

Використання раніше вживаної словесної форми. Чи виникає право інтелектуальної власності

Назви, окремі слова чи слогани не підпадають під охорону авторського права, якщо вони є загальноновживаними або позбавлені творчої оригінальності. Українське законодавство про авторське право охороняє лише оригінальні твори науки, літератури і мистецтва, які мають достатній рівень творчості. Короткі позначення – такі як **окремі слова, назви творів чи рекламні гасла** – самі по собі **не вважаються об'єктами авторського права**, оскільки їм бракує необхідної творчої оригінальності.

Варто зазначити, що саме **графічне зображення або логотип** з цим словом може охоронятися авторським правом як художній твір (або промисловим зразком, залежно від ситуації). Водночас текстовий складник, без графічного оформлення, як правило не є твором і не отримує автоматичної авторсько-правової охорони.

Реєстрація торговельної марки не наділяє її власника виключним правом на використання окремих літер, буквосполучень чи загальноновживаних слів поза межами зареєстрованого позначення. Тобто власник свідоцтва на знак не може заборонити іншим особам уживати у мові чи в своїх позначеннях ті **елементи, які є звичайними словами або літерами**, що входять до складу його ТМ, якщо таке використання не вводить споживача в оману щодо товарів і послуг.

Подібну позицію Верховний Суд чітко висловив у справах щодо знака «**Цитрамон**». Суди встановили, що слово «Цитрамон» є **родовою (загальноновживаною) назвою** лікарського засобу, яку історично використовували кілька виробників для позначення

схожих за складом препаратів. **Спроби окремої компанії отримати абсолютний контроль** над таким позначенням шляхом реєстрації ТМ були розцінені як **зловживання правом**. Велика Палата ВС зазначила, що дії, спрямовані на заволодіння монопольним становищем стосовно позначення «Цитрамон» та на порушення прав інших виробників, суперечать засаді добросовісності і можуть свідчити про недобросовісну конкуренцію.

Іншими словами, **власник торговельної марки не може “вивести з ужитку” загальноновживане слово чи букву для всіх інших**. Судова практика виходить з того, що охорона надається конкретному поєднанню елементів у складі зареєстрованої марки (з врахуванням її відмінності та здатності розрізняти товари), але **не кожному її елементу окремо**. Наприклад, якщо зареєстрована марка містить слово чи літеру, яка сама по собі є описовою або поширеною, то треті особи можуть продовжувати вільно використовувати таке слово/літеру у своїй діяльності (за умови, що не створюється імовірність змішування з конкретною торговельною маркою).

До прикладу, – щодо позначення товару “Трускавецька”, – Верховний Суд у справі №910/4085/23 висновок: “судам слід перевірити: яким чином саме це позначення, тобто чорно-білим звичайним шрифтом, набуло розрізняльної здатності і чи взагалі воно має таку здатність, а не є описовим стосовно регіону походження води; чи використовувалося позивачами саме таке позначення у вигляді торговельної марки і чим це підтверджується”. Аналогічно й в справі №910/13988/20 Верховний суд висновок необхідності з’ясовувати момент виникнення у словесного позначення розрізняльної здатності.

Подібні ситуації, до прикладу можна звести до позначення “Jura”. Торговельних марок із позначенням “jura” існує багато:

- 1) за номерами заявок в Україні – м201706699, м201215197;
- 2) в міжнародному реєстрі № 1289190, № 789860.

Разом з тим, “jura” – це географічні позначення:

- 1) департаменту на сході Франції, на кордоні зі Швейцарією. Один з департаментів регіону Бургундія-Франш-Конте;

- 2) франкомовний кантон на північному заході Швейцарії, найновіший кантон у складі країни;
- 3) гірський масив у Західній Європі, головним чином розташований уздовж кордону між Швейцарією та Францією;
- 4) село в Рибницькому районі в Молдові (Придністров'ї).

З наведених прикладів є очевидним, що позначення “jura” є загальноновживаним позначенням географічних топонімів і не може бути монополізованим як таке будь-якою зацікавленою особою. Спробу монополізувати лише літерне позначення “jura” слід розцінювати як зловживання особою правом, як це деталізовано в Окремій думці суддів Великої Палати Верховного Суду. Крім того, топоніми взагалі не можуть бути зареєстровані без набуття розрізняльної здатності (ст. 6 Закону «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»)

Це забезпечує єдність підходу: торговельна марка охороняється як цілісний знак, але не перетворює загальноновживані слова на приватну власність і не створює авторських прав на саме словесне позначення.

