

Krzysztof Czyżewski

MODELE WSPÓŁPRACY Z NADAWCAMI I PLATFORMAMI

Umowy prawnoautorskie

Konsultacja merytoryczna: Alicja Grawon-Jaksik



współpraca:

Czyżewscy | kancelaria adwokacka

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**

Słowo wstępne

Szanowni Państwo,

kierujemy na Państwa ręce kolejną publikację z serii praktycznych poradników branżowych pt. „Modele współpracy z nadawcami i platformami. Umowy prawnoautorskie”.

Jest ona skrótowym, w pewnym również sensie uproszczonym, wyjaśnieniem podstawowych nowych modeli umów, które pojawiają się w związku ze zmianą pejzażu rynku audiowizualnego i zaistnieniem na nim grupy globalnych graczy - serwisów VOD, występujących jako podmioty zamawiające produkcje filmowe i serialowe. Uważamy, że warto przybliżyć polskim producentom ogólne pojęcia i elementy konstrukcyjne umów zawieranych z nową kategorią kontrahentów, gdyż wywodzą się one często z praktyki funkcjonowania zamawiających w innych kulturach prawnych, a przede wszystkim ze standardów umów anglosaskich i amerykańskich.

Mamy nadzieję, że ta pierwsza próba przedstawienia zarówno modeli współpracy jak i elementów umów, bazujących na obrocie prawami autorskimi, pozwoli zorientować się niezależnym producentom w podstawowych pojęciach i polach negocjacji, jakie mogą podjąć zawierając kontrakty, przedmiotem których jest realizacja produkcji na rzecz nadawców i serwisów VOD - od pomysłu aż do dostarczenia gotowego produktu.

Publikację tę przygotowaliśmy pamiętając o roli niezależnych producentów, będącej fundamentem procesu powstawania produkcji audiowizualnych. Lepsza znajomość warunków umownych dotyczących finansowania, eksploatacji, zakresu licencji każdego z projektów realizowanych dla nowych zamawiających, przełoży się na ukształtowanie relacji na rynku audiowizualnym w sposób satysfakcjonujący dla wszystkich stron transakcji. W obecności nowych podmiotów widzimy szanse rozwoju polskiego rynku audiowizualnego, a wiedza o funkcjonowaniu globalnego rynku w wymiarze kontraktowym zapewni budowanie nowych więzi w sposób profesjonalny i przyjazny.

Życzymy dobrej lektury,

Maciej Dydo

Dyrektor Krajowej Izby Producentów Audiowizualnych

DOTYCHCZASOWE MODELE	2
Koprodukcja	2
Produkcja wykonawcza	2
NOWE MODELE	3
Koprodukcja (również seriali)	3
Development przechodzący płynnie w produkcję	3
Development z pierwszeństwem produkcji	4
Development z prawem odkupu	4
Superlicencja	5
WYMOGI NADAWCÓW I PLATFORM DOTYCZĄCE UMÓW Z TWÓRCAMI I AKTORAMI	6
Przedmiot umowy	6
Kontrola	7
Dyspozycyjność	7
Opcja	7
Marketing	7
Credits	7
Prawa	8
Moralność	8
Poufność	8
AUTORSKIE PRAWA MAJĄTKOWE VS OSOBISTE	9
UMOWA O PRZENIESIENIE PRAW VS UMOWA LICENCYJNA	9
UMOWY LICENCYJNE	10
WYBRANE POJĘCIA PRAWA AUTORSKIEGO W JĘZYKU ANGIELSKIM + POLSKIE WYJAŚNIENIA	11

DOTYCHCZASOWE MODELE

Jeszcze kilka lat temu na polskim rynku filmowym funkcjonowały wyłącznie dwa schematy, w ramach których niezależny producent prowadził produkcję filmów i seriali telewizyjnych.

Koprodukcja

Pierwszy z nich przewidywał współpracę producenta z innymi podmiotami początkowo na potrzeby developmentu, a potem - gdy projekt dojrzał do skierowania go do produkcji - produkcji i eksploatacji. W tym modelu podmioty zachowywały w toku prac współwłasność praw do projektu i jego podstawy literackiej, a potem jako koproduttori, do utworu audiowizualnego. Przejście od etapu developmentu do etapu produkcji nie było automatyczne, ale wymagało wynegocjowania i zawarcia osobnej umowy koprodukcji między tymi podmiotami.

