

Prawo autorskie do grafiki i kształtu opakowań produktów

10.11.2010

Jak wiadomo, o rynkowym sukcesie produktu decyduje wiele czynników, w tym o charakterze marketingowym. Jednym z ważniejszych, jest przyciągnięcie uwagi nabywcy jego wyglądem zewnętrznym.

W tym celu opracowuje się m.in. charakterystyczny kształt opakowania i jego przyciągającą uwagę grafikę. Pełni ono przy tym szereg funkcji rynkowych, od promocyjnych począwszy na informacyjnych skończywszy. Ze względu na to oraz na ogromną ilość podobnych i jednorodzących produktów, które jakoś trzeba od siebie odróżnić, opracowanie oryginalnego wyglądu opakowania nie jest obecnie procesem łatwym i niedrogim.



Obserwując rynek z tego punktu widzenia można zauważyć, że w odniesieniu do niektórych towarów uwagę nabywców przyciąga przede wszystkim właśnie opakowanie, rozumiane bądź jako wygląd towaru (typu buteleczki perfum, szamponów, kształt i kolorystyka klawiatury komputera czy komórki) bądź opakowanie zewnętrzne, jak np. kartonik lekarstwa, pudełko zawierające kosmetyk, torba, w którą pakuje się zakupiony towar itp.

Odpowiednie prace projektowe powierza się zwykle fachowcom, co implikuje niekiedy wysokie koszty. Jeśli założony cel marketingowy zostanie osiągnięty, odpowiednio zaprojektowane opakowanie wyróżni konkretny produkt w świadomości klientów, stwarzając wrażenie unikalności, wyjątkowości nawet tam, gdzie właściwie na takie różnice nie ma miejsca. Niekiedy wystarczy zmienić układ kolorów, czy zastosować „chwytliwy” motyw, aby zwrócić uwagę na niedostrzeganą dotąd ofertę rynkową.

Można zatem bez popełnienia błędu stwierdzić, że to przede wszystkim opakowanie, szczególnie w odniesieniu do towarów jednorodzących, dla których ma ono promocyjne znaczenie (np. kosmetyki, produkty z grupy AGD), wpływa bezpośrednio na wybory dokonywane przez klienta. Szczególnie w odniesieniu do „nagłych”, nieprzemyślanych wyborów zasadnie można przyjąć, że to wygląd zewnętrzny towaru zadecydował o zakupie.

Powyższe uwagi wstępne, zapewne poruszające kwestie znane czytelnikowi, stanowiły jednak konieczny wstęp do dalszych uwag prawnych, w zamierzeniu mających podkreślić wagę zapewnienia sobie odpowiednich praw właśnie do opakowań. W tym tekście mowa będzie o jednym z prawnych sposobów zapewnienia bezpieczeństwa w tym zakresie, tj. o nabyciu praw autorskich do odpowiednich projektów. W dużej liczbie przypadków projekty opracowane w tym zakresie stanowią będą utwory, zaś przepisy je chroniące są tak restryktywne, że w szeregu przypadkach nie zdajemy sobie sprawy z tego,

„czy wiesz, że ...
wzrost znaczenia wyglądu
opakowań sprawił, że
określa się je mianem
„niemych sprzedawców”,

że wkraczamy w obszar chroniony właśnie przepisami ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

to one bowiem,
szczególnie w sklepach
samoobsługowych,
zamiast sprzedawców
reklamują produkt.

Poniższe uwagi obejmować będą nie tylko utwory ucieleśnione w opakowaniach, w wyglądzie zewnętrznym produktów, lecz także np. znaki towarowe czy logo przedsiębiorcy.

ochrona praw autorskich

Ich celem jest zwrócić uwagę na niezwykle istotny dla praktyki rynkowej problem związany z prawnoautorską ochroną utworów. Wydawałoby się, że tematyka ta związana jest raczej z aktywnością w zakresie szeroko rozumianej kultury i sztuki, jednak ze względu na szeroką możliwość stosowania odpowiednich przepisów także w odniesieniu do opracowań twórczych o znaczeniu gospodarczym, znajomość odpowiednich rozwiązań pozwoli na uniknięcie szeregu trudności, przekładających się niekiedy na długotrwałe i kosztowne procesy sądowe.

