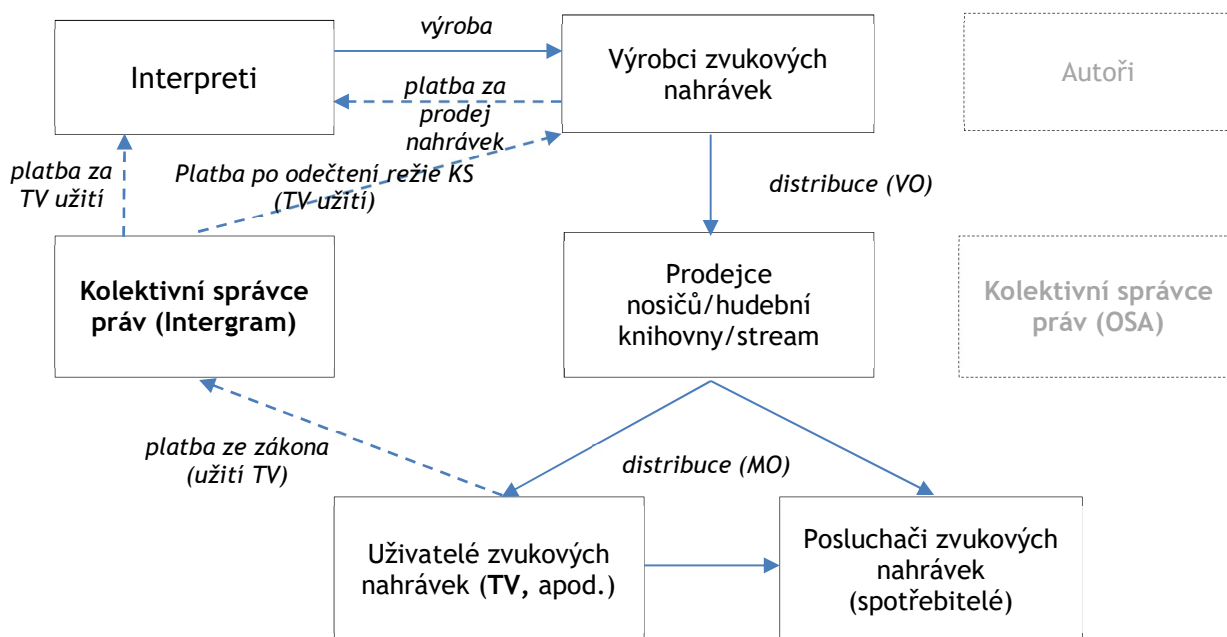
## 2 POSUDEK

### 2.1 Hlavní subjekty na trhu s hudebními nahrávkami při TV užití

Předmětem ocenění je otestovat navrhovaný sazebník odměn Intergram, který se týká **užití zvukových záznamů při TV vysílání**. Jedná se tedy o užití, ke kterému není třeba souhlasu nositele práva, avšak právo na odměnu je zachováno, tzv. úplatná zákonná licence.

Následující schéma znázorňuje tok zvukových nahrávek a souvisejících odměn za úplatnou zákonnou licenci.

**Obrázek 2-1 Toky zvukových nahrávek a plateb za ně při užívání v TV**



Z důvodu obtížného sledování velkého množství užitých zvukových nahrávek v TV vysílání a z důvodu ulehčení situace vysílateli, který může například při výrobě používat jakékoli komerční snímky bez nutnosti předchozího souhlasu nositele práv, vykonává práva za nositele práv (interpreti, výrobci zvukových nahrávek) kolektivní správce Intergram. Pro úplnost schéma obsahuje také náznak druhého toku, autorům textů a hudby, kteří jsou rovněž nositeli určitých (autorských) práv k hudebním nahrávkám, za které podobným způsobem vykonává práva Ochranný svaz autorský (OSA). Odměny za užití práv autorů nejsou předmětem tohoto znaleckého posudku.

### 2.2 Přístupy ke stanovení odměn za užití hudby

Znalecký posudek vychází metodologicky ze studie PwC „Valuing the use of recorded music“ z r. 2008, zpracované pro IFPI (Mezinárodní federaci hudebního průmyslu). Tato studie rozeznává obecně následující přístupy, které mohou přispět k odhadu ekonomicky přiměřené výše odměn za užití hudby:

#### □ Analýza na úrovni srovnatelných cen

- sazby ze srovnatelných trhů ('Comparable' market outcomes),

#### □ Analýza hodnoty, kterou hudba přispívá v hodnotě podniků

- analýza užití - příspěvek hudby k růstu reklamních příjmů ("Usage analysis" - how businesses use music to drive advertising revenue),
- finanční analýza - ziskovost podniků užívajících hudbu ("Financial analysis" - the profitability of businesses that use music),
- ceny alternativ k chráněné hudbě (Prices of alternatives to protected music),
- hedonické ocenění - analýza tržeb podniků (Hedonic pricing - on business revenues),

#### □ Analýza chování a preferencí spotřebitelů

- experiment - pozorování a analýza chování spotřebitelů (Field experiments - observing and analysing consumer behaviour),
- „modelování výběru“ - průzkum koncových spotřebitelů ("Choice modelling" - surveying end-consumers on their preference for music),
- hedonické ocenění - analýza spotřebitelských cen.

Následující podkapitoly stručně popisují tyto přístupy a požadavky na data pro jejich realizaci.

### 2.2.1 Sazby ze srovnatelných trhů

#### Podkladová teorie

Sazby licenčních odměn („poplatků“), které jsou výsledkem jednání mezi ochotnými (ale nikoli úzkostlivými) kupci a prodejci na „srovnatelném“ trhu, by se měly považovat za přiměřené sazby.

#### Požadované informace

- detaily licenčních sazeb ze „srovnatelných“ trhů,
- důkaz o tom, že „srovnatelný“ trh je dobře fungující trh (tj. ochotní kupující a prodávající),
- důkaz, že „srovnatelný“ trh je relevantní, tj. sestával ze srovnatelných parametrů:
  - kupující (tj. uživatelé),
  - prodejci (tj. výrobci záznamů a umělci),
  - druh práv.

### 2.2.2 Analýza užití - příspěvek hudby k růstu reklamních příjmů

#### Podkladová teorie

Základním předpokladem je, že komerční rozhlasová stanice vybere kombinaci programového obsahu („talk“ a „music“), která maximalizuje jejich zisk. To znamená, že dodatečný zisk vytvořený na poslední minutu hudby a poslední minutu hovoru by měl být stejný. V opačném případě by rozhlasová stanice mohla zvýšit svůj zisk jednoduše zvýšením relativního množství času věnovaného buď hovoru nebo hudbě. Tento teoretický konstrukt je využitelný především pro rozhlasové vysílání.



Platby za různý obsah programu (hudba a diskuse) by měly odrážet stejné proporce jako jejich přidělené minuty vysílacího času.

#### Požadované informace

- kvalitní data o použití nahrané hudby uživatelem (a další obchodní vstupy) za účelem generování výnosů,
- finanční údaje uživatelů, včetně jejich celkových příjmů, jakož i náklady spojené s každým obchodním vstupem (včetně nahrané hudby).

### 2.2.3 Finanční analýza - ziskovost podniků užívajících hudbu

#### Podkladová teorie

Z dlouhodobého hlediska by společnosti neměly být schopny dosáhnout „nadměrné“ návratnosti na konkurenčním trhu. „Nadměrný“ výnos je zisk, který je nad „normální“ mírou návratnosti, která se rovná nákladům obětované příležitosti na pracovní sílu a kapitál (tj. co může práce a kapitál investovaný do společnosti vydělat při dalším nejlepším využití). Na konkurenčním trhu konkurenční síly způsobují, že žádná společnost nemůže dlouhodobě dosahovat nadměrného výnosu.

Finanční analýzu lze použít v situacích, kdy podniky podstatně využívají hudbu, ale cena hudby není určována tržními silami (tj. je místo toho stanovována soudním procesem). Pokud jsou tyto podniky schopny trvale dosahovat nadměrného výnosu, znamená to, že stávající licenční odměny jsou příliš nízké.

#### Požadované informace

- informace z finančního účetnictví pro příslušné podniky za dostatečně dlouhé minulé období, zejména:
  - zisk před úrokem a zdaněním (tato úroveň zisku je vybrána, protože nejlépe odráží základní obchodní výkonnost),
  - celková aktiva (použitá pro výpočet míry návratnosti); a
  - licenční sazby pro autorská práva a práva související;
- informace k odhadu „normální“ míry návratnosti pro dané odvětví, pomocí buď:
  - určité míry návratnosti relativně bezrizikového aktiva (například 10letá sazba státních dluhopisů), a
  - nějaké rizikové premie (tj. úroveň návratnosti, kterou investoři vyžadují, aby investovali spíše do podniků než do státních dluhopisů),
 NEBO
  - lze použít váženou průměrnou cenu kapitálu (WACC), která je odvozena vážením průměrných nákladů na vlastní kapitál a dluh, tzn. dva způsoby, jak může společnost financovat svá aktiva; WACC ukazuje náklady na financování společnosti.

## 2.2.4 Ceny alternativ k chráněné hudbě

### Podkladová teorie

Tato metoda se snaží stanovit minimum, které by umělci a producenti nahrávek byli ochotni přijmout jako licenční odměnu, a to analýzou cen alternativ k chráněným hudebním nahrávkám.

Uživatelé chráněné, nahrané hudby mají přístup k řadě alternativních forem nahrané hudby, které by mohli užívat namísto chráněných nahrávek. Ceny těchto alternativních hudebních nahrávek, pokud se dohodnou mezi ochotnými kupci a prodejci na volném trhu, mohou naznačovat minimální hodnotu, kterou uživatelé přisuzují chráněné hudbě, např.:

- ❑ výroba na zakázku - uživatelé by mohli vyrábět zvukové nahrávky, k nimž by sami vlastnili práva výrobce,
- ❑ nechráněné hudební záznamy - uživatelé si mohou zvolit přehrávání nechráněných zvukových záznamů (tj. hudby, která není součástí repertoáru, který zastupují organizace kolektivní správy, tedy v principu starší roku 1963<sup>6</sup>).

Je nepravděpodobné, že by producenti záznamů a umělci v oblasti chráněné hudby akceptovali autorské licenční sazby, které jsou nižší než ceny těchto alternativ. Také rozsah, v jakém podniky tyto alternativy nevyužívají, ukazuje, že uživatelé oceňují chráněnou hudbu, resp. chráněné záznamy, mnohem více než její alternativy. U starších nahrávek to může být z důvodu jejich horší technické kvality a neaktuálnosti ve srovnání s nynějším vkusem (existují výjimky, ať již se jedná o oblast vážné hudby, jazzu či klasického popu - např. autentické nahrávky Beatles), u nahrávek vyráběných interně to může být z důvodu vysokých pořizovacích nákladů nebo z důvodu, že významní interpreti, pokud by vůbec byli ochotni účastnit se studiového natáčení hudby pro televizní pořad, nemusí souhlasit s jednorázovou odměnou za pořízení nahrávky bez následných plateb z kolektivní správy.

### Požadované informace

- ❑ informace o existenci rozumných alternativ za chráněnou hudbu (například objednaná hudba/interně vyrobený záznam, nechráněná hudba/záznam atd.),
- ❑ ceny těchto alternativ,
- ❑ rozsah, v jakém podniky tyto alternativy používají (včetně vysílatelů atd.).

## 2.2.5 Hédonické ocenění - analýza tržeb podniků

### Podkladová teorie

Tato metoda se pokouší určit maximum, které by podnik byl ochoten zaplatit za používání hudby, a to analýzou příjmů podniků, které používají hudbu, ve srovnání s podniky, které hudbu nepoužívají.

<sup>6</sup> Ve smyslu přechodných ustanovení čl. II novely autorského zákona č. 228/2014 Sb. Dnes již § 73 a § 77 AZ poskytují pro výkony a záznamy vyrobené v roce 1963 a později ochrannou lhůtu 70 let. Z tohoto pravidla existují výjimky, které nejsou pro tento účel podstatné.



Hédonická tvorba cen předpokládá, že produkt je tvořen balíčkem vlastností. Například restaurace je produkt, který je tvořen souborem charakteristik včetně lokality, položek menu, prostředí, kvality služeb atd. Cílem hédonického oceňování je odhadnout hodnotu každé z těchto charakteristik na celkové příjmy podnikání.

#### Požadované informace

- ❑ podrobné informace o příjmech velkého počtu podniků, které používají hudbu jako vstup, který mohou zapnout / vypnout,
- ❑ podrobné informace o používání hudby v každém podniku,
- ❑ podrobné informace o dalších charakteristikách každého podniku, které mohou ovlivnit příjmy, jako je umístění, kvalita produktů, obsluha atd.