Produkcja wykonawcza

W ramach drugiego schematu, pomysłodawca projektu starał się zainteresować nim podmiot zewnętrzny. Jeśli to się udało, taki producent pod okiem nadawcy i za pieniądze tego ostatniego, rozwijał projekt. Wszelkie prawa do projektu, już na etapie developmentu, przejmował nadawca i to on decydował nie tylko o tym, czy utwór zostanie wyprodukowany, a potem eksploatowany, ale też jaki nabierze kształt. Nie było tu mechanizmu automatycznego przejścia z developmentu do produkcji. Istniało zagrożenie, że utwór, jeśli nie spełni wymagań zamawiającego, trafi do „zamrażarki”, a jego pomysłodawca nie będzie mógł go sam lub w ramach innej struktury realizować.

Tradycyjnie pierwszy model współpracy stosowany był częściej przy produkcji filmów (przeznaczonych w pierwszej kolejności do wykorzystywania w kinach), drugi natomiast do produkcji seriali telewizyjnych.

NOWE MODELE

Na skutek wzrostu popularności platform internetowych, popytu na treści zamawiane oraz oferowane przez platformy, a potem ze względu na pandemię i zamknięcie kin, tradycyjne i dotychczasowe schematy modeli biznesowych, tworzenia utworów audiowizualnych, uległy znacznym modyfikacjom strukturalnym. Pojawiły się także nowe formuły nie tylko produkcji, ale i komercjalizacji treści audiowizualnych.

Koprodukcja (również seriali)

Z czasem, coraz prężniej działający producenci niezależni, dysponujący już własnymi środkami finansowymi, albo potrafiący takie środki zabezpieczyć, byli w stanie przekonać nadawców do formuły koprodukcyjnej. W ten sposób zyskali większy wpływ na kształt produkcji, ale i na rodzaj, zakres i formy eksploatacji oraz promocji swojej twórczości. Sprzyjał temu rozwój różnych form komercjalizacji filmów i seriali, gdzie producent, jak i nadawca, mogli znaleźć odrębne pola, na których mogli działać. W wielu przypadkach również nadawcy przyklasnęli takiemu obrotowi spraw. Zmniejszyli swoje ryzyko i poziom inwestycji, zachowując prawa w zakresie, który ich najbardziej interesował.

Proces koprodukcji, w tym seriali, stał się popularniejszy, również ze względu na otwarcie się dla tej formy współpracy nowych możliwości finansowania, w postaci zachęt czyli wsparcia dla produkcji audiowizualnych, w ramach tzw. systemu *cash rebate* w Polskim Instytucie Sztuki Filmowej.

Development przechodzący płynnie w produkcję

Wzrost zapotrzebowania na nowy, kreatywny, wysokiej jakości content, ale i oczekiwane przez nadawców lub platformy tempo w jakim filmy i serie mają powstawać, skłoniło wiele podmiotów do połączenia umownego procesu developmentu i produkcji.

Nadawcy i platformy, w wielu przypadkach, gotowi są podjąć decyzję kierunkową już na wstępnym etapie prac nad projektem. Jeśli dany utwór zapowiada się dobrze, nie chcą oni czekać, ani ryzykować tym, że pomysłodawca odejdzie z ciekawym projektem do konkurencji. Skoro i tak nadawca lub platforma zachowuje decydujący głos w temacie budżetu i założeń kreatywnych filmu lub serialu, wierzą, że są w stanie tak pokierować pracami by projekt nadawał się do produkcji. Nie ma czasu na późniejsze zastanawianie się i negocjowanie umowy koprodukcji. W wielu przypadkach panuje przekonanie, że zlecenie produkcji osobie trzeciej, a nie pomysłodawcy i podmiotowi, który rozwijał projekt pod okiem zamawiającego, byłoby stratą czasu i generowało niepotrzebne, dodatkowe koszty.

Taka forma współpracy niesie jednak ze sobą pewne zagrożenia. Skoro nie ma sformalizowanego, wymagającego obopólnej zgody, przejścia pomiędzy developmentem a produkcją, a wszystkie decyzje finansowe i kreatywne podejmuje zamawiający, może okazać się, że producent-pomysłodawca zostanie zobowiązany do wyprodukowania filmu lub serialu, w którym planowany budżet lub harmonogram nie odpowiada przyjętym na koniec założeniom kreatywnym. Warto, w tym modelu, wynegocjować formułę wyjścia z projektu, kiedy okaże się, że jego dostarczenie będzie przy danych założeniach produkcji trudne lub niemożliwe. Taka formuła może mieć charakter krótkich zapisów umowy developmentowej, w postaci warunkowej, z określeniem trybu wyjścia

producenta ze współpracy. Pomocne może być także podpisanie *deal memo* (porozumienia), w którym sam zlecający wyrazi intencję powierzenia prac produkcyjnych pomysłodawcy lub temu podmiotowi, który dany projekt platformie zaproponował, ponieważ nie ma on, z założenia, obowiązku kontynuacji.

