

## ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ & ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΕΡΓΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει ριζικές αλλαγές στα μέσα διανομής των έργων επικοινωνίας, σε βαθμό που κάποιες πρακτικές του παρελθόντος να μην μπορούν να διαχειριστούν τις ανάγκες του σήμερα και του αύριο.

Οι μεταδόσεις στην τηλεόραση μειώνονται, οι προβολές στον κινηματογράφο έχουν πρακτικά εξαφανιστεί λόγω της πτώσης των εισιτηρίων, οι παρουσιάσεις σε σημεία πώλησης αυξάνονται και οι αναρτήσεις στα social media καλπάζουν, ενώ η εμπορική επικοινωνία μέσω όλων των διαδικτυακών μορφών, κυριαρχεί.

Με βάση τα νέα δεδομένα, θεωρούμε σωστό να διευκρινιστούν κάποιες ασάφειες, οι οποίες μπορεί να οδηγήσουν σε προστριβές τα εμπλεκόμενα μέρη, δηλαδή τους διαφημιζομένους, τις διαφημιστικές εταιρίες και τις εταιρίες παράγωγης απέναντι στους συντελεστές οι οποίοι δικαιούνται συμβατικά δικαιώματα χρήσης ενός έργου, γεγονός που δεν επιθυμεί κανένας από τα εμπλεκόμενα μέρη.

Οι βασικές αρχές που έχουν ακουστεί στις συζητήσεις μας με τους δικαιούχους δικαιωμάτων χρήσης (εκφωνητές, ηθοποιοί, μουσικοί, κλπ) είναι:

A. Για την εμπορική χρήση (μετάδοση) ενός έργου για μια υπηρεσία ή ένα προϊόν, το οποίο διατίθεται στο αγοραστικό κοινό, θα πρέπει να καταβάλλονται δικαιώματα χρήσης, για κάθε μέσο επικοινωνίας.

B. Το κόστος των δικαιωμάτων εμπορικής χρήσης καθορίζεται μετά από διαπραγμάτευση μεταξύ των κατόχων των δικαιωμάτων και του διαφημιζόμενου, συνήθως μέσω των εξουσιοδοτημένων εταιριών παραγωγής με συμφωνητικό που θα αναφέρει ρητά τα μέσα (πχ τηλεόραση, κινηματογράφος, διαδίκτυο, social media, κλπ), τις περιοχές (συγκεκριμένες χώρες ή ευρύτερες

περιοχές) καθώς και την διάρκεια των μεταδόσεων (συνήθως 12 μήνες από την πρώτη μετάδοση ή άλλη διάρκεια, αποκλειόμενης της αόριστης στο διηνεκές).

Γ. Με στόχο την διασφάλιση όλων των μερών, θεωρείται θεμιτό να γίνονται συμβόλαια μέχρι πέντε έτη, όπου να προβλέπονται όλοι οι όροι μονομερούς ανανέωσης εκ μέρους του διαφημιζόμενου καθώς και οι σχετικές αποζημιώσεις των δικαιούχων κατά περίπτωση, για όλα τα μέσα, περιοχές και διάρκεια μετάδοσης. Μετά την παρέλευση των 5 ετών από την πρώτη δημόσια προβολή ενός έργου, εφόσον ο διαφημιζόμενος θα ήθελε να συνεχίσει να προβάλλει το έργο, τότε θα γίνεται μια νέα διαπραγμάτευση σε μηδενική βάση. Θα πρέπει να διευκρινίσουμε ότι σε ειδικές περιπτώσεις δικαιωμάτων celebrities, μουσικής δισκογραφίας, κλπ η χρονική διάρκεια μονομερούς ανανέωσης μπορεί να είναι πολύ μικρότερη, ακόμα και λίγων μηνών.

Δ. Παράλληλα, οι δικαιούχοι δικαιωμάτων χρήσης έχουν συμφωνήσει, αφενός να παραχωρούν δωρεάν το δικαίωμα ενημερωτικής (μη εμπορικής) χρήσης προς όλους τους άλλους συντελεστές παραγωγής ενός έργου και αφετέρου να απολαμβάνουν αμοιβαία το ίδιο δικαίωμα, έτσι ώστε όλοι οι συντελεστές παραγωγής (διαφημιστική εταιρία, εταιρία παραγωγής, σκηνοθέτης, δ/ντης φωτογραφίας, ηθοποιοί, εκφωνητές, συνθέτης μουσικής, κλπ) να προβάλλουν ένα έργο στο διαδίκτυο, σε διαγωνισμούς έργων επικοινωνίας, σε μελλοντικούς πελάτες τους, στην προσωπική ιστοσελίδα τους, στα social media, κλπ χωρίς εκατέρωθεν κόστος.