### 2.2.6 Experiment - pozorování a analýza chování spotřebitelů

#### Podkladová teorie

Tato metoda se pokouší určit maximum, které by podnik byl ochoten zaplatit za používání hudby, a to analýzou dopadu hudby na chování koncového spotřebitele.

Pozorování chování spotřebitelů ve skutečném světě může odhalit konkrétní hodnotu práva na používání nahrané hudby v obchodní činnosti. Takové přístupy se běžně nazývají techniky „odhalených preferencí“.

Pokud je vysledováno, že spotřebitelé se budou určitým způsobem chovat důsledně (např. chodit do restaurace, kde se hraje hudba, místo aby chodili do podobné restaurace, kde se hudba nehraje), je rozumné očekávat, že spotřebitelé odhalili svou preferenci pro hudbu v restauraci.

#### Požadované informace

- ❑ ochotní vlastníci firmy, kteří umožní změny v hudbě během experimentu, zatímco ostatní provozní podmínky zůstanou stejné,
- ❑ údaje o prodeji pro určitou kontrolní skupinu (nebo období),
- ❑ údaje o prodeji pro experimentální skupinu (nebo období).

### 2.2.7 „Modelování výběru“ - průzkum koncových spotřebitelů

#### Podkladová teorie

Tato metoda se snaží určit maximální částku, kterou by byl podnik ochoten zaplatit za používání hudby, a to prostřednictvím průzkumu koncových spotřebitelů ohledně jejich preferencí týkajících se hudby.

Hodnotu, kterou koncoví spotřebitelé připisují hudbě, lze odhadnout pomocí výzkumné techniky nazývané "modelování volby". Experimenty s modelováním volby odvozují preference lidí tím, že prezentují respondentům dvě nebo více alternativ ("výběrová sada") a pak je žádají, aby si vybrali preferovanou alternativu.



Každá alternativa je definována souborem "atributů". Jedním z těchto atributů by bylo hraní hudby. Jako atribut je zahrnuta také určitá forma ceny nebo nákladů. Změnou úrovně mezi alternativami a sledováním chování respondentů při výběru mohou výzkumníci určit relativní význam každého atributu, včetně hodnoty, kterou spotřebitelé připisují přítomnosti hudby.

#### Požadované informace

- ❑ cílové skupiny pro použití při navrhování dotazníku,
- ❑ dostatečný vzorek spotřebitelů.

## 2.2.8 Hédonické ocenění - analýza spotřebitelských cen

#### Podkladová teorie

Tato metoda je totožná s metodou popsanou v jedné z předchozích kapitol, ale je zde použita na spotřebitelské ceny, a ne na tržby podniků. Snaží se určit maximum, které by spotřebitel byl ochoten zaplatit za použití hudby (jako proxy pro maximální ochotu platit podnikatelským uživatelem).

Použití hédonického cenového modelu vyplývá ze základní premisy, že cena výrobku uváděného na trh souvisí s jeho pozorovatelnými vlastnostmi. Například nápoj v baru je produkt uváděný na trh a cena takového nápoje souvisí s tím, jak spotřebitelé oceňují kvalitu a velikost nápoje, atmosféru baru (která je umocněna přítomností hudby), umístění baru atd.

#### Požadované informace

- ❑ data z pozorování o ceně výrobků uváděných na trh,
- ❑ data z pozorování o vlastnostech výrobků uváděných na trh (včetně kvality, množství, toho, zda se přehrává hudba, a další atributy výrobku).

## 2.3 Zvolená metodologie znaleckého posudku

### 2.3.1 Kritéria volby

Při volbě metodologie ověření sazebníku zákonných odměn za užití zvukových nahrávek při TV vysílání jsme vycházeli z následujících kritérií:

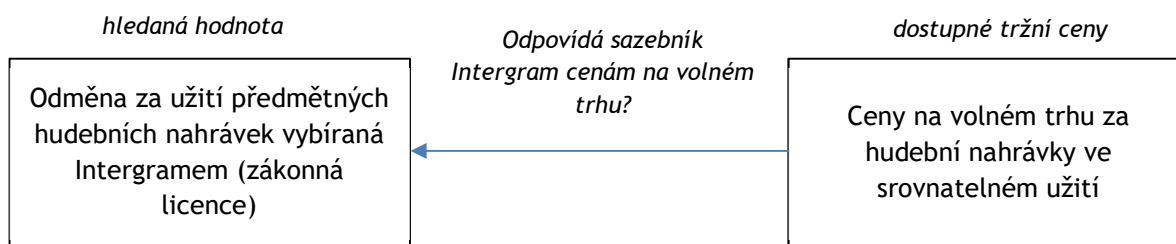
- ❑ omezení na straně objednatele,
- ❑ omezení na straně přístupu k relevantním datům.

Ve znaleckém posudku nebyly po dohodě s objednatelem použity sofistikovanější finanční a statistické analýzy, tedy výše uvedené přístupy, které analyzují příspěvek hudby k hodnotě podniků, a ty, které analyzují chování a preference spotřebitelů. Důvodem nepoužití těchto metod je jejich obtížná praktická realizovatelnost.

**Analýza obsažená ve znaleckém posudku tedy směřuje do přístupu č. 1 dle výše uvedeného seznamu přístupů (Analýza na úrovni srovnatelných cen), a sice analyzuje ceny za hudbu, která je prodávána na volném trhu, viz následující schéma.**



Obrázek 2-2 Metodologie znaleckého posudku - obecný pohled



### 2.3.2 Volba relevantních trhů s hudebními nahrávkami

Z hlediska dostupných tržních cen za srovnatelné hudební nahrávky byla ve znaleckém posudku použita data ze dvou odlišných trhů. Jedná se o dva alternativní pohledy na cenu hudebních nahrávek:

- **pohled poskytování práv k hudbě (sekundární přístup)**
  - relevantním je zde trh poskytování práv k hudebním nahrávkám formou licenčních a podobných smluv,
  - ceny na tomto trhu jsou vyjadřovány jako procentuální sazby z prodejní ceny/tržeb uživatelů nahrávek (jedná se tedy o vyjádření srovnatelné s návrhem sazebníku Intergram - viz kap. 1.3.1),
  - tento trh je pouze globální;
- **pohled poskytování hudby formou služby (primární přístup)**
  - relevantním je zde trh poskytování hudby jako služby formou předplatného či skrze prodej spolu s reklamním sdělením (stream),
  - ceny na tomto trhu jsou vyjadřovány jako platba za 1 užitý snímek,
  - existuje český trh.

### 2.3.3 Hlavní parametry srovnání cen za zvukové nahrávky

V tomto znaleckém posudku hledáme ceny, které by odpovídaly tržnímu vztahu Intergram - poskytovatelé TV vysílání. Tento vztah pro účely analýzy definujeme následujícími parametry:

- **zvuková nahrávka** - jedná se o cenu pouze za užitý zvuk (včetně uměleckých výkonů zachycených interpretů),
- **hromadnost užití** - jedná se o hromadné užívání velkého množství hudebních nahrávek,
- **B2B** - jedná se o vztah a vyjednávání byznys subjektů (Intergram je zde v pozici zákonného správce individuálních nositelů práv vůči TV stanicím); pro tento účel považujeme Intergram za podnik, ačkoli se jedná o neziskovou organizaci (z hlediska zastupování jednotlivých výkonných umělců podobnou odborové organizaci, z hlediska zastupování výrobců podobnou oborové asociaci),
- **komerční užití** - sazebník Intergram je určen především pro komerční užívání hudebních nahrávek,

- **nevýlučnost** - užití zvukových nahrávek není pro TV stanice výlučné - tyto nahrávky jsou poskytovány jednak všem TV stanicím a jednak i jiným subjektům (rádia, veřejné produkce, apod.).

## 2.4 Hodnota hudebních nahrávek z pohledu licenčního trhu

### 2.4.1 Metodologie odhadu

V rámci tohoto přístupu porovnáváme maximální částku, která je navržena sazebníkem Intergram - 3,2 % z tržeb TV stanice (při maximálním, 100% podílu hudby ve vysílání), s licenčními sazbami z tržeb, které jsou účtovány za hudební a podobné nahrávky na volném licenčním trhu.

### 2.4.2 Použitá databáze

Srovnatelné transakce s hudebními nahrávkami byly hledány formou klíčových slov v databázi licenčních a podobných transakcí RoyaltyRange. Tato databáze je založena na sběru a analýze veřejně dostupných informací o licenčních obchodech uzavřených v rámci celého světa.

### 2.4.3 Klíčová slova a metodika rešerše

Samotná rešerše byla provedena ve spolupráci s pracovníky RoyaltyRange na základě detailního popisu poskytnutého znaleckým ústavem. Rešerše proběhla dvoukolově. Přesný postup rešerše je uveden v příloze 3.

### 2.4.4 Postup výběru relevantních transakcí

Poskytovatel dat našel celkem 123 transakcí vyhovujících kritériím rešerše. Z těchto transakcí bylo vybráno 63 transakcí, které svým popisem obsahovaly mj. určitá práva k hudebním nahrávkám a byly vypořádány ze srovnatelné základny (tržby).

Následně byl proveden další krok výběru. Na anonymizovaném seznamu (bez hodnot licenčních sazeb) provedli nezávislý výběr následující subjekty:

- zástupci objednatele (Intergram),
- zástupci advokátní kanceláře Štáidl Leška advokáti se specializací na autorské právo.

Oba subjekty označily na škále 1 (nejvíce vyhovující) až 3 (nejméně vyhovující) ty transakce, které podle popisu předmětu a obsažených práv byly srovnatelné s právem za užití hudebních nahrávek při TV vysílání. Oba vyznačené seznamy byly sloučeny do celkem 15 transakcí. Seznam těchto transakcí bez úprav provedených znaleckým ústavem je přiložen v CD příloze 5.

V rámci těchto transakcí byly prováděny následující úpravy:

- pokud byly v transakci obsaženy i licenční sazby za sublicence či z jiné základny než z tržeb, tyto sazby nebyly vzaty v úvahu při statistickém vyhodnocení,



- z každé transakce byla vzata minimální a maximální sazba (bez ohledu na to, kolik sazeb celkem bylo ve smlouvě uvedeno) a **statistické vyhodnocení bylo provedeno tedy na základě 15 transakcí a 30 pozorování** (15 x 2 - min/max sazba),
- v důsledku již malého vzorku nebylo provedeno další zužování podle dalších kritérií; bližší popis dat je obsažen v následující kapitole.

### 2.4.5 Vyhodnocení vzorku licenčních sazeb

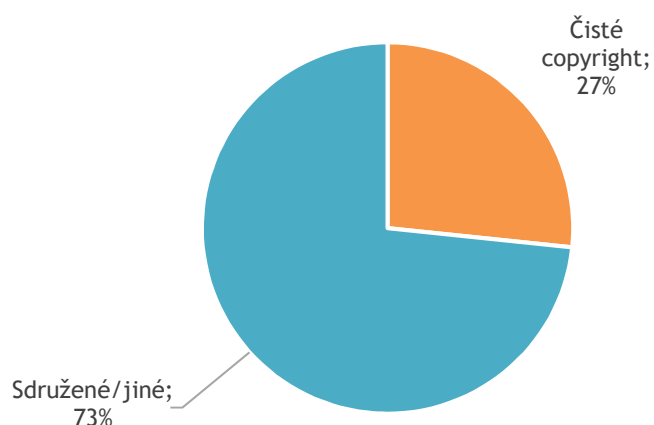
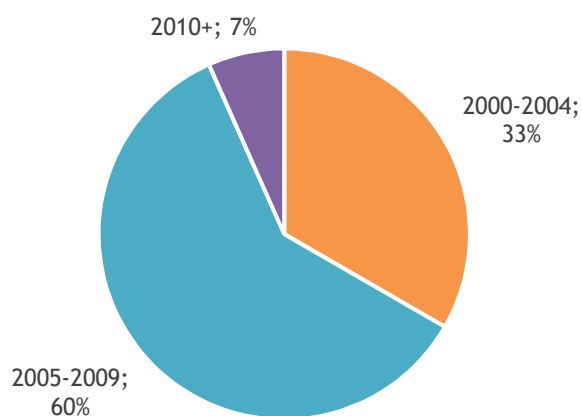
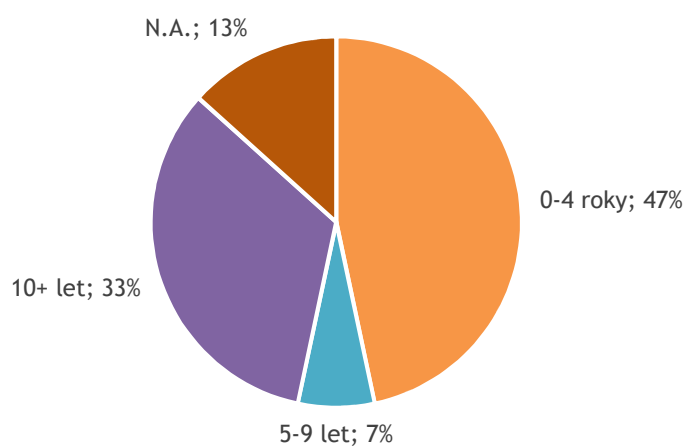
Přehled výsledků pro celý vzorek vyhovující parametrům plánované licence ukazuje následující tabulka.