Najczęściej pojawia się to w formie pierwszeństwa, przy czym osobną rzeczą jest pierwszeństwo przy kontynuacji, osobną na inne utwory zależne (tzw. *derivative works*). Takie pierwszeństwo, ma najczęściej bardzo napięte ramy czasowe, na przykład może to być zapis o pojawieniu się 2 sezonu w ściśle określonym czasie od daty premiery 1 sezonu. Ma to znaczenie zwłaszcza przy projektach z długim developmentem.

W takich sytuacjach trzeba pamiętać, że siłą producenta jest zawsze własność praw do tzw. IP (*intellectual property*), czyli scenariusza, treatmentu, podstawy literackiej danego projektu tudzież bezpośrednia relacja prawna (umowa) z głównymi twórcami, członkami zespołu kreatywnego.

Development z pierwszeństwem produkcji

Nawet jeśli nadawca lub platforma nie są gotowi „w ciemno” zlecić produkcji, która jest na wstępnym etapie rozwoju, często godzą się udzielić pomysłodawcy prawa pierwszeństwa takiej produkcji, jeśli okaże się, że jest ona gotowa i zdalna do wejścia w ten etap. Producent-pomysłodawca, uzyskując zapewnienie, że to on będzie produkował (i zarabiał w formie honorarium i narzutu dla firmy: *markup*, prowizja, itp.), zazwyczaj chętnie powierzy swój pomysł takiemu nadawcy lub platformie i bardziej zaangażuje się w development projektu.

Oczywiście warto pamiętać, że takie prawo pierwszeństwa, nie jest co do zasady udzielane bezwarunkowo (np. jeśli 1 sezon zostanie zrealizowany

z naruszeniem założeń, to zlecający nie powierzy kontynuacji prac nad 2 sezonem). Nie tylko bowiem nadawca lub platforma muszą uznać, że projekt dojrzał do realizacji, ale także nie może dojść do żadnych naruszeń w toku procesu developmentu przez producenta rozwijającego projekt, któremu ma zostać przypisana rola producenta wykonawczego. Zawsze warto też wczytać się w formułę pierwszeństwa, by poznać, ewentualnie wynegocjować, warunki na jakich ono będzie działać.

Development z prawem odkupu

Coraz częściej, choć może jeszcze niezupełnie powszechnie, platformy lub nadawcy godzą się na to, by w pewnych okolicznościach producent-pomysłodawca mógł odzyskać prawa do projektu, który przyprowadził. Każdy zamawiający stosuje jednak inne warunki takiego odzyskania lub odkupu praw, biorąc pod uwagę różne czynniki dotyczące konkretnego projektu.

Podstawowym warunkiem zawsze będzie jednak, wyrażony przez zamawiającego wprost, brak zainteresowania produkcją projektu (po developmentie). Część zamawiających posiada zapisy zwrotu praw już w swoich wzorach umownych i samą ideę odkupu traktuje normalnie, w innych przypadkach producent musi się o taki mechanizm upomnieć i go przenegocjować, więc koniecznie warto o tym pamiętać. Odzyskaniu mogą podlegać prawa do materiału przekazanego na potrzeby rozwoju (na wejściu) i /lub do elementów podstawy literackiej wytworzonej w okresie developmentu. Inna wtedy będzie zapewne kwota wykupu, którą warto ustalić i sprecyzować wpisując taką możliwość do umowy developmentowej, albo sam mechanizm wyliczania tej kwoty.

Superlicencja

Licencja zawsze stanowiła naturalną formę zarabkowania na utworach audiowizualnych. Była udzielana dystrybutorom lub podmiotom bezpośrednio (końcowo) korzystającym z filmu lub serialu. Początkowo licencje były przyznawane na gotowy i znany już licencjobiorcy produkt, a opłata licencyjna wpadała do kieszeni producenta, który mógł licencję wydać dowolnie po okresie realizacji projektu, a więc stanowiła przychód z eksploatacji.

Z czasem wprowadzono licencję w formie *pre-sale*. W tym przypadku licencjobiorca interesuje się projektem zanim on powstanie. Ze względu na to, że pozyskanie praw dotyczy przyszłego dzieła, licencjobiorca może uprzedzić konkurencję pozyskując atrakcyjny produkt, ale i zapewniając sobie wpływ na niektóre parametry dzieła. W końcu płacąc wcześniej, może często wynegocjować lepsze warunki licencji, w tym w kwestii zasadniczych elementów powstawania dzieła. Wbrew pozorom, *pre-sale* rzadko oznacza, że producent (licencjodawca) otrzymuje całą kwotę opłaty licencyjnej od razu. Częściej opłata ta jest przekazywana w ratach ściśle związanych z realizacją określonych etapów produkcji. No i nie można zapominać o tym, że tak uzyskane fundusze nie wpadają zwykle do kieszeni producenta, ale są przeznaczane na cele produkcji, by zasypać nimi dziurę budżetową i dopiąć finansowanie (standardem jest ujmowanie *pre-sale* w strukturze finansowania projektów).