Zanim przejdę do konkretnych uwag dotyczących głównej tematyki artykułu, niezbędne jest przybliżenie odpowiednich rozwiązań prawnych. I tak, ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 4 lutego 1994 r. (wielokrotnie następnie nowelizowana) przedmiotem ochrony uczyniła „utwór”, za który zgodnie z art.1 ust.1 uznaje się każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia. Jedną z trudniejszych kwestii na gruncie cyt. postanowienia, jest ustalenie czy w konkretnym przypadku mamy do czynienia z „przejawem działalności twórczej o indywidualnym charakterze”. Zwrot ten stał się przedmiotem licznych komentarzy, których teoretyczny walor nie ułatwia praktycznych ocen. A zagadnienie jest istotne, gdyż za przyporządkowaniem konkretnego opracowania do grupy utworów, idą określone konsekwencje prawne, niekiedy dla przedsiębiorców zaskakujące.

Przede wszystkim podkreślić należy, że utworem podlegającym ochronie może być „wszystko”: od kształtu obrabiarki po etui na okulary. Mając zaś na uwadze niezwykle liberalne podejście sądów do przyznania także takim rozwiązaniom relewantnej z punktu widzenia ustawy cechy twórczości i oryginalności, z góry można założyć, że w przypadkach wątpliwych sądy raczej będą skłonne dostrzec te przymioty w opracowaniu, aniżeli odmówić im tych cech.

Przybliżając definicję utworu, ujętą w art.1 ust.1 ustawy wskazać należy, że cecha „twórczości” jest przybliżana przez równie niejasne pojęcia w postaci „indywidualności”. W ten sposób próbuje się przeciwstawić chronione ustawą rezultaty aktywności intelektualnej człowieka o cechach utworu od wyników jego pracy, wymagających jedynie pewnej sprawności i umiejętności, dostępnych dla przedstawicieli danego zawodu (tzw. wiedza rzemieślnicza). Mówiąc jaśniej, utwory cechuje przymiot statystycznej jednorodności co oznacza, że ich opracowanie wymaga nie tylko pewnego zasobu wiedzy i umiejętności lecz także pewnego poziomu indywidualnego spojrzenia. Nie wyklucza to możliwości powstania równoległych, praktycznie tożsamyh opracowań, co może mieć miejsce w szczególności w zakresie projektów przemysłowych, dyktowanych trendami mody.

co jest objęte prawem autorskim?

Na tle omawianego rozwiązania ustawowego pojawia się także pytanie dotyczące intensywności przyznanej tu ochrony, czy mianowicie każdy wytwór intelektu, nawet o nikłym stopniu indywidualności, jest nią objęty. Ma to szczególne znaczenie w odniesieniu do tzw utworów granicznych, wykazujących minimalne przymioty właściwe utworom. Uznanie ich za takowe jest w dużej mierze zależne od własnych ocen sędziowskich, które niekiedy są zupełnie przypadkowe, aby nie powiedzieć – nieprzewidywalne. Chodzi przykładowo o takie opracowania, jak książki telefoniczne, instrukcje obsługi, rozkłady jazdy, prospekty czy slogany reklamowe i inne. Zresztą wątpliwości te dotyczą także opracowań z zakresu sztuki współczesnej, a zwłaszcza tzw sztuki konceptualnej, w rodzaju ustawionego w galerii wystawowej „zwykłego” krzesła, czy suszarki na butelki (M.Duchamp).

Zgodnie z art. 8 ustawy, autorskie prawa majątkowe z reguły powstają na rzecz twórcy. Z reguły, gdyż w przypadku określonym w art.12 przynależą one do pracodawcy. Ma to miejsce wówczas, gdy pracownik stworzył utwór w wyniku wykonywania obowiązków ze stosunku pracy. Umowa pomiędzy zainteresowanymi może to uprawnienie pracodawcy zmienić. Jeśli tego nie uczyniono wyłącznie w warunkach wskazanym powyższym przepisem przedsiębiorca może swobodnie dysponować utworem (np. wyglądem czy kształtem opakowania), bez konieczności uzyskania szczególnego, zawartego w odpowiednim kontrakcie zezwolenia.