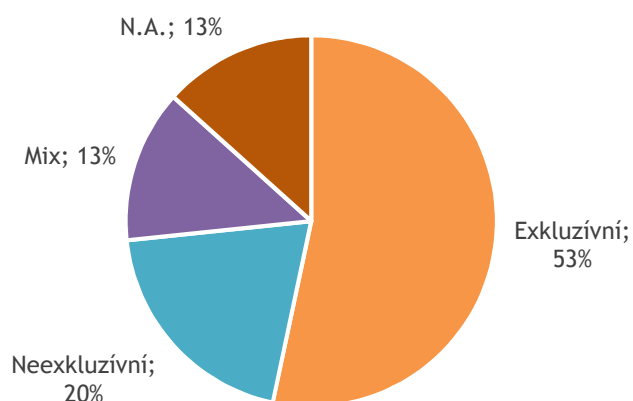
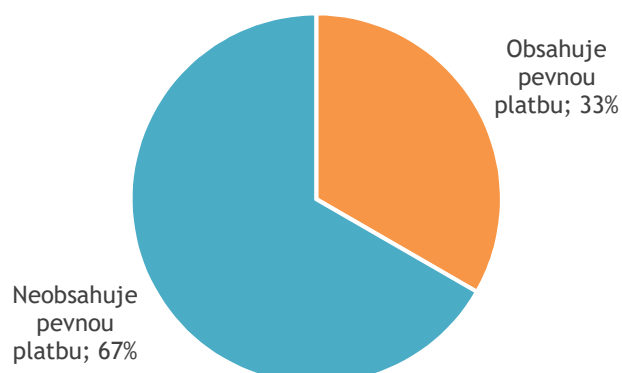
**Tabulka 2-1 Popisné statistiky vzorku nalezených licenčních sazeb**

|          | Hodnota |
|----------|---------|
| Minimum  | 1,0%    |
| 1. Decil | 5,0%    |
| 2. Decil | 9,5%    |
| 3. Decil | 11,0%   |
| 4. Decil | 20,0%   |
| 5. Decil | 20,0%   |
| 6. Decil | 25,0%   |
| 7. Decil | 43,0%   |
| 8. Decil | 50,0%   |
| 9. Decil | 50,5%   |
| Maximum  | 60,0%   |
| n        | 30      |

*Zdroj: Vlastní na základě data RoyaltyRange*

Bližší popis vzorku podle dostupných kritérií ukazují následující grafy.

**Obrázek 2-3 Struktura vzorku licencí z hlediska obsahu práv****Obrázek 2-4 Struktura vzorku licencí z hlediska roku uzavření smlouvy****Obrázek 2-5 Struktura vzorku licencí z hlediska délky trvání smlouvy**

**Obrázek 2-6 Struktura vzorku licencí z hlediska exkluzivity práv****Obrázek 2-7 Struktura vzorku licencí z hlediska teritoriální platnosti práv****Obrázek 2-8 Struktura vzorku licencí z hlediska dodatečných pevných plateb**

Komentář ke struktuře práv ve vzorku srovnatelných transakcí:

- ❑ většina transakcí obsahuje více práv než jen autorské právo, zejména označení a jiná marketingová práva; čistých copyright smluv je pouze ¼,
- ❑ drtivá většina transakcí je do r. 2010, tedy spíše starších,
- ❑ větší část vzorku jsou licence do 10 let, tedy spíše krátkodobého charakteru,
- ❑ velký podíl na vzorku mají exkluzivní a smíšené licenční smlouvy, neexkluzivních je 20 %,
- ❑ 60 % nalezených transakcí poskytuje práva globálně, bez teritoriálních, či jen s velmi malými teritoriálními restrikcemi,
- ❑ 1/3 vzorku jsou transakce, při kterých je kromě běžné licenční sazby placena také určitá pevná částka.

#### 2.4.6 Předběžné zhodnocení vhodnosti licenčních sazeb pro účely testování sazebníku Intergram

Práva, která poskytuje Intergram, a jejichž sazebník je v tomto znaleckém posudku testován na ekonomickou přiměřenost, mají tyto hlavní parametry:

- ❑ jedná se čistě o užívání zvukových nahrávek (tedy o určitou část čistých copyright transakcí),
- ❑ poskytnutí práv má dlouhodobou povahu (na dobu neurčitou), byť každý rok mohou v případě změn sazebníku probíhat jednání mezi Intergram a uživateli (TV stanicemi); jedná se tedy analogicky o dlouhodobě prodlužované poskytování práv kolektivním správcem,
- ❑ práva poskytovaná skrze Intergram mají nevýlučnou povahu; i jiné subjekty kromě TV mohou za určitou úplatu tyto nahrávky komerčně užívat,
- ❑ práva spravovaná Intergram mají lokální povahu; sazebník je platný pro území ČR (s určitými výjimkami vyplývajícími z unijního práva, kdy je možné vykonávat některé druhy vysílání globálně či panevropsky),
- ❑ TV neplatí v rámci sazebníku za užití zvukových nahrávek žádné pevné platby<sup>7</sup>

Všechny tyto faktory svědčí o tom, že předmětná sazba z tržeb, inkasovaná Intergram, by měla být **zásadně nižší než střední hodnoty** získaného vzorku licenčních dat.

Na druhou stranu, stanice TV získávají daleko širší paletu nahrávek (množství interpretů, žánrů, apod. z celosvětového repertoáru), než se děje u individuálních licenčních transakcí v daném vzorku (obvykle 1 interpret, kapela, apod.)

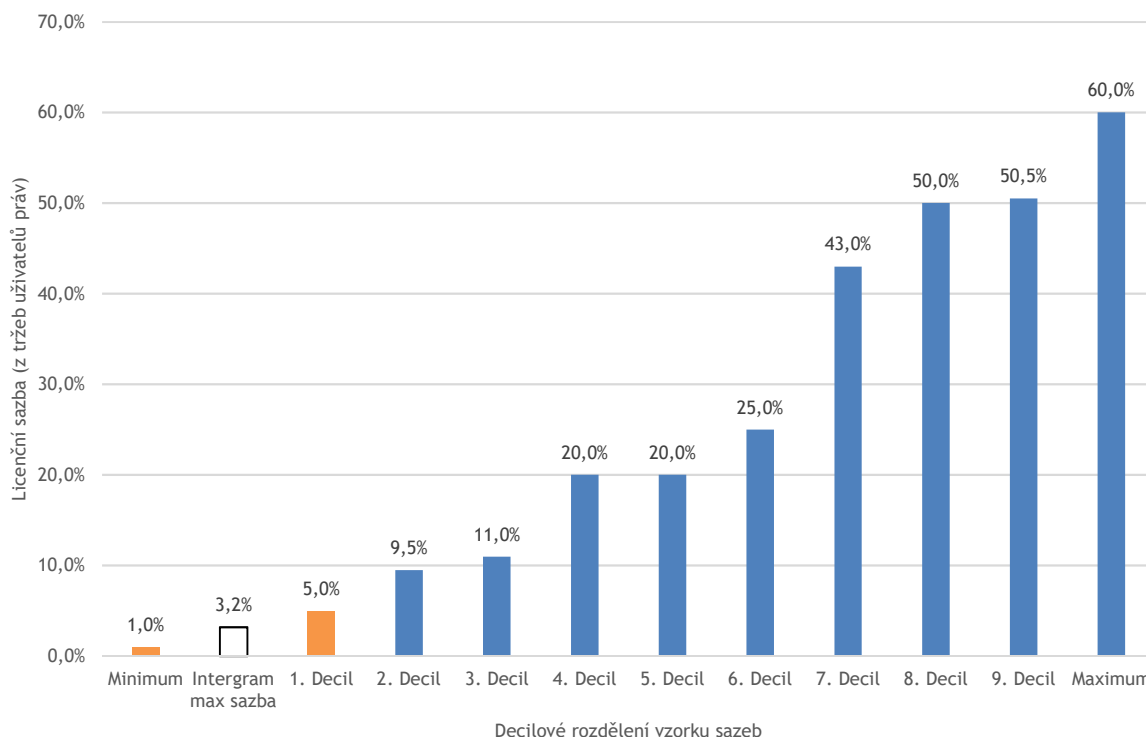
Celkově tedy usuzujeme, že jelikož v hlavních parametrech je obsah a struktura práv spravovaná Intergram a práv poskytnutých v rámci vzorku nalezených srovnatelných transakcí dosti odlišná (parametry vzorku jsou v souhrnu značně silnější), lze **střední hodnoty z licenčních transakcí považovat spíše za velmi optimistickou horní mez** pro testování sazebníku Intergram.

Pro účely hledání optimální hodnoty je možné uvažovat spíše s úrovní minima až 1 decilu nalezených hodnot na úrovni **1,0-5,0 % z tržeb uživatelů práv**. Tento závěr je graficky znázorněn na

<sup>7</sup> Jsou však stanoveny minimální odměny.

následujícím grafu. Do grafu je zanesena pro srovnání také maximální navrhovaná sazba v ceníku Intergram pro r. 2020.

**Obrázek 2-9 Licenční sazby a srovnání s navrhovaným ceníkem Intergram (TV užití)**



*Zdroj: Vlastní na základě dat z RoyaltyRange*

Celkově lze tedy nahlížet na ceny generované na licenčním trhu z výše uvedených důvodů spíše jako orientační a pro účely tohoto znaleckého posudku brát jako relevantní hodnoty na dolním rozdělení licenčních sazeb.

Pokud zachováme tento konzervativní pohled, maximální sazba navrhovaná Intergram (3,2 % z tržeb TV stanic) spadá mezi hodnoty minima a 1. decilu licenčních sazeb. **Z tohoto orientačního úhlu pohledu lze tedy navrhovanou maximální hodnotu 3,2 % hodnotit jako ekonomicky přiměřenou.**

## 2.5 Hodnota hudebních nahrávek z pohledu trhu streamování hudby

### 2.5.1 Význam stream prodeje na trhu s hudbou

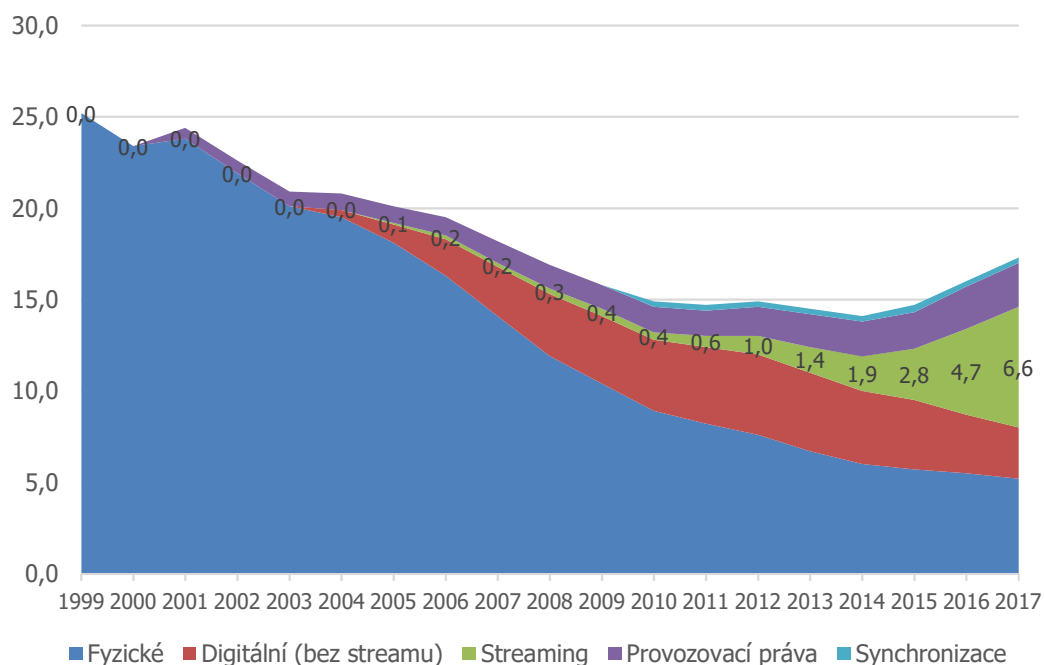
Důvodem testování ekonomické přiměřenosti sazebníku Intergram pro TV užití skrze porovnání s částkami získávanými producenty hudebních nahrávek ze streamingu jsou v zásadě dva:

- TV užití je z podstaty určitou formou streamování nahrávek,
- samotné streamování je v současné době dominantním trhem z hlediska komercializace hudebních nahrávek.