Obok tych klasycznych licencji zaczęły pojawiać się również inne, które spokojnie można by nazwać superlicencjami. Niektórzy nadawcy i platformy gotowi są pozyskać pełnię lub niemal pełnię praw do nowopowstających utworów, niekoniecznie w formie przeniesienia praw i w formule produkcji wykonawczej realizowanej na ich rzecz, ale w formie licencji.

Oferując pokrycie znacznych lub nawet całościowych kosztów produkcji utworu audiowizualnego, już na etapie rozwoju projektu, zapewniają sobie znaczną kontrolę nad projektem - tak na płaszczyźnie kreacji, jak i późniejszej eksploatacji i promocji. Takie licencje, w zakresie relacji licencjodawca i licencjobiorca, bardziej przypominają relacje zamawiający - producent wykonawczy, ale formalnie to licencjodawca pozostaje producentem filmu lub serialu. Jeśli ma silne karty w ręku w trakcie negocjacji, być może jest w stanie przekonać zamawiającego-licencjobiorcę do pozostawienia mu pewnych kanałów dystrybucji do samodzielnego zarządzania, a co za tym idzie i czerpania z nich zysku. Po pewnym okresie może mieć to formę wyłączności na wybranych polach eksploatacji, nie będących oczywiście podstawowym polem działania samej zamawiającej platformy.

Bieżące modele współpracy z zamawiającymi, których jest teraz znacznie więcej niż jeszcze 2-3 lata temu, obrazują obecność tylko kilku globalnych graczy na polskim rynku. Trzeba koniecznie pamiętać, że w nadchodzących miesiącach pojawią się nowi (oficjalne komunikaty medialne) i potem kolejni, być może z rynków, z którymi do tej pory Europa nie współpracowała bardzo aktywnie. To oznacza, że nie mamy gwarancji, że istniejące i stosowane obecnie modele współpracy biznesowej, specyficzne czy charakterystyczne dla europejskiego porządku prawnego i stosunków rynkowych między zawodami filmowymi i podmiotami, będą powtarzane przez kolejnych zamawiających. Nawet te obecne na polskim rynku platformy i nadawcy już dynamicznie zmieniają formuły działania.



WYMOGI NADAWCÓW I PLATFORM DOTYCZĄCE UMÓW Z TWÓRCAMI I AKTORAMI

Współpraca producenta z platformą lub nadawcą w zależności od obranej formuły wiązać się będzie z koniecznością uwzględnienia przez producenta określonych wymogów dotyczących formuły i treści zawieranych umów z członkami ekipy filmowej, twórcami i aktorami. Każda z platform lub nadawców ma swoje wymagania w tym zakresie.

Mogą one być realizowane zasadniczo w trzech wariantach:

- A. producent jest zobowiązany do osiągnięcia określonego umową produkcji rezultatu, ale środki, formuły, wzorce umowne jakie mogą do tego doprowadzić, zależą od producenta. Platforma lub nadawca nie przekazuje producentowi własnych wzorców i nie kontroluje procesu tworzenia, negocjowania umów. Minimum w tym zakresie wynika z umowy zawartej przez producenta z nadawcą lub platformą.
- B. platforma lub nadawca przekazuje producentowi minimalne wymagania, a co do kluczowych współtwórców filmu lub serialu, również wzorce umowne, którymi producent ma się posługiwać.
- C. platforma lub nadawca, nie tylko przedstawia wymagania i wzorce umowne, ale i aktywnie uczestniczy w negocjowaniu umów (w pewnym zakresie).

Należy jednak pamiętać, że w każdym modelu, to producent-pomysłodawca pozostaje odpowiedzialny za zapewnienie wszelkich praw do powstającego projektu i jego elementów składowych, to on na koniec dnia będzie odpowiedzialny za dostarczenie produktu,

zgodnego z przyjętą specyfikacją, bez wad fizycznych i prawnych.

Umowy z poszczególnymi twórcami, członkami ekipy lub aktorami opierają się na innym schemacie, każda z nich zawiera odmienne zobowiązania i rozwiązania. Niemniej jednak wiele postanowień natury ogólnej jest powtórzone. Należy pamiętać, że wszelkiego rodzaju umowy tworzą całościowy zestaw i odstępstwo poczynione choćby w jednej z nich (np. zgoda na zawężenie praw pozyskiwanych od jednego z wielu współtwórców filmu) może mieć negatywny wpływ na cały proces produkcji i jego wytwór, a także zasady korzystania z niego.