Ε. Οι δικαιούχοι δικαιωμάτων χρήσης συμφωνούν επίσης να μπορεί ο διαφημιζόμενος να προβάλλει, να αναρτήσει ή να μεταδώσει ένα έργο επικοινωνίας για ενημερωτική/μη εμπορική χρήση χωρίς κόστος (πχ στα πλαίσια ενός ιστορικού αφιερώματος, μιας ψηφιακής παρουσίασης, ενός αρχείου διαφημιστικών έργων, μιας επετειακής εκδήλωσης ενός διαφημιζόμενου, κλπ), υπό τις ρητές προϋποθέσεις όμως ότι η σχετική διαφημιστική καμπάνια δεν τρέχει πλέον στον αέρα σε κανένα μέσο και πως όλοι οι δικαιούχοι θα έχουν δώσει την συγκατάθεση τους. Πρέπει να υπογραμμιστεί ότι μια εταιρεία παραγωγής δεν είναι σε θέση να υποχρεώσει κανένα δικαιούχο να παρέχει δικαίωμα εμπορικής προβολής χωρίς αμοιβή, ούτε να δεσμευτεί γι' αυτό έναντι του Διαφημιζομένου. Η συγκατάθεση αυτή -εφόσον δοθεί- θα πιστοποιείται με την υπογραφή ενός σχετικού συμφωνητικού ή έστω ανταλλαγής σχετικών e-

mails από τους ενδιαφερόμενους, όπου θα φαίνεται σαφώς το που θα προβληθεί το έργο (πχ το όνομα της ιστοσελίδας, των social media, του μουσείου, κλπ) προκειμένου να συναινέσουν οι δικαιούχοι. Επιπρόσθετα σας ενημερώνουμε, ότι στις συζητήσεις με τους δικαιούχους μουσικών δικαιωμάτων (βιβλιοθήκης, γνωστών μουσικών κομματιών δισκογραφίας, κλπ) δεν υπήρξε θετική ανταπόκριση στο να δίνεται συγκατάθεση για οποιαδήποτε ενημερωτική χρήση χωρίς αμοιβή.

Z. Όσον αφορά έργα που έχουν παραχθεί στο παρελθόν (για τα οποία δεν υφίστανται ανάλογα συμφωνητικά) και θα ήθελε ένας διαφημιζόμενος να τα χρησιμοποιήσει για λόγους αρχείου, τότε για να μην υπάρχουν χρεώσεις δικαιωμάτων χρήσης, θα πρέπει να συνυπογράφεται από τα εμπλεκόμενα μέρη ένα συμφωνητικό, ή έστω ανταλλαγή σχετικών e-mails, όπου θα φαίνεται σαφώς το που θα προβληθεί το έργο (πχ το όνομα της ιστοσελίδας, των social media, του μουσείου, κλπ). Και σε αυτή την περίπτωση, για την δυνατότητα η μη της οποίας συναίνεσης ισχύει ότι και στο πιο πάνω σημείο E.

#### ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΦΡΑΣΗΣ «ΔΩΡΕΑΝ, ΓΙΑ ΤΟ SITE ΤΟΥ ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΜΕΝΟΥ»

Είναι γεγονός ότι στο παρελθόν έχει ακουστεί πολλές φορές ότι οι δικαιούχοι (εκφωνητές, ηθοποιοί, μουσικοί, κλπ) παραχωρούν τα δικαιώματα τους «δωρεάν, για το site του διαφημιζόμενου». Αυτή η φράση όμως (όπως είχε συμφωνηθεί το 2006 ανάμεσα στην PACT/παραγωγοί και τον ΣΑΜΕ/πρόσωπα και είχε γίνει αποδέκτη και από τον ΣΕΔΙΚΕ/εκφωνητές συνέχιζε και έλεγε «...υπό την προϋπόθεση ότι είναι πληρωμένα τα δικαιώματα του έργου της ίδιας περιόδου για την τηλεόραση». Σήμερα όμως που τα έργα προβάλλονται στο διαδίκτυο, χωρίς να τρέχουν παράλληλα και στην τηλεόραση, δεν γίνεται αποδέκτη πλέον η έννοια «δωρεάν, για το site του διαφημιζόμενου». Είχε επίσης διευκρινιστεί τότε, ότι υπό την έννοια "το site του διαφημιζόμενου" εννοούμε μια ενημερωτική ιστοσελίδα που παρουσιάζει την εταιρία του διαφημιζόμενου, αλλά δεν πουλάει προϊόντα ή υπηρεσίες.

Με δεδομένο ότι σήμερα, το αίτημα δωρεάν μετάδοσης δεν περιορίζεται μόνο στο site του πελάτη, αλλά σε όλες τις εκδοχές του web όπου ο πελάτης αναπτύσσει την εταιρική παρουσία

του, συν το ότι πλέον το διαδίκτυο εξελίσσεται στο κυρίαρχο μέσο επικοινωνίας και είναι δυσδιάκριτα τα όρια ανάμεσα σε μια εμπορική και μια ενημερωτική ιστοσελίδα, οι δικαιούχοι ζητάνε να αμείβονται για όλες τις αναρτήσεις του διαφημιζόμενου σε websites, social media και στις άλλες ψηφιακές πλατφόρμες εκτός των περιπτώσεων που θα προκύψει συναίνεση όπως περιγράφεται στα σημεία Ε και Ζ πιο πάνω.