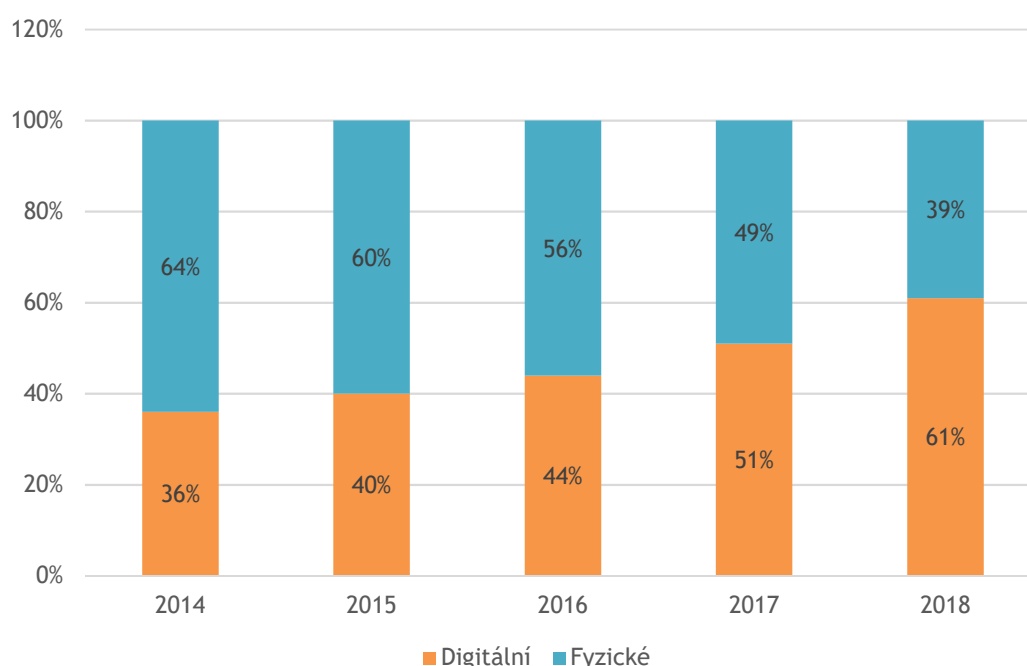
Následující grafy ukazují nastupující globální trend streamování hudby (jediný významný rostoucí kanál komercializace), a stejně tak dominantní podíl digitální formy komercializace v ČR (digitální forma včetně streamování).

**Obrázek 2-10 Vývoj příjmů za hudbu dle komercializace - svět (mld. USD; 1999-2017)**



Zdroj: IFPI - Global Music Report 2018

Obrázek 2-11 Vývoj příjmů za hudbu dle typu nosiče - ČR (podíly; 2014-2018)



Zdroj: IFPI, TISKOVÁ ZPRÁVA: VÝSLEDKY TRHU 2018 | ČESKÁ REPUBLIKA

Zároveň tisková zpráva IFPI ČR z r. 2018 citovaná pod výše uvedeným grafem uvádí, že podíl příjmů z downloadu na celkových digitálních příjmech je v r. 2018 už jen 7 %. Dominance streamingu je tedy nejen celosvětovým, ale i českým trendem.

### 2.5.2 Metodologie odhadu

V rámci tohoto testování porovnáváme implicitní průměrnou cenu účtovanou Intergram za 1 nahrávku komerčně užitou TV stanicemi s průměrnými cenami, které jsou inkasovány producenty hudebních nahrávek za 1 nahrávku na trhu streamingu na českém trhu; jsou to tedy platby od společností poskytujících službu streamování koncovým spotřebitelům.

Aby bylo dosaženo rozumné srovnatelnosti mezi oběma užitími, dopočtenou cenu 1 nahrávky u Intergram jsme korigovali pomocí následujících kritérií:

- **on/off demand** - cena za stream by měla být vyšší, neboť spotřebitel, který kupuje streamovanou nahrávku, má možnost výběru hudby (on-demand), na rozdíl od omezené programové nabídky vysílatele při konzumaci hudby na TV stanicích (off-demand),
- **nižší pozornost** - cena za stream by měla být vyšší, neboť u spotřebitele, který konzumuje hudbu ze streamingu, lze předpokládat vyšší pozornost a koncentraci než v případě hudby vysílané spolu s obrazem na TV stanicích,
- **faktor sledovanosti** - každá TV stanice je sledována různým počtem uživatelů, čili 1 snímek sleduje v průměru řádově vyšší počet spotřebitelů TV obsahu, než je tomu u streamování, kde



platí obecně 1 snímek = 1 spotřebitel; cena za 1 snímek při TV vysílání je tedy cenou pro celou velkou skupinu uživatelů, kteří v průměru danou TV stanicí sledují.

- ❑ **Faktor délky snímku** - tento faktor zohledňuje pravděpodobně rozdílnou průměrnou délku poslechu 1 snímku placeného při streamování a průměrnou délku 1 snímku užitého při TV vysílání; zpracování posudku ovšem obsahuje i variantu porovnání bez zahrnutí tohoto faktoru, neboť stávající praxe streamovacích služeb je platit jednotnou cenu za stream bez ohledu na délku poslechu.

Ve výsledku je tedy porovnávána dopočtená průměrná cena za 1 komerční snímek na základě návrhu sazebníku Intergram (v průměru za hlavní TV stanice) a skutečná průměrná cena za 1 komerční snímek, získaná výrobcí zvukových nahrávek za poskytnutí streamovacím službám k přímému prodeji koncovým spotřebitelům.

### 2.5.3 Použitá data

Pro účely provedení této analýzy byli znaleckým ústavem anonymně (i vzhledem k objednateli) osloveni velcí výrobci zvukových nahrávek. Tito vstupují do nezávislých tržních vztahů s poskytovateli hudebních služeb (Spotify, Google Play Music, Apple Music, YouTube, apod.). Poskytovatelé hudebních služeb pak platí výrobcům hudebních nahrávek za přehrání 1 zvukového snímku. Doplnkově jsme také provedli srovnání těchto získaných dat s veřejně dostupnými globálními cenami placenými těmito streamingovými společnostmi.

Pro sběr dat byly osloveny české pobočky následujících významných výrobců zvukových nahrávek:

- ❑ Sony Music,
- ❑ Universal Music,
- ❑ Warner Music,
- ❑ Supraphon.

Tito výrobci byli dotazováni na obrat a průměrnou cenu dosaženou z prodejů v rámci ČR strukturovanou podle vykazování pro IFPI podle následujících kanálů:

- ❑ prodeje z předplatného u audio streamu<sup>8</sup>,
- ❑ prodeje u audio streamu financovaného reklamou<sup>9</sup>,
- ❑ prodeje z video streamu<sup>10</sup>

<sup>8</sup> SUBSCRIPTION AUDIO STREAMS INCOME: Income from audio subscription services premium tier and income from bundled subscriptions (e.g. part of an ISP/mobile operator tariff) delivered online or via mobile network (e.g. premium tier of Spotify/Deezer). Income from unused subscriptions should be included.

<sup>9</sup> AD-SUPPORTED AUDIO STREAMS INCOME: Income from audio subscription services' free tier delivered online or via mobile network (e.g. free tier of Spotify/Deezer).

<sup>10</sup> VIDEO STREAMS INCOME: Income from video streams or tethered/temporary downloads monetised via ad-supported or subscription models. Include income from video-on-demand services (e.g. YouTube, YouTube Red, VEVO).

Relevantní data byla získána od 2 z těchto významných producentů společností (označování v tabulce níže jako 1 a 2). Jelikož se jedná o polovinu oslovených velkých výrobců, a tito jsou zároveň výrobci významnými, lze s takovými daty pracovat jako s reprezentativním vzorkem.

Cena za 1 zvukový snímek (per stream), získaná od těchto společností, představuje částku, kterou platí streamovací platforma této producentské společnosti za užití v ČR. Tato cena tedy obsahuje jako odměny pro výkonné umělce, tak odměnu pro producentskou společnost. Tato cena je pak porovnávána s cenou, kterou implicitně účtuje Intergram, a ze které pak Intergram vyplácí odměny pro stejné skupiny nositelů práv (tj. výkonné umělce i výrobce) a hradí náklady na svou činnost.

Následující tabulka ukazuje rozpětí a vývoj průměrné ceny za 1 snímek u těchto vybraných producentů; ceny byly dosaženy u různých streamovacích služeb v neznámém poměru.

**Tabulka 2-2 Rozpětí a vývoj průměrných cen na 1 zvukový snímek (2015-2019)**

|                               | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Audio stream - Subscription 1 | 0,1703 | 0,1191 | 0,1038 | 0,0915 | 0,0817 |
| Audio stream - Subscription 2 | 0,2105 | 0,1307 | 0,0997 | 0,0878 | 0,0781 |
| Audio stream - Ad-supported 1 | 0,0606 | 0,0460 | 0,0194 | 0,0096 | 0,0085 |
| Audio stream - Ad-supported 2 | 0,0091 | 0,0108 | 0,0094 | 0,0082 | 0,0084 |
| Audio stream - Celkem 1       | 0,1053 | 0,0845 | 0,0757 | 0,0696 | 0,0644 |
| Audio stream - Celkem 2       | 0,0240 | 0,0348 | 0,0417 | 0,0350 | 0,0412 |
| Video stream - Celkem 1       | 0,0173 | 0,0137 | 0,0149 | 0,0166 | 0,0145 |
| Video stream - Celkem 2       | 0,0172 | 0,0128 | 0,0127 | 0,0146 | 0,0133 |

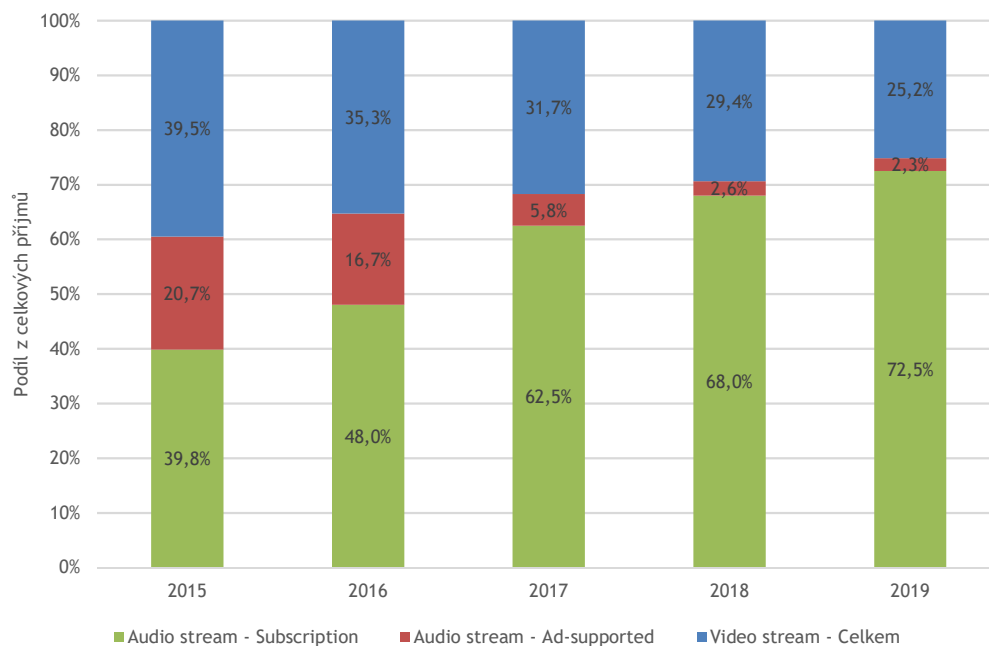
*Zdroj: Významní producenti zvukových nahrávek*

Pro účely zjištění, který z těchto kanálů komercializace je tím hlavním, a tedy vhodným pro porovnání s implicitními cenami za 1 snímek získanými z částek zaplacených TV stanicemi za užití těchto snímků, ukazujeme v následujících grafech strukturu příjmů a počty prodaných záznamů v jednotlivých komerčních kanálech. Tyto informace ukazují následující trendy na českém trhu:

- **hledisko příjmů** - mezi roky 2015 a 2019 se dramaticky zvýšil podíl příjmů z předplatného za audio-stream; v r. 2019 činí u obou producentů téměř shodně okolo ¾ celkových příjmů ze streamování,
- **hledisko počtu nahrávek** - z tohoto hlediska není jasný dominantní kanál prodeje; zatímco u výrobce 1 je v r. 2019 z hlediska počtu streamů převažující prodej přes video stream (60 %), u výrobce 2 je naopak mírně převažující ad-supported audio stream, přičemž podíl všech tří sledovaných kanálů je v r. 2019 zhruba stejný; co je u obou výrobců shodné je opět dramaticky rostoucí podíl počtu nahrávek mezi lety 2015 a 2019 prodaných skrze předplacený stream - u výrobce 1 na současných cca 31 %, u výrobce 2 na cca 33 %.