Oprócz tradycyjnych elementów, które powinny być ujęte w każdej z umów (odsyłamy do publikacji „O czym warto pamiętać? Istotne elementy umów” wyd. KIPA 2015), dostrzegamy potrzebę uregulowania pewnych kwestii, na które platformy i nadawcy zwracają coraz większą uwagę.

Przedmiot umowy

Wyraźne i szczegółowe opisanie charakteru, rodzaju, typu zadań (usług lub dzieła), jakie wykonawca jest zobowiązany wykonywać. Często obok typowego „dzieła” przypisywanego danemu twórcy, w umowach należy określić, jakie obowiązki akcesoryjne (dodatkowe) dany wykonawca ma zrealizować.

Należy zwrócić też uwagę na to, czy dany wykonawca tworzy swoje dzieło po dniu podpisania umowy, czy jednak rozpoczął je tworzyć przed formalnym podpisaniem. Dodatkowo, jeśli wykonawca pracuje i rozwija jakiś inny, pierwotnie istniejący utwór, to również to powinno być w umowie oznaczone. W końcu jeśli twórca z producentem łączy lub łączyła wcześniej jakąś umowę, nowo podpisywana umowa powinna do tego w przejrzysty sposób się odnosić.

Kontrola

Platformy i nadawcy często domagają się, by umowy z wykonawcami jasno i precyzyjnie wskazywały możliwość i zakres zgłaszania oraz wprowadzania zmian do wykonywanego działu lub świadczonych usług, na różnych etapach produkcji.

Co więcej każda z umów powinna przewidywać i określać zasady wspólnego wykonywania danych zadań przez wykonawcę z innymi, wskazanymi przez producenta osobami, wymianę, zastąpienie wykonawcy, zasady pracy w zespole twórczym, jak i możliwość rozwoju, opracowań efektów pracy wykonawcy przez producenta lub wskazane przez niego osoby.

Dyspozycyjność

W wielu przypadkach konieczne będzie określenie zakresu dyspozycyjności wykonawcy na potrzeby prac przy danym projekcie. Dyspozycyjność ta może polegać na zachowaniu pełnej wyłączności albo obowiązku udzielenia pierwszeństwa projektowi, w końcu - na prawie do świadczenia pracy na zasadzie niewyłącznej.

Platformy i nadawcy często będą nalegać na to, by producent miał określoną swobodę w modyfikacji harmonogramu prac, szczególnie gdy zmiany te wynikają z okoliczności niezależnych od producenta (w tym wywołanych ograniczeniami wynikającymi z pandemii).

Opcja

W niektórych projektach, szczególnie tych zapowiadających się jako seria lub możliwych do kontynuacji w innej formule, może się okazać niezbędne, by danego twórcę lub wykonawcę związać z projektem na dłużej, np. na 2 lub 3 sezony. Wtedy też, umowa powinna zawierać zapisy określające warunki na jakich

producent może wykonać prawo opcji, na pozyskanie usług, twórczości wykonawcy przy kolejnym projekcie, w tym wynagrodzenia (widełki), okresu zajętości, charakteru roli (jeśli np. diametralnie będzie różnić się od pierwowzoru).

Z drugiej strony, warto ustalić, iż dana platforma czy nadawca dopuszcza możliwość udzielenia danemu twórcy lub wykonawcy prawa pierwszeństwa w zaangażowaniu ich do kontynuacji projektu.

Marketing

Coraz częściej, angażując danego twórcę lub wykonawcę, producenci zwracają uwagę na ich wizerunek, postrzeganie wśród fanów, bazę fanów, komunikację z światem za pomocą mediów, w tym mediów społecznościowych.

Istotnym postanowieniem umownym pozostaje obecnie minimalne zobowiązanie marketingowe nakładane przez nadawcę czy platformę na twórcę, ale i sama gotowość oraz zaangażowanie twórcy w tym obszarze.

Również zapisy dotyczące prawa do korzystania z wizerunku, głosu i nazwiska twórców oraz wykonawców są bardzo ważne.

Credits

Oznaczenie autorstwa jest prawem niezbywalnym danego twórcy, aczkolwiek szczegóły tego oznaczenia wynikają z wielu czynników, w tym przyjętych praktyk, zwyczajów, czy zakresu finalnego wykorzystania danego wkładu twórczego lub wykonawczego.

O ile jest oczywiste, że wykorzystany wkład twórczy powinien i będzie w filmie lub serialu oznaczony, to platformy i nadawcy chcą mieć prawo decydowania o szczegółach tych oznaczeń. Co do zasady zatem,

wymagają one, by producent nie składał tu wobec twórcy konkretnych gwarancji i zobowiązań.