□ Компанія Вікторія – юридичні та бухгалтерські рішення для бізнесу в Україні та за кордоном.
□ victorija.ua

Музика в ресторанах, барах, закладах торгівлі та послуг

Музичний супровід Україна стоїть на порозі нового часу, виявляючи непереборне бажання увійти до європейської спільноти, разом з тим гостро постало питання дотримання прав

інтелектуальної власності, боротьби з «піратством» і т.п.

Але що ми знаємо про «піратство»? На перший погляд, це мало б стосуватись продажу немаркованих компакт-дисків. Так все вірно, але це лише маленька частина «піратства», видима неозброєним оком верхівка айсбергу. Набагато глобальнішою і багатостороннішою є проблема незаконного публічного використання об'єктів авторських та суміжних прав. Обтяжує дану проблему і той факт, що більшість суб'єктів підприємництва навіть не підозрюють що за музику, яка звучить в їх кафе, магазинах, ресторанах і т.п. **потрібно платити!** Адже кожен твір фактично теж є товаром, в матеріальному втіленні якого зосереджено результат творчої діяльності автора чи колективу авторів.

Зразу виникає інше питання, за яку музику потрібно платити?

За приватне використання чи в сімейному або дружньому колі платити не потрібно! А от за публічне виконання, демонстрацію, показ, наприклад, аудіо запису, відеозапису, платити доведеться.

Розглянемо все по порядку. Що таке публічний показ?

Публічний показ – це будь-яка демонстрація твору, виконання, фонограми, відеограни, передачі організації мовлення за згодою суб'єктів авторського права і (або) суміжних прав безпосередньо або на екрані за допомогою плівки, слайда, телевізійного кадру тощо (за винятком передачі в ефір чи по кабелях) або за допомогою інших пристроїв чи процесів. Публічний показ здійснюється у місцях, де присутні чи можуть бути присутніми особи, які не належать до кола сім'ї (чи близьких знайомих цієї родини). Такими місцями є бари, підприємства громадського харчування, ресторани, підприємства торгівлі, транспорту, клуби, кіноконцертні зали, танцювальні і концертні майданчики, парки, спортивні зали, салони (зали) ігрових автоматів, готелі, санаторії, будинки відпочинку тощо.

При цьому немає ніякого значення, яким технічним способом це забезпечується – з використанням наземного телебачення чи мережі Інтернет, магнітофона чи радіомовлення, супутникового мовлення тощо. Головне, що йдеться про додаткову послугу для публіки, яка перебуває у даному публічному місці.

Поширеною серед суб'єктів підприємницької діяльності є думка, що вони, на їх думку, не здійснюють комерційного використання музики, адже здійснюють діяльність в іншій сфері, від якої і отримують доходи – торгівля, громадське харчування тощо. Але згідно законодавства, дана думка є хибною і не відповідає дійсності. Для такого твердження є досить просте рішення: **не хочеш платити за музику, то припини її використовувати, вимкни магнітофон або припини виконання, у іншому випадку – плати!**

Кому і скільки платити?

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України № 71 від 18.03.2003 р. «Про затвердження розміру винагороди (роялті) за використання опублікованих з комерційною метою фонограм і відеограм та порядку її виплати» особи, які здійснюють комерційне використання фонограм і відеограм, самостійно перераховують суми винагороди визначеним МОН уповноваженим організаціям колективного управління майновими правами суб'єктів суміжних прав (далі – УОКУ), що створені суб'єктами суміжних прав і не є державними організаціями.

Ми уже з'ясували, що уповноваженими організаціями які здійснюють збір за публічне використання об'єктів авторських і суміжних прав є організації колективного управління майновими правами суб'єктів авторських і суміжних прав. Перед тим як здійснити виплату винагороди за публічне використання, повинно бути укладення договору з організацією колективного управління. Перед укладенням договору, важливо переконатись у компетенції такої організації.