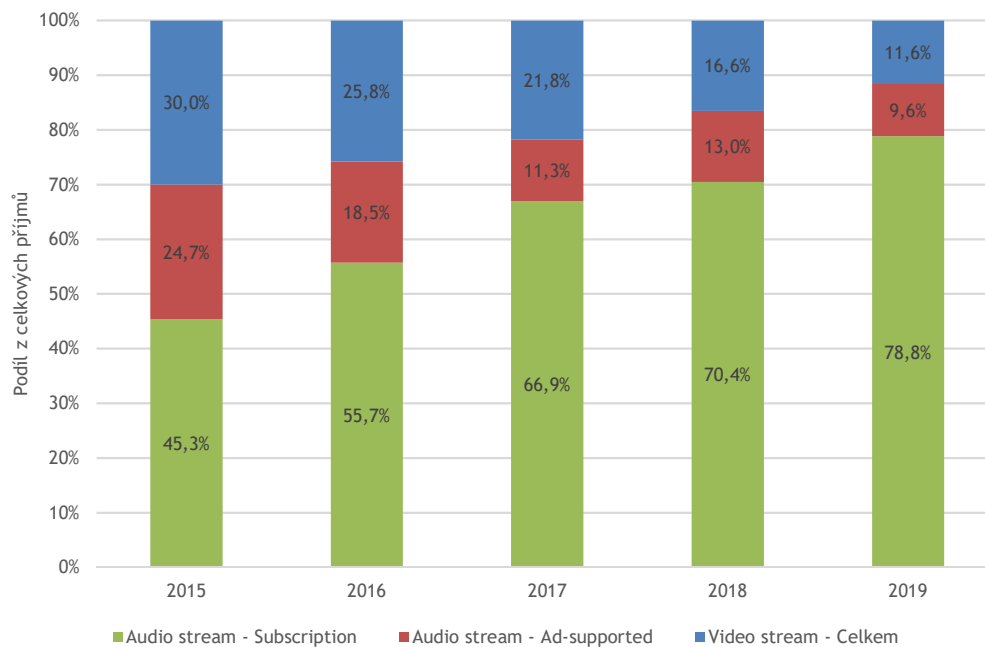
Jelikož tento vzorek dat neumožňuje jasné rozhodnutí o hlavním subtypu streamu, pro účely porovnání pracujeme dále s cenami získanými za všechny kanály streamování.

**Obrázek 2-12 Význam dílčích stream prodejů na celkových tržbách za stream u producenta 1 (2015-2019)**



*Zdroj: Významný producent zvukových nahrávek č. 1*

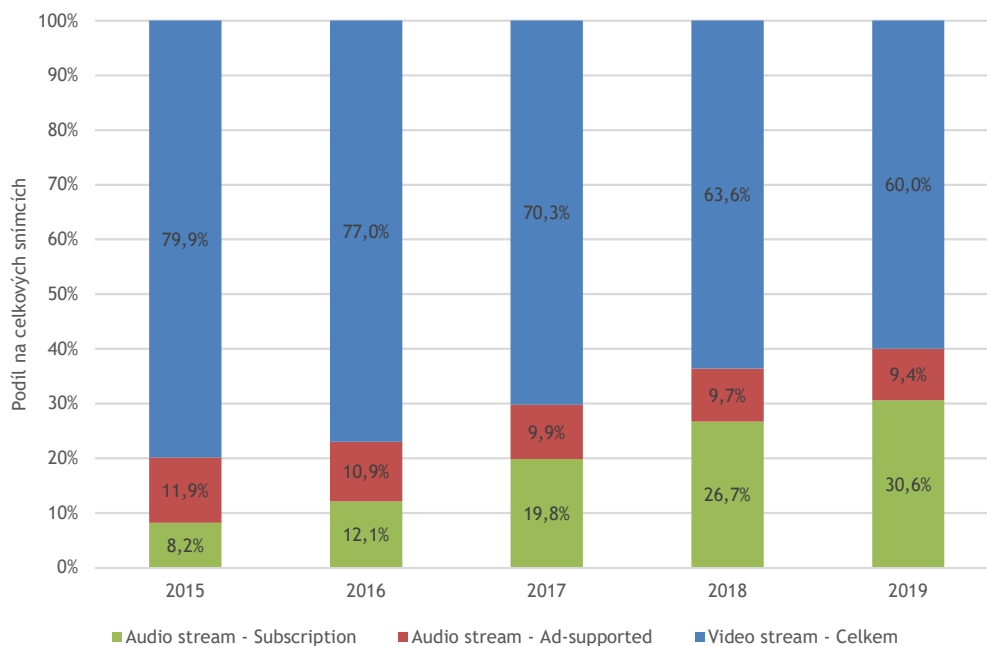
**Obrázek 2-13 Význam dílčích stream prodejů na celkových tržbách za stream u producenta 2 (2015-2019)**



*Zdroj: Významný producent zvukových nahrávek č. 2*

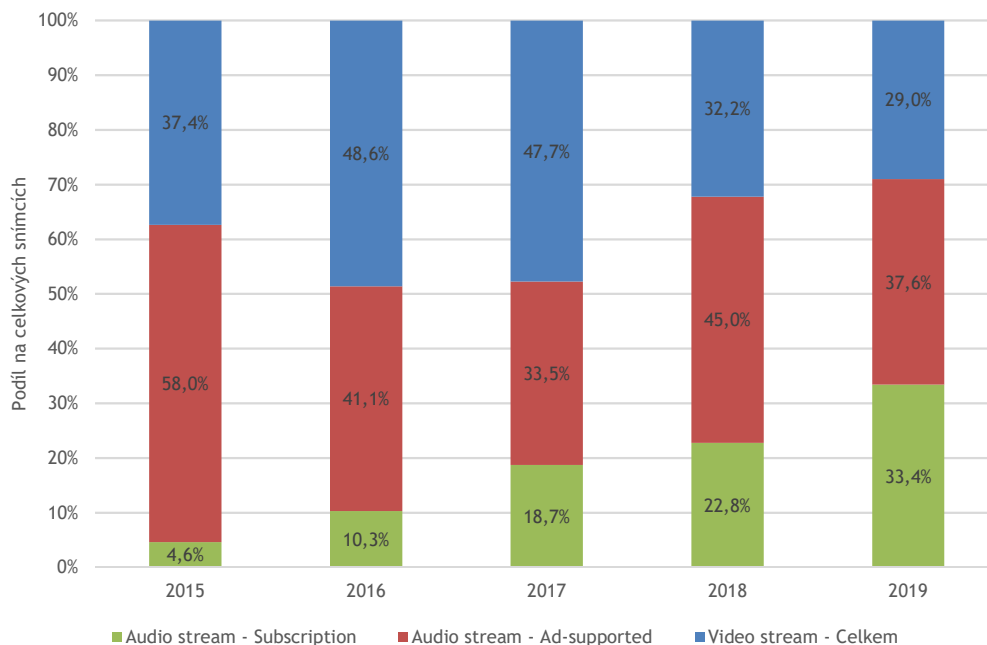


**Obrázek 2-14 Proporce v počtu prodaných nahrávek (streamů) podle dílčích kanálů u producenta 1 (2015-2019)**



*Zdroj: Významný producent zvukových nahrávek č. 1*

**Obrázek 2-15 Proporce v počtu prodaných nahrávek (streamů) podle dílčích kanálů u producenta 2 (2015-2019)**



*Zdroj: Významný producent zvukových nahrávek č. 2*



Získané průměrné ceny jsou také v souladu s veřejně dostupnými údaji o globálních průměrných cenách vyplacených za 1 zvukový záznam vybranými streamingovými společnostmi výrobcům nahrávek. Ty se v průměru pohybují (viz tab. níže):

- 0,12 - 0,16 Kč/stream,
- u lídra trhu Spotify se pohybují do 0,10 Kč/stream.

**Tabulka 2-3 Přehled veřejně dostupných globálních průměrných cen per stream pro výrobce nahrávek (2017-2019, podle společnosti)**

|                   | USD/per stream |         |         | CZK/USD |       |       | Kč per stream |         |         |
|-------------------|----------------|---------|---------|---------|-------|-------|---------------|---------|---------|
|                   | 2017           | 2018    | 2019    | 2017    | 2018  | 2019  | 2017          | 2018    | 2019    |
| Napster           | N.A.           | 0,01110 | 0,01900 | 23,38   | 21,73 | 22,93 | N.A.          | 0,24120 | 0,43571 |
| TIDAL             | 0,01284        | 0,00927 | 0,01250 | 23,38   | 21,73 | 22,93 | 0,30015       | 0,20144 | 0,28665 |
| Apple Music       | 0,00783        | 0,00495 | 0,00735 | 23,38   | 21,73 | 22,93 | 0,18304       | 0,10756 | 0,16855 |
| Google Play Music | 0,00611        | 0,00543 | 0,00676 | 23,38   | 21,73 | 22,93 | 0,14283       | 0,11799 | 0,15502 |
| Deezer            | 0,00624        | 0,00567 | 0,00640 | 23,38   | 21,73 | 22,93 | 0,14587       | 0,12321 | 0,14677 |
| Spotify           | 0,00397        | 0,00331 | 0,00437 | 23,38   | 21,73 | 22,93 | 0,09280       | 0,07193 | 0,10021 |
| Amazon            | 0,00740        | 0,01175 | 0,00402 | 23,38   | 21,73 | 22,93 | 0,17298       | 0,25533 | 0,09219 |
| Pandora Premium   | 0,00134        | 0,00155 | 0,00133 | 23,38   | 21,73 | 22,93 | 0,03132       | 0,03368 | 0,03050 |
| YouTube           | 0,00074        | 0,00028 | 0,00069 | 23,38   | 21,73 | 22,93 | 0,01730       | 0,00608 | 0,01582 |
| Průměr            |                |         |         |         |       |       | 0,13579       | 0,12871 | 0,15905 |
| Median            |                |         |         |         |       |       | 0,14435       | 0,11799 | 0,14677 |

Zdroj: <https://thetrichordist.com/2018/01/15/2017-streaming-price-bible-spotify-per-stream-rates-drop-9-apple-music-gains-marketshare-of-both-plays-and-overall-revenue/>;  
<https://thetrichordist.com/2019/01/29/2018-streaming-price-bible-per-stream-rates-drop-as-streaming-volume-grows-youtubes-value-gap-is-very-real/>;  
<https://www.digitalmusicnews.com/2018/12/25/streaming-music-services-pay-2019/>; pro přepočty na CZK použity průměrné roční sazby USD/CZK na cnb.cz