Prawa

Każda z platform i nadawców opracowuje swój żelazny zasób praw, których nabycia oczekuje od producenta. Dotyczy to takich kwestii jak: rodzaj praw, ich nazewnictwo, rodzaje i sposób opisu pól eksploatacji, szczegółowość ujęcia tematu. Najprościej dla producenta jest, by dokonał prostego, lustrzanego przejęcia tych postanowień umowy do umów z ekipą i twórcami. Każda modyfikacja, zmiana opisu może bowiem oznaczać, że pewne prawa nie zostaną nabyte.

Każda z platform i nadawców wymaga możliwie pełnego przeniesienia praw, nie godzą się one na żadne formy licencji, ograniczenia, warunkowość. Chcą pozyskać prawa najbliższe amerykańskiej formule *work for hire*, modyfikowanej tylko tam i tylko o tyle, ile wymagają tego powszechnie obowiązujące przepisy prawa w danym kraju.

W granicach prawa podmioty te wymagają też zapewnienia im pełnej kontroli nad wykonywaniem praw osobistych.

Moralność

Producenci, nadawcy i platformy coraz większą uwagę przywiązują do zachowań ekipy, twórców i aktorów na planie oraz poza nim. Zapewnienie przyjaznego i bezpiecznego środowiska pracy w toku produkcji staje się jednym z podstawowych celów, do których dąży

się w świecie filmowym. Naruszenie zasad moralnych, dobrych obyczajów, traktowane jest z pełną powagą. Często naruszenia te, nawet pojedyncze, mogą prowadzić do wstrzymania produkcji, eksploatacji lub promocji filmów lub seriali.

O ile wprowadzenie do umów zapisów surowo traktujących wszelkie tego typu naruszenia jest oczywiste i niezbędne, to negocjując umowy i analizując wspomniane postanowienia upewnijmy się czy ekipa, producent i nadawca lub platforma pojmują jednolicie wynikające z nich prawa i obowiązki oraz procedury, jakie powinny zostać dochowane. Które zachowania, kiedy i przez kogo oraz jak oceniane, mogą uprawniać do podjęcia radykalnych środków (np. usunięcia z planu zdjęciowego, z ekipy, bądź nałożenia kary umownej i usunięcia z napisów początkowych czy końcowych).

Poufność

Nasilająca się konkurencja pomiędzy różnymi nadawcami i platformami na rynku, potrzeba wykorzystania zaskoczenia widza, nowe strategie promocji, wymagają, jak nigdy wcześniej, zachowania wszelkich szczegółów dotyczących powstających projektów audiowizualnych w tajemnicy. Nadawcy i platformy pragną zachować pełną kontrolę nad tym co, jak i kiedy oraz komu ujawniają.

Prowadzenie spójnej kampanii promocyjnej, w odpowiedniej formie, czasie i miejscu, okazuje się w wielu przypadkach kluczowe dla powodzenia projektu i jego komercjalizacji. Stąd w umowach pojawiają się surowe zakazy przekazywania, ujawniania jakichkolwiek informacji pozyskanych w wyniku wykonywania umów. Twórcy i ekipy nie mają prawa nagrywać, robić zdjęć na planie. Ujawnianie czegokolwiek w mediach lub mediach społecznościowych podlega kontroli i karom umownym.

AUTORSKIE PRAWA MAJĄTKOWE VS OSOBISTE

Autorskie prawa majątkowe

- mogą być przedmiotem obrotu
- są ograniczone w czasie
- prawo do **korzystania** z utworu
- prawo do **rozporządzania** utworem
- prawo do **wynagrodzenia** za korzystanie z utworu

Autorskie prawa osobiste

- są niezbywalne (nie mogą być przedmiotem obrotu)
- są nieograniczone w czasie
- prawo do **autorstwa utworu**
- prawo do **oznaczenia utworu swoim nazwiskiem** lub pseudonimem albo do udostępniania go anonimowo
- prawo do **nienaruszalności treści i formy** utworu oraz jego rzetelnego wykorzystania
- prawo do **decydowania o pierwszym udostępnieniu utworu publiczności**
- prawo **nadzoru** nad sposobem korzystania z utworu