Законодавством визначено, що за комерційне використання

зафіксованих у фонограмах і (або) відеограмах виконань, публічне виконання опублікованих з комерційною метою фонограм та їх примірників, публічна демонстрація опублікованих з комерційною метою відеограм та їх примірників становить 1 відсоток доходів, одержаних з того виду діяльності, у процесі якої здійснюється використання об'єктів суміжних прав, або 2,5 відсотка загальної суми витрат на зазначений вид об'єктів суміжних прав у разі відсутності таких доходів. Окрім нарахування винагороди, зазначені юридичні і фізичні особи зобов'язані надавати уповноваженим організаціям у письмовій формі в установлені договором терміни відомості, необхідні для збирання і розподілу винагороди, зокрема щодо найменування використаних фонограм і (або) відеограм та зафіксованих у них виконань, їх виробників та виконавців, тривалості кожного використання зазначених об'єктів суміжних прав, розміру одержаних доходів від діяльності, пов'язаної з використанням цих об'єктів, або суми витрат на здійснення їх використання тощо. Проте здебільшого повністю надати таку інформацію об'єктивно не можливо, а тому у договорі з УОКУ зазначається, яка інформація для звітності є достатньою.

Суб'єктам підприємницької діяльності потрібно укласти договори, а не надіятись на везіння в тому, що перевірки у них не буде. Такого роду договори з УОКУ є не тільки вимогою законодавства, а й гарантією від штрафних санкцій, адже набагато економніше оплатити розумну ціну кожного місяця, аніж періодично платити штрафи в розмірі від 10 до 200 неоподатковуваних мінімумів (ст. 51-2 Кодексу України «Про адміністративні правопорушення») з конфіскацією відео- та звукозаписуючої апаратури. До того ж, доведеться заплатити винагороду за використання об'єктів авторських та суміжних прав у повному розмірі, без будь-яких знижок.

Ще одним із важливих питань, є публічна трансляція сигналу FM-радіостанцій.

Адже немає матеріального носія, на якому здійснено фіксацію виконання, а в Законі України «Про авторське і суміжні права»

визначення терміну «фонограма» розуміється в більшій мірі як «матеріальний носій». Але детальніше визначення даного терміну закріплене міжнародною конвенцією про охорону інтересів виконавців, виробників фонограм і організацій мовлення (Римська конвенція), вчиненою 26 жовтня 1961 року, приєднання до якої України проголошується Законом України “Про приєднання України до Міжнародної конвенції про охорону інтересів виконавців, виробників фонограм і організацій мовлення” N 2730-III від 20.09.2001, у пункті (b) статті 3 дає так визначення фонограми – це будь-який виключно звуковий запис звучання виконання або інших звуків. Договір Всесвітньої організації інтелектуальної власності про виконання і фонограми, прийнятий Дипломатичною конференцією 20 грудня 1996 року до якого Україна приєдналась 20.09.2001р., що було зафіксовано у Законі України “Про приєднання України до Договору Всесвітньої організації інтелектуальної власності про виконання і фонограми” № 2732-III під фонограмою розуміє запис звуків виконання або інших звуків, або відтворення звуків, крім звуків у формі запису, включеного до кінематографічного або іншого аудіовізуального твору (стаття 2 (b)).

Враховуючи зазначене, нагадуємо власникам, керівникам, адміністраторам закладів громадського харчування, торгівлі, готельного бізнесу та розважальних закладів, де використовується музичний супровід – **про необхідність дотримання авторських прав.**

В Чернівецькій області Компанія «Вікторія» є повноважним представником Української Ліги Музичних Прав (організації колективного управління майновими авторськими та/або суміжними правами та представляє інтереси авторів, виконавців музичних творів). З питань щодо укладення договору на використання музичних творів та сплату роялті просимо звертатися за телефоном:

тел.: +3(095) 595 – 77 -77

ел.пошта: office@vg.ua

Адреса представника: м. Чернівці, вул. Героїв Майдану, буд. 31, оф. 10

Директор Департаменту супутніх продаж

Компанії «Вікторія»

Доліба Олена Романівна

Музичні твори для фонового звучання? Тільки на законних підставах

Не секрет, що ресторани, супермаркети, готелі, туристичні комплекси, розважальні заклади (диско клуби, караоке-бари, боулінгові клуби і т.д.) вже давно в своїй діяльності не обходяться без гарного музичного супроводу. Вдало підібраний букет композицій не тільки створює настрій для відвідувачів, але й говорить про смак власників таких закладів. Звучання тих чи інших музичних творів може підкреслити автентичність, унікальність ресторану чи готелю, клубу чи туристичного комплексу. Крім того, вдало підібраний музичний супровід стимулює потенційних покупців чи відвідувачів, створює незабутню атмосферу.

Однак, музичні твори є результатом праці авторів, виконавців та виробників фонограм, і ця праця, як і будь-яка інша, має бути належним чином винагороджена.