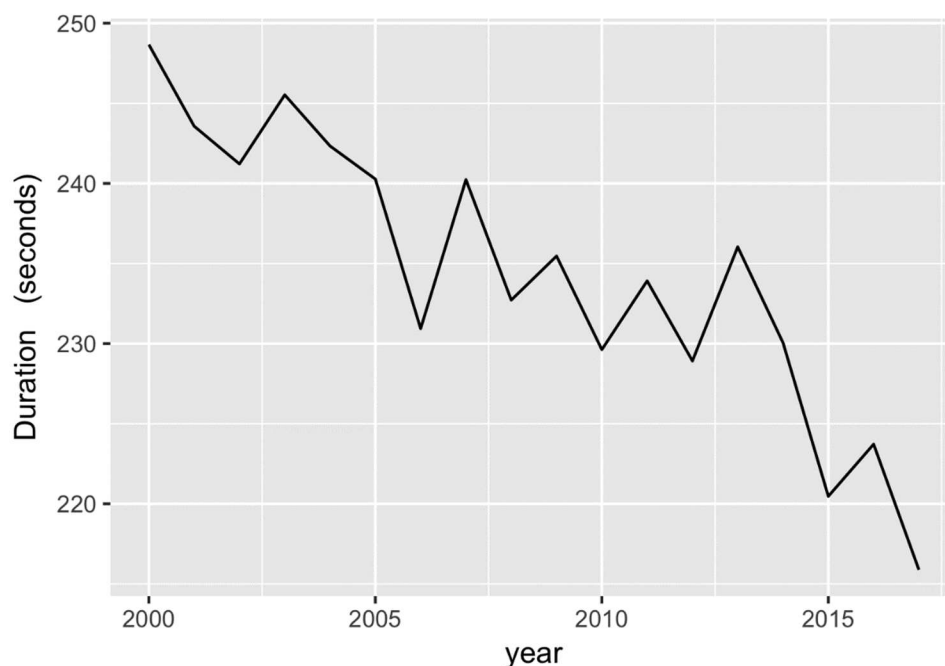
#### 2.5.4 Výpočet implicitní ceny 1 zvukové nahrávky placené TV stanicemi ve prospěch Intergram

Tržní cenu za 1 zvukovou nahrávku porovnáváme s implicitní (dopočtenou) cenou, kterou by TV stanice v průměru platily za 1 komerční snímek. Pro tento výpočet pracujeme s následujícími parametry:

- celkovou částkou, kterou TV stanice zaplatí podle navrhovaného sazebníku pro r. 2020 - tento údaj byl poskytnut ze strany Intergram; byla použita data za 4 hlavní TV stanice, které celkem pokrývají 85 % inkasa Intergram z oblasti TV vysílání,
- počty komerčních snímků, které byly na daných TV stanicích přehrány v r. 2018 - tento údaj byl znaleckému ústavu poskytnut ze strany Intergram; z důvodu kompletnosti dat za 2018 a jejich reprezentativnosti jsme nepoužili data za 2019;

- **odhadem faktoru on/off demand** - odhad tohoto faktoru ve výši 0,5 v neprospěch off-demand poslechu byl převzat ze studie PwC zpracovanou pro IFPI<sup>11</sup>,
- **odhadem faktoru nižší pozornosti** - tento faktor jsme odhadli na stejné hodnotě jako faktor on/off demand v neprospěch TV konzumace hudby; v tomto faktoru zvažujeme i skutečnost, že hudba je v TV součástí obrazu, a pozornost se tedy dělí mezi obraz a zvuk,
- **odhadem průměrné sledovanosti TV stanic** - odhad průměrné sledovanosti (rating v tisících) byl získán nákupem relevantních tržních podílů na sledovanosti TV stanic u 15+ diváků od ATO; data jsou platná pro r. 2019; tato data jsou obsažena v příloze 4,
- **odhadem faktoru nižší délky užití u TV stanic** - tento faktor byl odhadnut jako podíl průměrné délky komerčního snímku vysílaného každou TV stanicí a průměrnou délkou 1 populární písně zařazené do populárního hudebního žebříčku Billboards Hot-100<sup>12</sup>. Data o poslechu pocházejí z dominantní streamovací platformy Spotify (v r. 2018 1 píseň = cca 220 sekund, přičemž dlouhodobě je trend klesající - viz následující graf); tabulka pod grafem ukazuje odhad tohoto faktoru pro jednotlivé TV stanice.

Obrázek 2-16 Průměrná délka 1 populární písně (2015-2019)



Zdroj: <https://medium.com/@michaeltauberg/music-and-our-attention-spans-are-getting-shorter-8be37b5c2d67>

<sup>12</sup> Billboard Hot 100 je nejprestižnější žebříček prodejnosti singlů v [USA](#). Hitparáda se sestavuje každý týden již od roku [1941](#). Sestavuje ji [Billboard](#) - [americký](#) týdeník věnující se hudebnímu průmyslu a hudebním žebříčkům. (Zdroj: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard\\_Hot\\_100](https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard_Hot_100);  
[https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard\\_\(%C4%8Dasopis\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Billboard_(%C4%8Dasopis)))

Tabulka 2-4 Odhad faktoru rozdílné délky snímků (TV stanice vs. Spotify stream)

|              | Průměrná délka záznamu | Průměrná délka písně | Faktor délky snímku |
|--------------|------------------------|----------------------|---------------------|
| TV stanice 1 | 67                     | 220                  | 0,30                |
| TV stanice 2 | 49                     | 220                  | 0,22                |
| TV stanice 3 | 30                     | 220                  | 0,14                |
| TV stanice 4 | 61                     | 220                  | 0,28                |

Zdroj: Vlastní odhady z dat Intergram a <https://medium.com/@michaeltauberg/music-and-our-attention-spans-are-getting-shorter-8be37b5c2d67>

Korekce o zmíněné faktory byly provedeny podle následujícího vztahu:

$$Cena_{1\text{ snímek}} = \frac{Platba_{TV\ 2020}}{\text{Počet snímků}} * \frac{1}{(Koe_{on-off} * Koe_{pozornost} * \text{Počet } 15+ \text{ diváků} * \text{Faktor délky snímku})}$$

Cena za 1 komerční snímek je tedy:

- v 1. kroku získána jako prostý podíl navrhované roční platby TV stanice a počtu komerčních snímků za rok; výsledkem je průměrná cena 49,6 Kč/snímek,
- ve dalších krocích pak dochází k vydělení této hodnoty součinem zvažovaných dělitelů, které ve výsledku dávají výslednou přepočtenou hodnotu na jednoho 15+ diváka, tedy:
  - **0,00278 Kč/snímek** - podle výše uvedeného vztahu (se započtením faktoru délky 1 snímku),
  - **0,00065 Kč/snímek** - při nezohlednění faktoru délky 1 snímku (tedy na základě současné praxe streamovacích společností platit danou cenu bez ohledu na délku přehrání)

Jinými slovy, dělením 0,5 faktorem on-off demand získáme cenu korigovanou na úroveň užité hodnoty posluchače stream snímku. Dalším dělením 0,5 faktorem nižší pozornosti získáme korekci o vyšší koncentraci stream uživatele při poslechu streamovaného snímku. Dělení faktorem sledovanosti potom alokujeme cenu snímku vysílaného v TV stanici na jednoho potenciálního uživatele (diváka) v cílové skupině 15+; u předplatného předpokládáme platbu pro 1 uživatele, zatímco u TV stanic je platba pro daný počet uživatelů sledujících v průměru danou TV stanicí. Dělení faktorem délky snímku pak korigujeme kratší průměrné vysílání snímku v TV stanicích v porovnání s předpokládaným poslechem celého zvukového snímku uživateli skrze streamovací službu.

Tabulka 2-5 Výpočet implicitní ceny 1 zvukového snímku pro TV stanice

|               | Počet snímků 2018 | Předpokládaná platba 2020 | Ø platba / snímek | Faktor On/Off demand | Faktor nižší pozornosti | Faktor sledovanosti TV | Faktor délky snímku | Cena po korekcích (1 snímek) |
|---------------|-------------------|---------------------------|-------------------|----------------------|-------------------------|------------------------|---------------------|------------------------------|
| TV stanice 1  | 490 253           | 21 910 000 Kč             | 44,7 Kč           | 0,5                  | 0,5                     | 379 000                | 0,30                | 0,00155 Kč                   |
| TV stanice 2  | 296 600           | 35 700 000 Kč             | 120,4 Kč          | 0,5                  | 0,5                     | 395 000                | 0,22                | 0,00543 Kč                   |
| TV stanice 3  | 860 245           | 17 083 787 Kč             | 19,9 Kč           | 0,5                  | 0,5                     | 315 000                | 0,14                | 0,00184 Kč                   |
| TV stanice 4  | 304 610           | 4 067 691 Kč              | 13,4 Kč           | 0,5                  | 0,5                     | 83 000                 | 0,28                | 0,00232 Kč                   |
| Prostý průměr |                   |                           | 49,6 Kč           |                      |                         |                        |                     | 0,00278 Kč                   |

Zdroj: Vlastní výpočet na základě citovaných vstupních parametrů



**Tabulka 2-6 Výpočet implicitní ceny 1 zvukového snímku pro TV stanice - bez faktoru délky snímku**

|               | Počty snímků<br>2018 | Předpokládaná<br>platba 2020 | Ø platba /<br>snímek | Faktor<br>On/Off<br>demand | Faktor nižší<br>pozornosti | Faktor<br>sledovanosti<br>TV | Cena po<br>korekcích (1<br>snímek) |
|---------------|----------------------|------------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------------|------------------------------|------------------------------------|
| TV stanice 1  | 490 253              | 21 910 000 Kč                | 44,7 Kč              | 0,5                        | 0,5                        | 379 000                      | 0,00047 Kč                         |
| TV stanice 2  | 296 600              | 35 700 000 Kč                | 120,4 Kč             | 0,5                        | 0,5                        | 395 000                      | 0,00122 Kč                         |
| TV stanice 3  | 860 245              | 17 083 787 Kč                | 19,9 Kč              | 0,5                        | 0,5                        | 315 000                      | 0,00025 Kč                         |
| TV stanice 4  | 304 610              | 4 067 691 Kč                 | 13,4 Kč              | 0,5                        | 0,5                        | 83 000                       | 0,00064 Kč                         |
| Prostý průměr |                      |                              | 49,6 Kč              |                            |                            |                              | 0,00065 Kč                         |

Zdroj: Vlastní výpočet na základě citovaných vstupních parametrů

### 2.5.5 Vyhodnocení analýzy - audio-stream subscription

Následující tabulka porovnává tržní ceny 1 komerčního snímku za audio-stream z předplatného, získaného z užití těchto snímků v ČR v letech 2015-2019 (min, max hodnoty v daném období) a dopočtené ceny 1 komerčního snímku, která vyplývá z navrhovaného sazebníku Intergram pro r. 2020.

Jelikož získaná data od výrobců zvukových záznamů vykazují v analyzovaném období klesající trend, porovnáváme implicitní ceny ze sazebníku Intergram s daty výrobců za r. 2019.

**Tabulka 2-7 Porovnání tržní ceny zvukového snímku (audio-stream subscription) a implicitní ceny pro sazebník Intergram 2020**

|                                                    | Min        | Max        |
|----------------------------------------------------|------------|------------|
| Tržní cena 1 snímku v ČR                           | 0,07812 Kč | 0,08168 Kč |
| Dopočtená cena Intergram 2020                      | 0,00278 Kč | 0,00278 Kč |
| Násobek tržní cena/sazebníková cena Intergram 2020 | 28         | 29         |

Zdroj: Vlastní výpočet na základě předchozích výpočtů

Z výpočtů vyplývá, že tržní cena 1 zvukového snímku je v průměru násobně vyšší než dopočtená cena z navrhovaného sazebníku Intergram; při použitých vstupních parametrech vychází cena dle sazebníku Intergram na úrovni 28-29krát nižší než cena, kterou v průměru za 1 zvukový snímek platí výrobcům zvukových nahrávek streamovací společnosti z audio-stream služby placené jako předplatné.

### 2.5.6 Vyhodnocení analýzy - audio-stream ad-supported

Následující tabulka porovnává tržní ceny 1 komerčního snímku za audio-stream, financovaný reklamou, a dopočtenou cenu z navrhovaného sazebníku Intergram pro r. 2020.

**Tabulka 2-8 Porovnání tržní ceny zvukového snímku (audio-stream ad-supported) a implicitní ceny pro sazebník Intergram 2020**

|                                                    | Min        | Max        |
|----------------------------------------------------|------------|------------|
| Tržní cena 1 snímku v ČR                           | 0,00842 Kč | 0,00850 Kč |
| Dopočtená cena Intergram 2020                      | 0,00278 Kč | 0,00278 Kč |
| Násobek tržní cena/sazebníková cena Intergram 2020 | 3          | 3          |

Zdroj: Vlastní výpočet na základě předchozích výpočtů



Toto porovnání ukazuje na 3krát krát vyšší cenu na trhu, než jaká vychází z navrhovaného sazebníku Intergram pro r. 2020.

### 2.5.7 Vyhodnocení analýzy - audio-stream celkem

Následující tabulka porovnává tržní ceny 1 komerčního snímku za audio-stream, bez ohledu na způsob jeho financování, a dopočtenou cenu z navrhovaného sazebníku Intergram pro r. 2020.