UMOWA O PRZENIESIENIE PRAW VS UMOWA LICENCYJNA

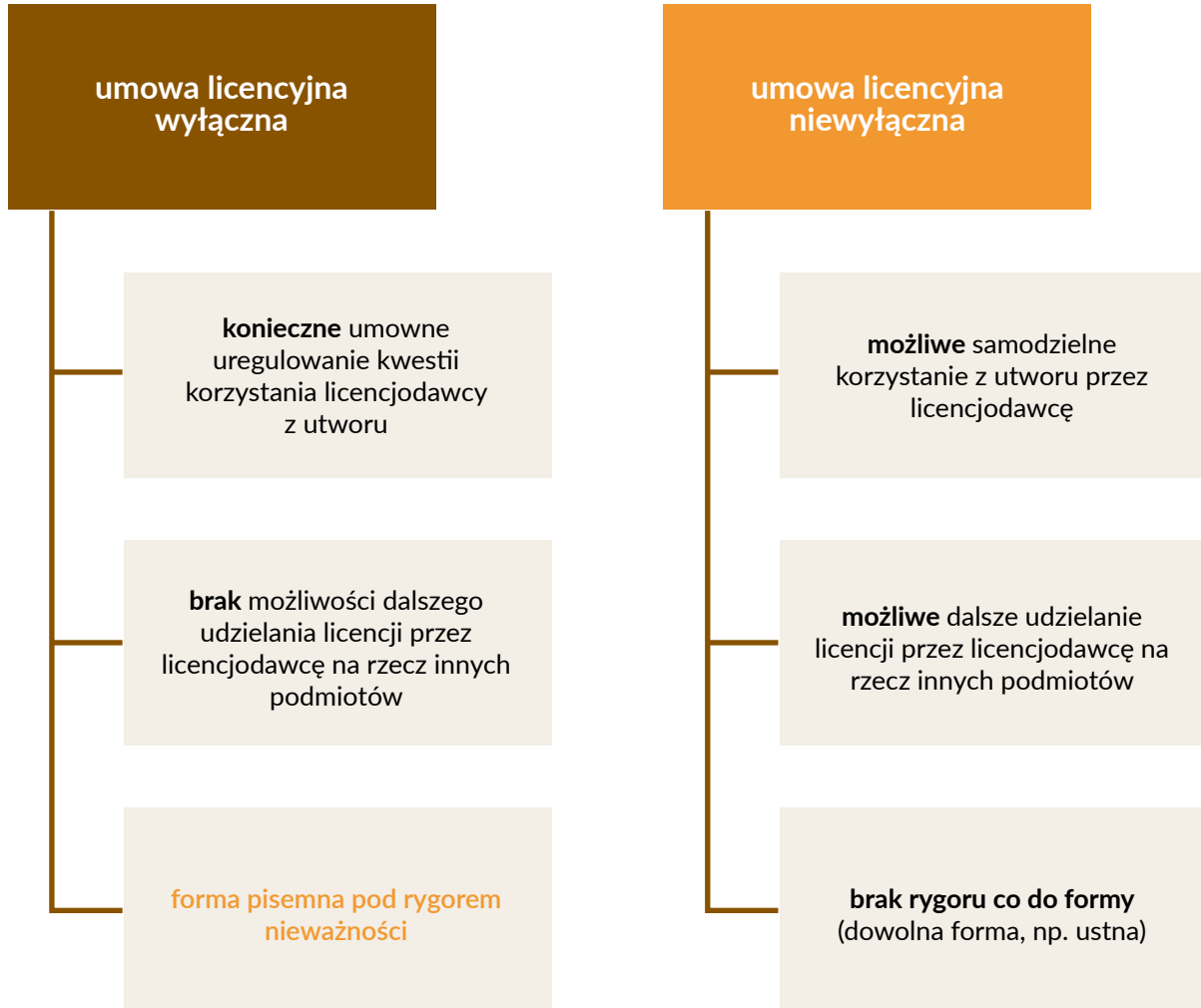
Umowa o przeniesienie praw

- prowadzi do **trwałego** przeniesienia praw na wskazanych polach eksploatacji na nabywcę
- nabywca uzyskuje **wyłącznie** w korzystaniu i rozporządzaniu z utworu
- co do zasady nabywca może swobodnie przenieść prawa na inny podmiot
- wymagana **forma pisemna** umowy

Umowa licencyjna

- **nie prowadzi** do przejścia praw na licencjobiorcę
- uprawnia do korzystania z utworu na wskazanych polach eksploatacji
- **nie ogranicza** licencjodawcy w korzystaniu z utworu
- co do zasady licencjobiorca **nie może** udzielać dalszych licencji
- uprawnia do korzystania z utworu w okresie 5 lat, jeżeli w umowie nie wskazano inaczej

UMOWY LICENCYJNE



WYBRANE POJĘCIA PRAWA AUTORSKIEGO W JĘZYKU ANGIELSKIM + POLSKIE WYJAŚNIENIA

ancillary rights - prawa dodatkowe, prawa do korzystania z utworu lub części jego elementów poza podstawowym celem ich wykorzystania; często obejmuje prawa dotyczące merchandisingu (komercyjnego wykorzystywania elementów filmu, postaci, powiedzonek itp.), tworzenia i produkcji sequele (kontynuacji), prequeli (utworów wcześniejszych), spin offów (utworów audiowizualnych wykorzystujących poboczny wątek lub jednego lub kilku bohaterów z utworu pierwotnego), wydania scenariusza w formie książkowej, wydania muzyki filmowej, wystawiania przedstawień, gier, konkursów, parków rozrywki itp.