Відповідно до ст. 41 Конституції України, гл. 35-36 ЦК України, ст. ст. 15, 17, 39-40 Закону України «Про авторське право і суміжні права» використання творів шляхом їх публічного виконання може здійснюватися лише з обов'язковою сплатою суб'єктам авторських та/або суміжних прав за це використання відповідної винагороди (роялті), збір якої Законом покладено **на організації колективного управління майновими авторськими та/або суміжними правами**, які здійснюють свою діяльність відповідно до положень ст.ст.45-49 зазначеного Закону.

Звертаємо Вашу увагу на те, що відповідно до постанови КМ України № 71 від 18.01.2003 р., з підприємств та організацій торгівлі, кафе, барів, ресторанів, закладів громадського харчування тощо, які здійснюють комерційне використання опублікованих з комерційною метою фонограм, відеограм, їх примірників та зафіксованих у них виконань сплачується збір (роялті).

Які наслідки можуть бути за неправомірне використання музики?

За «несплачене» публічне виконання фонограм музичних творів ст. 51–2 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає санкції у вигляді штрафу від 10 до 200 неоподаткованих мінімумів. Відповідно до ст. 176 Кримінального кодексу України, за порушення авторських і суміжних прав передбачений штраф у розмірі 200–1000 неоподаткованих мінімумів (3400–17 000 грн.) або виправні роботи на строк до двох років. Якщо керівництво закладу використовує музику з комерційною метою і при цьому не сплачує роялті, його можуть притягнути як до адміністративної, так і до кримінальної відповідальності залежно від суми боргу закладу за публічне виконання.

Враховуючи зазначене, нагадуємо власникам, керівникам, адміністраторам закладів громадського харчування, торгівлі, готельного бізнесу та розважальних закладів, де

використовується музичний супровід – про необхідність дотримання авторських прав.

В Чернівецькій області Компанія «Вікторія» є повноважним представником **Української Ліги Музичних Прав** (організації колективного управління майновими авторськими та/або суміжними правами та представляє інтереси авторів, виконавців музичних творів). З питань щодо укладення договору на використання музичних творів та сплату роялті просимо звертатися за телефоном:

тел.: +3(095) 595 – 77 -77

ел.пошта: office@vg.ua

Адреса представника: м. Чернівці, вул. Героїв Майдану, буд. 31, оф. 10

Директор Департаменту супутніх продаж

Компанії «Вікторія»

Доліба Олена Романівна

Захист авторських та суміжних прав на музичні твори

З 23 червня 2014р. Компанія «Вікторія» є уповноваженою представляти ОП “Українська ліга музичних прав” в переговорах з користувачами з приводу укладення договорів про виплату винагороди /роялті/ за публічне виконання фонограм та їх примірників, а також зафіксованих у них виконань.

Повноваження розповсюджуються на територію Чернівецької області.

Окремо наголосимо, що згідно Закону України “Про авторське право та суміжні права” публічне відтворення фонограм, відеограм, зафіксованих у них музичних творів, виконання музики наживо дозволяється за умови укладення договору про виплату авторської винагороди (роялті) між користувачем і автором, його представником, або організацією колективного управління.

Організації торгівлі та послуг (зокрема – кафе, ресторани, клуби, дискотеки тощо), як правило, є суб’єктами комерційного використання.

В свою чергу такі суб’єкти зобов’язані до початку здійснення комерційного використання фонограм укласти з організацією колективного управління, яка визначена в установленому порядку Державною службою інтелектуальної власності, договір про виплату винагороди (роялті) за пряме або опосередковане комерційне використання фонограм.

Враховуючи зазначене, власникам кафе, ресторанів, барів, дискотек, клубів та інших розважальних закладів слід завчасно потурбуватись про законність виконання фонограм (музичних творів, композицій) у їхніх закладах, навіть якщо йдеться про фонове звучання.

Контактна інформація представника організації колективного управління в Чернівецькій області:

Офіс №4, м. Чернівці

Департамент юридичних та корпоративних послуг

м. Чернівці, вул. Небесної Сотні, 19В (4-й, адміністративний поверх ринку “Формаркет”)

МТС тел.: +38(066) 373 80 15

КС тел.: +38(097) 949 21 24

Укртелеком: +38 (037 2)90 15 69

поштова адреса: 58001, м. Чернівці, а/с 522

e-mail: office@vg.ua