Zwykle producent nie ma własnej pracowni projektowej, korzystając z usług zewnętrznych. I tu pojawiać się mogą

kłopoty prawne, ponieważ system umowny, uregulowany w ustawie jest dość skomplikowany i nieco różniący się od „klasycznych” zasad cywilnoprawnych. Przede wszystkim pamiętać należy, że zamawiając odpowiednie opracowanie możemy otrzymać propozycję zawarcia bądź umowy licencyjnej bądź umowy o przeniesienie autorskich praw majątkowych – art.41 ust.2 ustawy. Różnią się one przede wszystkim tym, iż pierwsza z nich pozostawia prawa do będącego jej przedmiotem utworu po stronie licencjodawcy, skutkiem drugiej jest ich przejście na nabywcę. Zwykle mamy wybór formy umowy, przy czym trzeba pamiętać, że jego dokonanie ma dalsze skutki w zakresie przede wszystkim zasad eksploatacji utworu.

poła eksploatacji

Koniecznym elementem obu rodzajów umów, jest wskazanie w ich treści tzw. pól eksploatacji. Jest to szczególna kategoria prawna, wywodząca się stąd, iż utwór (książka, projekt znaku towarowego, artykuł itd.) może być równocześnie eksploatowane w różny sposób i przez różne osoby. Tak np. książkę może kto inny drukować, kto inny wprowadzić do obrotu, a jeszcze inna osoba dokonać jej tłumaczenia czy przeróbki na scenariusz filmowy czy teatralny. Z kolei sztuka może zostać sfilmowana, zrealizowana w teatrze „zwykłym” czy radiowym lub telewizyjnym itd. Z tego względu ustawodawca w art.50 ustawy przykładowo wskazał najczęściej wykorzystywane w obrocie pola, na których utwór może być eksploatowany. Pamiętać należy, że w umowie dla uniknięcia wątpliwości, zwykle rozstrzyganych następnie w długotrwałych postępowaniach sądowych, należy wyraźnie wskazać te pola eksploatacji, które mają znaczenie dla zamawiającego dzieło.

wynagradzanie

Kolejnym, istotnym postanowieniem, jest ustalenie zasad wynagrodzenia. Wydawałoby się, że nie jest to zabieg zbyt skomplikowany, jednakże ze względu na specyfikę ustawy także i takie ustalenia powinny być konstruowane ze szczególną uwagą. Przede wszystkim pamiętać należy o tym, że zamawiający określone opracowanie stara się zapewnić sobie możliwie jak największy zakres uprawnień, ustalając szeroki krąg pól eksploatacji. W takim jednak przypadku wysokość wynagrodzenia, jeśli nie będzie odpowiedniego postanowienia, dotyczy każdego z ujętych umową pól, a więc się multiplikuje. Aby uniknąć takiej pułapki należy wyraźnie postanowić, że ustalone wynagrodzenie obejmuje wszystkie pola eksploatacji (art.45 ustawy).

I wreszcie wspomnieć należy o kolejnej pułapce, jaka znajduje się w ustawie. Otóż w szczególności dla uczestników obrotu jest oczywiste, że zakupione bądź licencjonowane dzieło ma być przydatne dla nabywcy. Wymaga to niekiedy dokonywania w nim zmian. Tak np. w zaprojektowanej ulotce reklamowej chcemy dodać zdjęcie, czy zmienić lub uzupełnić tekst.; w logo firmy uzupełniamy kolory czy kształt grafiki itd. Takie zmiany są dozwolone jedynie w sytuacji, gdy w umowie znajduje się odpowiednie postanowienie, dotyczące wykonywania zależnego prawa autorskiego – art.46 ustawy.

Jak widzimy, korzystanie z utworu zamówionego dla potrzeb przedsiębiorcy może być niebezpieczne, jeśli nie zna się specyficznej regulacji, jaką są przepisy ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Z tego względu przestrzec należy przed sięganiem po tzw wzory umów, gdyż nie zawierają one specyficznych dla tego prawa postanowień.

” czy wiesz, że ...

zamawiając odpowiednie opracowanie możemy otrzymać propozycję zawarcia umowy licencyjnej lub umowy o przeniesienie autorskich praw majątkowych.

Różnią się one przede wszystkim tym, iż pierwsza z nich pozostawia prawa do będącego jej przedmiotem utworu po stronie licencjodawcy, skutkiem drugiej jest ich przejście na nabywcę.

autor tekstu: Prof. dr hab. Ewa Nowińska
Instytut Prawa Własności Intelktualnej UJ