chain of title - dokumentacja potwierdzająca ciągłość i prawidłowość pozyskania i przejścia praw od źródła (od twórcy) do producenta.

copyright - prawa autorskie. Częściej w znaczeniu majątkowe prawa autorskie (w odróżnieniu od praw autorskich osobistych), czyli prawo do korzystania, rozporządzania utworem i pobierania z tego tytułu wynagrodzenia.

domestic rights - prawa do eksploatacji, dystrybucji lub zarządzania prawami do utworów na terytorium USA i Kanady, a często i szerzej na terytoria związane lub zależne od wspomnianych (w odróżnieniu of foreign rights - praw zagranicznych i od praw ROW - praw dystrybucji dot. tak zwanej reszty świata).

derivative rights - prawa zależne (nie mylić z pokrewnymi). Prawo do korzystania z opracowań utworu pierwotnego np. sequele, prequele, remaki, spin offy, słuchowiska, audiobooki, sztuki teatralne itp.

droit moral / moral rights - prawa autorskie osobiste (w odróżnieniu od copyright - praw autorskich majątkowych). Różnie na świecie definiowane i chronione. Generalnie odnoszą się do ochrony osobistej więzi twórcy z utworem, do prawa nienaruszalności treści i formy utworu, jego rzetelnego wykorzystania i oznaczenia autorstwa. W porządku europejskim prawa te nie są zbywalne. Nie można się ich zrzec, natomiast można zobowiązać się do ich niewykonywania.

errors & omissions - ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej od naruszenia praw własności intelektualnej lub dóbr osobistych. Pozyskiwane przez producenta i wymagane przede wszystkim w przypadku dystrybucji zagranicznej, szczególnie na terenie USA.

first / last refusal - prawo pierwszeństwa w zakresie pozyskania określonych praw, opcji, możliwości kontynuacji współpracy lub świadczenia określonych usług. Strona, której przyznano te prawa ma prawo uzyskać, jako pierwsza (lub ostatnia) ofertę podjęcia się określonego zadania lub pozyskania praw na uzgodnionych warunkach. Dopiero w przypadku odmowy (refusal) kontrahent może zaoferować lub zawrzeć umowę z inną osobą.

related rights - prawa pokrewne (nie mylić z zależnymi). Przede wszystkim prawa do artystycznego wykonania (gry aktorskiej, śpiewu, gry na instrumentach, tańca, wyników pracy lektora itp.), prawa producenta fonogramu (pierwszego nagrania dźwięku) lub wideogramu (obrazu z dźwiękiem), prawa do nadań itp.

reserved rights - prawa wyłączone z transakcji, podziału. Prawa zarezerwowane dla jednej ze stron transakcji. Mogą obejmować określone pola eksportacji, sposoby korzystania, kanały dystrybucji, terytoria itd.

turnaround - prawo do odzyskania praw przekazanych (najczęściej na etapie developmentu), w przypadku braku decyzji pierwotnego nabywcy, co do dalszego rozwoju projektu lub podjęcia się lub zlecenia produkcji.

underlying rights - prawa leżące u podstawy utworu audiowizualnego, prawa do podstawy literackiej. W zależności od projektu mogą dotyczyć praw adaptacji książki, reportażu, komiksu, gry itd. lub mogą ujmowane być szerzej, również jako prawa do prac literackich - synopsis, storyline, drabinek, scenariuszy itd.

work for hire - instytucja charakterystyczna dla prawa amerykańskiego, zgodnie z którą zamawiający i opłacający usługi twórcy, pozyskuje, w sposób automatyczny, dorozumiany i możliwie pełny, wszelkie prawa do wytworów zrealizowanych w ramach świadczenia takich usług.



Opracowanie merytoryczne: **Krzysztof Czyżewski**

Konsultacja merytoryczna: **Alicja Grawon-Jaksik**

Koordinacja: **Dana Pohl**

Korekta: **Grażyna Szymańska**

Opracowanie graficzne: **Edmund Sarocki**

Wydawca: **Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych (KIPA)**

ul. Chełmska 21 bud. 28 c, 00-724 Warszawa

biuro@kipa.pl

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Warszawa, grudzień 2021



KRAJOWA IZBA PRODUCENTÓW
AUDIOWIZUALNYCH

Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych

www.kipa.pl

Publikacja ta powstała w ramach projektu Akademia Przedsiębiorczości i Kreatywności KIPA 2021 dofinansowanego ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pochodzących z Funduszu Promocji Kultury.

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**