**Tabulka 2-9 Porovnání tržní ceny zvukového snímku (audio-stream celkem) a implicitní ceny pro sazebník Intergram 2020**

|                                                    | Min        | Max        |
|----------------------------------------------------|------------|------------|
| Tržní cena 1 snímku v ČR                           | 0,04119 Kč | 0,06443 Kč |
| Dopočtená cena Intergram 2020                      | 0,00278 Kč | 0,00278 Kč |
| Násobek tržní cena/sazebníková cena Intergram 2020 | 15         | 23         |

*Zdroj: Vlastní výpočet na základě předchozích výpočtů*

Toto porovnání ukazuje na 15-23krát vyšší cenu na trhu, než jaká vychází z navrhovaného sazebníku Intergram pro r. 2020.

### 2.5.8 Vyhodnocení analýzy - video-stream celkem

Následující tabulka porovnává tržní ceny 1 komerčního snímku za video-stream a dopočtenou cenu z navrhovaného sazebníku Intergramu pro r. 2020.

**Tabulka 2-10 Porovnání tržní ceny zvukového snímku (video-stream celkem) a implicitní ceny pro sazebník Intergram 2020**

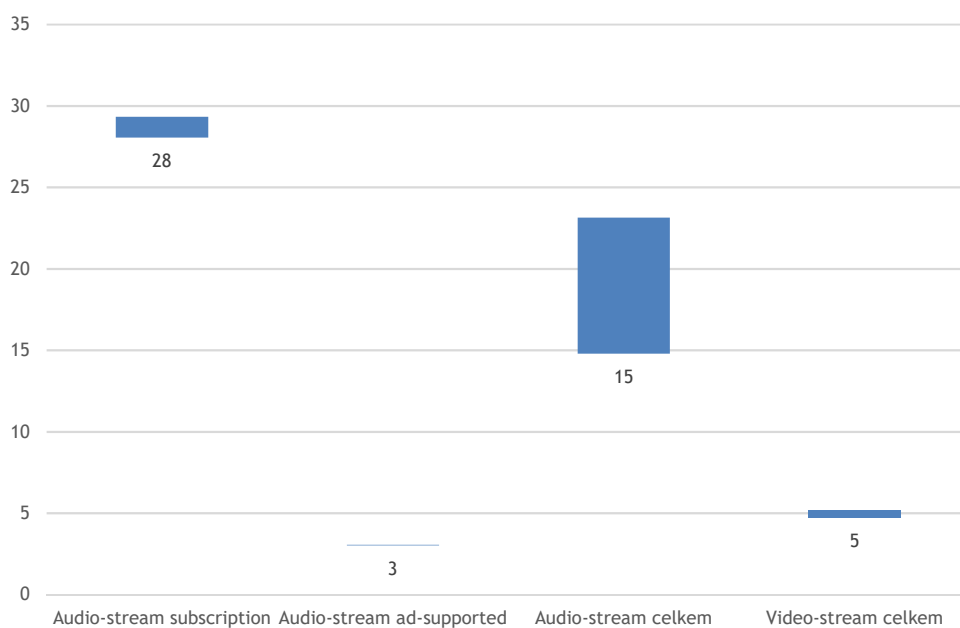
|                                                    | Min        | Max        |
|----------------------------------------------------|------------|------------|
| Tržní cena 1 snímku v ČR                           | 0,01326 Kč | 0,01446 Kč |
| Dopočtená cena Intergram 2020                      | 0,00278 Kč | 0,00278 Kč |
| Násobek tržní cena/sazebníková cena Intergram 2020 | 5          | 5          |

*Zdroj: Vlastní výpočet na základě předchozích výpočtů*

Toto porovnání ukazuje na 5krát vyšší cenu na trhu, než jaká vychází z navrhovaného sazebníku Intergram pro r. 2020.

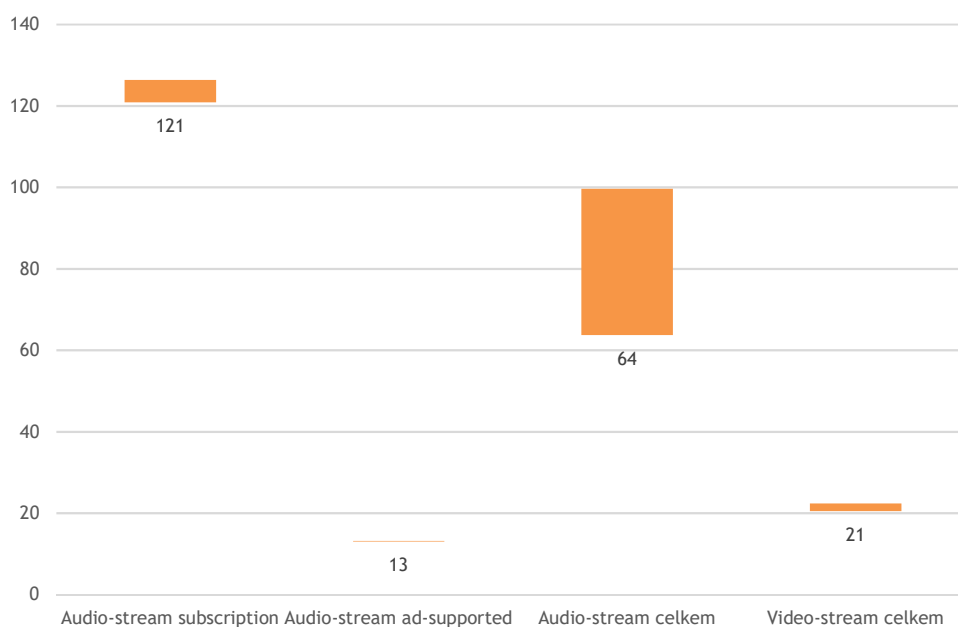
### 2.5.9 Vyhodnocení analýzy - porovnání všech použitých cen za stream

Následující graf shrnuje výsledek porovnání dopočtených cen z navrhovaného sazebníku Intergram pro TV užití pro r. 2020 a tržních cen za 1 zvukovou nahrávku v ČR. Graf zobrazuje hodnotu podílu tržní ceny za stream a ceny za stream dopočtené z navrhovaného sazebníku Intergram. Hodnoty jsou zobrazeny intervalově (min/max); rozdíl je tvořen různými průměrnými cenami získanými od dvou zmiňovaných výrobců hudebních nahrávek. Ve vyhodnocení je uvedena u každého sloupce hodnota minimální (28, 3, 15, 5). Tržní ceny jsou tedy 3 až 28krát nižší v porovnání s dopočtenými cenami Intergram

**Obrázek 2-17 Vyhodnocení analýzy - tržní cena / implicitní cena Intergram (per stream)**

*Zdroj: Vlastní výpočty ze získaných dat*

Následující graf představuje stejné porovnání, nicméně za předpokladu nezahrnutí faktoru rozdílné délky snímku při TV vysílání a při streamování. Tyto výsledky tedy odrážejí současnou praxi streamovacích společností účtovat jednotnou platbu bez ohledu na délku streamu.

**Obrázek 2-18 Vyhodnocení analýzy - bez zahrnutí faktoru délky snímku**

*Zdroj: Vlastní výpočty ze získaných dat*



Celkové výsledky naznačují, že při přijatých předpokladech (zejména ohledně výše jednotlivých faktorů srovnání) jsou tržní ceny generované na českém trhu za 1 zvukový snímek mnohem vyšší než průměrná cena za 1 snímek účtovaná sazebníkem Intergram. Konkrétně je srovnání následující:

- nejbližší je porovnání s tržními cenami Audio-stream ad supported - tyto ceny jsou v průměru 3krát vyšší než ceny Intergram,
- druhé nejbližší porovnání je s cenami za Video-stream - tyto ceny jsou v průměru 5krát vyšší než ceny Intergram,
- nejméně je cena Intergram srovnatelná s tržní cenou za Audio-stream subscription - tento kanál, který je na prudkém vzestupu jak z hlediska příjmů, tak z hlediska objemu užití, generuje cenu v průměru 28krát vyšší než cena sazebníku Intergram,
- rozdíl v porovnání jsou ještě vyšší v případě, že by porovnání odráželo současnou praxi streamovacích společností platit jednotnou sazbu za jakoukoliv délku streamu.

Z hlediska předpokladů znaleckého posudku to tedy znamená, že i **kdybychom zvažovali zásadně jiné úpravy při výpočtu implicitní ceny 1 komerčního snímku (např. snižovali faktor on-off demand, či faktor snížené pozornosti), tyto faktory by v součtu musely být navýšeny minimálně 3krát, aby se dopočtená cena dostala na minimální tržní cenu 1 snímku, a to navíc na cenu generovanou v ad-supported audio-streamu.**

## 2.6 Souhrnné výsledky ocenění

**Primární přístup k ocenění** připodobňuje poskytování hudby TV stanicemi ke službě streamování hudby spotřebitelům. Tento přístup vychází z porovnání průměrné dopočtené ceny 1 zvukového snímku užitého v TV vysílání, která plyne z navrhovaného sazebníku Intergram pro r. 2020, a průměrných tržních cen za stream 1 zvukového snímku v ČR, indikuje, že **sazebník Intergram pro r. 2020 není ekonomicky nepřiměřený**. Naopak, z odhadů vyplývá, že průměrná dopočtená cena Intergram na 1 komerční zvukový snímek je minimálně 3x nižší než nejvyšší cena tržní.

**Sekundární přístup k ocenění** připodobňuje užívání práv k hudbě TV stanicemi k licenčnímu užívání práv spojených s těmito zvukovými nahrávkami. Jelikož srovnání práv směřovaných mezi tržními subjekty a práv spravovaných Intergram, vychází značně ve prospěch hodnoty práv směřovaných na volném licenčním trhu, provedli jsme porovnání maximální sazby navrhované Intergram pro r. 2020 (3,2 % z tržeb TV stanice) a intervalu vymezeného jako minimum a 1. decil tržních licenčních sazeb (1,0-5,0 %). Jelikož maximální sazba navrhovaná Intergram leží v rámci tohoto intervalu, i z pohledu tohoto přístupu se **nezdá být navrhovaný sazebník Intergram ekonomicky nepřiměřený**.

### 3 ZÁVĚRY

Předmětem tohoto znaleckého posudku je sestavit obecný model pro posouzení ekonomické přiměřenosti sazeb odměn za užití komerčních zvukových snímků v TV vysílání skrze úplatnou zákonnou licenci. Tyto odměny inkasuje kolektivní správce, spolek Intergram. Kromě poskytnutí obecného modelu je také účelem tohoto znaleckého posudku poskytnout podklad pro případné vyjednávání či soudní spory s osobami dotčenými předmětným sazebníkem Intergram. Ekonomickou přiměřenost předmětných sazeb jsme testovali dvěma přístupy:

1) **Primární přístup (pohled poskytování služby)** - tento přístup spočívá v připodobnění poskytování hudby TV stanicemi spotřebitelům ke službě streamování hudby. Na základě srovnání dopočtené ceny za 1 komerční zvukový snímek u Intergram a tržní ceny 1 komerčního zvukového snímku jsme dospěli k závěru, že **dopočtená cena vyplývající z navrhovaného sazebníku Intergram je mnohonásobně nižší než cena tržní v ČR.**

2) **Sekundární přístup (pohled poskytování práv)** - tento přístup spočívá v připodobnění užívání hudby TV stanicemi k licenčnímu užívání práv spojených s těmito zvukovými nahrávkami. V tomto přístupu byla maximální sazba navrhovaná Intergram (3,2 % z tržeb TV stanice) porovnávána s intervalem licenčních sazeb, vymezeným minimem a 1. decilem licenčních sazeb. Maximální sazba navržená Intergram spadá do tohoto pásma.

Na základě provedení těchto dvou přístupů jsme dospěli k názoru, že **předmětný sazebník Intergram není ekonomicky nepřiměřený.**

#### *Znalecká doložka*

Znalecký posudek je podán na základě jmenování firmy DARA, znalecká kancelář, spol. s r.o. Ministerstvem spravedlnosti ČR pod čj.158/2000-Zn, ze dne 23. 8. 2000, do seznamu ústavů kvalifikovaných pro znaleckou činnost v oboru ekonomika, s rozsahem znaleckého oprávnění pro oceňování podniků a nepeněžitých vkladů do obchodních společností, nehmotného majetku, finančních investic, nemovitostí, movitých věcí včetně motorových vozidel, oceňování škod na těchto druzích majetku a pro rozpočtování a kalkulace.

Znalecký posudek je zapsán pod pořadovým číslem 182-2020. Vyúčtování se provádí dle dohodnuté ceny na základě faktury.

**V Praze dne 25. 6. 2020**

Ing. Pavel Svačina, Ph.D.  
zpracovatel

Ing. Barbora Rýdlová, Ph.D.  
jednatelka znaleckého ústavu



## 4 PŘÍLOHY

---



## PŘÍLOHA I SAZEBNÍK ODMĚN INTERGRAM PRO TV VYSÍLÁNÍ

**!intergram**

Sazebník odměn INTERGRAM pro televizní vysílání

**TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ***Sazby odměn pro výkonné umělce a výrobce za užití zvukových a zvukově obrazových záznamů v televizním vysílání bez ohledu na technologii***Tabulka 1 – sazby odměn pro televizní vysílání**

| I. Sazba roční odměny za užití komerčních zvukových snímků ve vysílání |        |             |             |             |             |             |
|------------------------------------------------------------------------|--------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Podíl užití předmětů ochrany ve vysílání                               | do 9 % | 9 – 15 %    | 15 – 30 %   | 30 – 50 %   | 50 – 75 %   | nad 75 %    |
| Sazba odměny (% z tržeb)                                               | 0,3 %  | 0,3 - 0,5 % | 0,5 - 1,0 % | 1,0 – 1,6 % | 1,6 - 2,4 % | 2,4 – 3,2 % |

**Vysvětlivky**

*Výše sazby I. při užití nad 9 % neroste skokově, ale lineárně – se zvyšujícím se užitím. Pro užití v nejnižším pásmu (do 9 %) je výše sazby fixní (0,3 % z tržeb). Ve zbývajících pěti pásmech (s užitím nad 9 %) je sazba vždy stanovena alikvotně k užití.*

**Společná ustanovení:**

Tržbami se v případě komerčního televizního vysílání rozumí tržby vysílatele dosažené vysíláním po odečtení 1) nákladů na distribuci TV signálu, 2) nákladů na agenturní zpravodajství, 3) příjmů z poskytnutí licence k užití vlastního vysílání vysílatele osobám provádějícím přenos televizního vysílání (kabelové či satelitní televize, IPTV apod.) a 4) příjmů za prodej pořadů.



## PŘÍLOHA II INTERGRAM - VÝPIS Z REJSTŘÍKU SPOLKŮ

Tento výpis z veřejných rejstříků elektronicky podepsal "MĚSTSKÝ SOUD V PRAZE" dne 21.4.2020 v 14:52:36. EPVid:CTvSMh+2RG1j+cJ8KESpeA

## Výpis

ze spolkového rejstříku, vedeného  
Městským soudem v Praze  
oddíl L, vložka 248

|                                     |                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Datum zápisu:</b>                | 1. ledna 2014                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Datum vzniku:</b>                | 15. května 1990                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Spisová značka:</b>              | L 248 vedená u Městského soudu v Praze                                                                                                                                                                             |
| <b>Název:</b>                       | INTERGRAM, nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově-obrazových záznamů, z.s.                                                                                                            |
| <b>Sídlo:</b>                       | Klimentská 1207/10, Nové Město, 110 00 Praha                                                                                                                                                                       |
| <b>Identifikační číslo:</b>         | 005 37 772                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Právní forma:</b>                | Spolek                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Účel:</b>                        | výkon kolektivní správy majetkových práv výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů v rozsahu stanoveném na základě rozhodnutí Ministerstva kultury ČR ve smyslu platného autorského zákona |
| <b>Název nejvyššího orgánu:</b>     | Valné shromáždění                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Ředitel:</b>                     |                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>ředitel:</b>                     | JUDr. LUDVÍK BOHMAN, dat. nar. 17. března 1973<br>Pod lipami 2564/27, Žižkov, 130 00 Praha 3<br>Den vzniku funkce: 21. ledna 2019<br>Den vzniku členství: 21. ledna 2019                                           |
| <b>Počet členů:</b>                 | 1                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Způsob jednání:</b>              | Jménem společnosti jedná a podepisuje ředitel.                                                                                                                                                                     |
| <b>Kontrolní komise:</b>            |                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Předseda:</b>                    | Ing. LIBOR HOLEČEK, dat. nar. 7. června 1966<br>Hellichova 458/1, Malá Strana, 118 00 Praha 1<br>Den vzniku funkce: 22. června 2017<br>Den vzniku členství: 14. června 2017                                        |
| <b>Člen:</b>                        | MgA. PETR NOUZOVSKÝ, dat. nar. 24. dubna 1982<br>Žďárská 422/18, Dolní Chabry, 184 00 Praha 8<br>Den vzniku funkce: 14. června 2017<br>Den vzniku členství: 14. června 2017                                        |
| <b>Člen:</b>                        | LUDĚK NEŠLEHA, dat. nar. 1. září 1945<br>Krokova 104/15, Nusle, 128 00 Praha 2<br>Den vzniku funkce: 14. června 2017<br>Den vzniku členství: 14. června 2017                                                       |
| <b>Člen:</b>                        | Asociace producentů v audiovizí, z.s., IČ: 613 79 654<br>Národní 60/28, Nové Město, 110 00 Praha<br>Den vzniku funkce: 1. října 2019<br>Den vzniku členství: 1. října 2019                                         |
| <b>při výkonu funkce zastupuje:</b> | Ing. MAGDALÉNA KRÁLOVÁ, dat. nar. 7. července 1976<br>Poděbradská 720/126, Hloubětín, 198 00 Praha 9                                                                                                               |
| <b>Počet členů:</b>                 | 4                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Ostatní skutečnosti:</b>         |                                                                                                                                                                                                                    |

Údaje platné ke dni: 21. dubna 2020 03:37

1/2



---

Výkonná rada je nejvyšší orgán v období mezi konáním Valného shromáždění

---



## PŘÍLOHA III - POSTUP REŠERŠE POSKYTOVATEL DAT ROYALTYPAGE



## DESCRIPTION OF SEARCH IN THE ROYALTYPAGE PROPRIETARY DATABASE

Dated: 14/08/2019

Client ref.: CSTR0000414  
Order ref.: ORDRR\_15041

## Database used

The search was performed in the RoyaltyRange proprietary database. RoyaltyRange is an independent intellectual property database that contains manually gathered and analysed data on intangible property licensing terms and royalty rates in various industries.

Each report is supplemented with original unredacted agreements as well as filings and other types of documents the data is gathered from.

## Search process

The search process consisted of the following stages:

*Quantitative screening.* Search process yielded a list of potentially comparable reports.

*Qualitative screening.* The sample was manually reviewed and the final set of reports was selected.

## Search strategies

The initial search strategy provided by the Client:

*Type: Copyright*

*Key Words: Music or rights of performers*

The search strategy updated by the client (first refinement):

*Would you pls make a 2nd round search here? I am not sure, in which way you precisely extend 1st round search, but the following keywords may be included:*

- agreements - broadcasting (TV, radio, other), recording, publishing, master recording, artist recording,
- rights - text, music, audio, sound, video, audiovisual (A/V), film, movie, video clips, motion pictures, lyrics, compositions, soundtrack, synchronizing rights, performance, collect income for artists/authors/performers, labels, music libraries, promoters, CD, DVD, cassettes, tapes, streaming, digital music, live concerts, other reproduction...

The search strategy updated by the client (second refinement):

*During the analysis I mentioned the following additional interesting keywords:*

- eMaster; music group/band, musician, singer, songwriter, actor, filmmaker
- I am also surprised by just one or two cases with "synchronizing" keyword... Shall we try these words again pls? Is there any additional value?



## SEARCH

### Search strategy

The following search strategy was applied in the search process:

#### Keywords

The following keywords were applied in the search process:

*Music, Entertain\*, Perform\*, Broadcast\*, (Broadcast\* AND TV OR Radio), Record\*, Publish\*, Artist, Art\*, Lyrics, Video, Audio, Audiovisual, Film, Movie, Radio, "Motion picture", Soundtrack, Synchronizing, Label, CD, DVD, Cassette\*, Vinyl, Tape, Streaming, (Digital AND Music OR Audio OR Video), Concert, Synchron\*, Band, Songwrit\*, Acting, Actor, Filmmaker*

#### Quantitative screening

The search process yielded a list of 1137 potentially comparable Primary reports which matched the specifications of the search strategy applied.

The Primary reports contain description of object, information on Licensor's and Licensee's activities, territory, licensing period, exclusivity, restrictions of the use, rights to enhancements, royalty calculation base and characterization of the transaction involving intangibles.

The Primary reports do not contain information on royalty rates, other compensations details as well as some other information.

#### Qualitative screening

Qualitative screening involved the review of the Primary reports containing the description of the terms of the agreements.

The main reason for rejection of Primary reports was the following:

- Agreements involved different types of products, services or industries.

1014 Primary reports were rejected because they involved transactions pertaining to different products, sectors and industries.

A total of 123 Primary reports were selected as potentially comparable, out of which 2 reports contained information on agreements concluded with a non-profit entity, 11 reports contained information on agreements concluded with an individual and 9 reports contained information on agreements between related business entities.



## PŘÍLOHA IV - TRŽNÍ PODÍLY TV STANIC NA SLEDOVANOSTI V 15+ KATEGORII

| 01.01.2019 – 31.12.2019 | 06 – 06  |        |            |
|-------------------------|----------|--------|------------|
|                         | rok 2019 |        |            |
|                         | 15+      |        |            |
| Vybraný kanál           | Share    | Rating | Rating 000 |
| ČT1                     | 16,54    | 2,5    | 218        |
| ČT2                     | 4,27     | 0,7    | 56         |
| ČT24                    | 3,94     | 0,6    | 52         |
| ČT sport                | 3,50     | 0,5    | 46         |
| ČT :D                   | 1,38     | 0,2    | 18         |
| ČT art                  | 0,37     | 0,1    | 5          |
| Nova                    | 20,41    | 3,1    | 270        |
| Nova Cinema             | 3,85     | 0,6    | 51         |
| Nova Action             | 2,04     | 0,3    | 27         |
| Nova 2                  | 1,37     | 0,2    | 18         |
| Nova Gold               | 0,99     | 0,2    | 13         |
| Prima                   | 12,26    | 1,9    | 162        |
| Prima COOL              | 2,58     | 0,4    | 34         |
| Prima love              | 2,06     | 0,3    | 27         |
| Prima ZOOM              | 1,95     | 0,3    | 26         |
| Prima MAX               | 2,45     | 0,4    | 32         |
| Prima KRIMI             | 2,56     | 0,4    | 34         |
| TV Barrandov            | 3,70     | 0,6    | 49         |
| KINO Barrandov          | 1,40     | 0,2    | 18         |
| Barrandov KRIMI         | 1,04     | 0,2    | 14         |
| Barrandov NEWS          | 0,13     | 0,0    | 2          |
| Óčko                    | 0,31     | 0,0    | 4          |
| Óčko STAR               | 0,21     | 0,0    | 3          |
| Nickelodeon             | 0,10     | 0,0    | 1          |
| Nick Jr.                | 0,15     | 0,0    | 2          |
| Prima Comedy Central    | 0,61     | 0,1    | 8          |
| RETRO                   | 0,12     | 0,0    | 2          |
| AXN                     | 0,14     | 0,0    | 2          |
| Cartoon Network         | 0,02     | 0,0    | 0          |
| CS Film                 | 0,24     | 0,0    | 3          |
| CS Mini                 | 0,01     | 0,0    | 0          |
| Disney Channel          | 0,05     | 0,0    | 1          |
| FilmBox                 | 0,23     | 0,0    | 3          |
| JOJ Cinema              | 0,21     | 0,0    | 3          |
| JOJ Family              | 1,13     | 0,2    | 15         |
| CS Mystery              | 0,20     | 0,0    | 3          |
| National Geographic     | 0,09     | 0,0    | 1          |
| REBEL                   | 0,04     | 0,0    | 1          |
| RELAX                   | 0,27     | 0,0    | 4          |
| Šlágr TV                | 0,50     | 0,1    | 7          |
| Šlágr 2                 | 0,34     | 0,1    | 4          |
| TUTY                    | 0,01     | 0,0    | 0          |
| CS History              | 0,07     | 0,0    | 1          |
| Film+                   | 0,20     | 0,0    | 3          |
| Minimax                 | 0,12     | 0,0    | 2          |
| Spektrum                | 0,09     | 0,0    | 1          |
| Sport 1                 | 0,07     | 0,0    | 1          |
| Sport 2                 | 0,10     | 0,0    | 1          |
| Markíza International   | 0,21     | 0,0    | 3          |
| regionalnitatevize.cz   | 0,02     | 0,0    | 0          |
| Seznam.cz TV            | 0,23     | 0,0    | 3          |
| Ostatní stanice         | 4,94     | 0,8    | 65         |
| Dostupné kanály         | 100,00   | 15,4   | 1 321      |

Zdroj: ATO (2019)



## PŘÍLOHA V - CD PŘÍLOHA S PODKLADOVÝMI DATY ROYALTYRANGE

