

ПРО ФУТБОЛ І ІНТЕЛЕКТУАЛЬНУ ВЛАСНІСТЬ

Лев ГЛУХІВСЬКИЙ,

головний фахівець відділу заходів з розвитку інтелектуальної власності
Укрпатенту, д-р техн. наук, професор,
м. Київ

Поняття «футбол» та «інтелектуальна власність» на перший погляд нічим не пов'язані. Вони, здавалось би, вельми різні і при цьому кожне є самодостатнім.

Футбол — дуже популярний і чи не наймасовіший командний вид спорту. Без перебільшення сьогодні це видовище №1 для велетенських груп різних за віком, національністю і соціальною належністю людей чи не у всіх країнах світу.

Згадаймо тут відомий крилатий латинський вираз — «*Panem et circenses* — Хліба і видовищ!» і не менш відомий «*Nil novi sub luna* — Під місяцем немає нічого нового». Історія спортивної гри, у якій члени двох команд намагаються ногами заштовхати у ворота своїх суперників м'яча якомога більше разів, сягає у далеке минуле. Нею захоплювалися у стародавніх Спарті і Римі, хоч правила її тоді були не зовсім такими, як сьогодні, і у її назві не було слова «футбол». У 14-му столітті в Італії гру називали «Кальчо» і саме звідти вона й потрапила на Британські острови. У 1846 році там встановили перші стандарти щодо розмірів і облаштування футбольного поля і близькі до сьогоденних правила гри. У 1857 році був створений перший футбольний клуб з назвою «Шеффільд», а у 1871 році вже розігрувався перший Кубок Англії з футболу. З 1921 року регулярно проводиться чемпіонат світу з футболу.

Але мова у нас не тільки про футбол, а й про інтелектуальну власність. Маємо визначити, чи є у них щось спільне, і якщо є, то що саме?

Коли футбольний уболівальник у день проведення чергового матчу рухається в своєму місті у напрямку до стадіону, перше, що він напевне зауважує — це те, що майже всі уболівальники одягнуті у куртки, светри, шарфи, футболки, кепки, кросівки та інші зразки одягу і взуття, на яких красуються кольори, назви, емблеми, бренди, логотипи команд, які сьогодні змагаються. А все це є не що інше, як торговельні марки. Ось тут і виходимо на інтелектуальну власність, бо торговельна марка — це один з об'єктів інтелектуальної власності.

Торговельні марки як нематеріальні активи входять до складу активів майже кожного сучасного футбольного клубу і відіграють важливу роль у реалізації його фінансової стратегії. Адже господарська діяльність футбольного клубу — це не тільки організація і пропонування для огляду уболівальниками популярного спортивного видовища, але й торгівля відповідними спортивними аксесуарами чи надання дозволів іншим особам на торгівлю ними. Ціни таких товарів на ринку визначаються не так їх собівартістю, як репутацією футбольних команд, їх брендів і торговельних марок.

Згідно із даними офіційного журналу Ліги чемпіонів вартість брендів (торго-

вельних марок) відомих європейських футбольних клубів нині зашкалює: для іспанського «Реалу» і англійського «Манчестер Юнайтед» вони складають понад 260 мільйонів євро кожен.

Коли уболівальники зайняли на трибунах у відповідних секторах свої місця, а команди на поле ще не вийшли, то перше, що кидається їм у вічі — це різноманіття реклами на шитах, які обрамлюють сектори з трибунами, і на цій рекламі здебільшого красуються торговельні марки виробників багатьох різноманітних товарів. Розташування реклами з торговельними марками на футбольному полі у день проведення матчу приносить власникові поля і футбольним клубам значні фінансові доходи від тих, хто цю рекламу виставляє.

Професійний футбол є могутньою бізнес-індустрією, в якій обертаються величезні гроші. Американський журнал «Forbes» регулярно оприлюднює фінансовий рейтинг відомих світових футбольних клубів. За його даними, сьогодні вартість цих клубів є такою: «Реал» — \$3,26 млрд, «Барселона» — \$3,16 млрд, «Баварія» — \$2,35 млрд, «Манчестер Сіті» — \$1,38 млрд, «Челсі» — \$1,37 млрд, «Арсенал» — \$0,98 млрд, «Ліверпуль» — \$0,98 млрд, «Ювентус» — \$0,84 млрд, «Мілан» — \$0,76 млрд.

Найдорожчим клубом української Прем'єр-ліги є київське «Динамо», його оцінюють в 121,3 млн євро. Донецький «Шахтар» оцінюють у 112,7 млн євро. 11 усіх інших команд нашого елітного дивізіону сумарно оцінюють у 147 млн євро, у т.ч. «Дніпро» — у 48,3 млн євро, луганську «Зорю» — у 18,6 млн євро, «Ворсклу» і «Карпати» — у 15,5 та 11,7 мільйона євро відповідно. Хоч ці суми на порядок нижчі, ніж ті, що відносяться до згаданих вище знаменитих світових футбольних клубів, але й вони вражають.

Наведемо ще такі дані. Донецький «Шахтар» за підсумками сезону — 2011/2012 заробив 618 млн гривень — це дані з річного звіту, опублікованого на його сайті. Найбільший дохід «Шахтар»

отримав від комерційної діяльності — 203 млн грн. Доходи від УЄФА за виступ у Лізі чемпіонів склали 120 млн грн. На продажі та оренді гравців «гірники» заробили 92 млн грн. Спонсорство і реклама принесли клубу 78 млн грн., продаж квитків та абонементів — 39 млн грн., корпоративні ложі, продаж атрибутики і доходи від трансляції матчів склали 86 млн грн.

Якщо уболівальник не зміг придбати квиток на футбольний матч чи була якась інша причина, що завадила йому спостерігати наживо за ходом матчу на стадіоні, але він уболівальник запеклий, то під час проведення матчу він обов'язково буде біля свого домашнього телевізора. Для того, щоб ви могли переглянути матч під час його проведення чи пізніше у записі, працює велика команда фахівців. Це: звукорежисери й оператори повторів, які працюють під час проведення матчу з різноманітними кнопками і джойстиками у спеціальному нашпигованому телевізійною технікою автомобілі пересувній телевізійній станції (ПТС), з якої і видається картинка, що її телеглядачі бачать на екрані свого телевізора; інженери, які оживляють і забезпечують роботу цієї ПТС, підготовляють для роботи телекамери з ширококутною оптикою, які показують загальний план стадіону, і довгофокусною оптикою, які беруть великі плани, розставляють їх на потрібні місця стадіону, щоб вони були у полі зору тренерів, суддів і нікому не заважали та доносили до глядача всі нюанси матчу; бродкастер, який розробляє камерні та звукові схеми, схеми розташування мікрофонів, технологію передматчевих включень та флешів — коротких коментарів учасників матчу; оператори, які керують телекамерами; головний режисер, який уважно відстежує кожен кадр, є постійно на зв'язку з операторами та дає їм вказівки показувати те, що він хотів би видати в ефір.

Повноцінне видовище для телеглядача, який спостерігає за ходом матчу, створюється завдяки злагодженій роботі

цієї творчої групи. Її фахівці є працівниками того чи іншого телевізійного каналу. Але, щоб вони могли працювати на футбольному полі у день проведення матчу і створювати той продукт, який видається в ефір, телевізійний канал мусить заплатити футбольному клубові певну суму грошей. Адже створюване на полі футбольними гравцями, судьями, тренерами видовище є інтелектуальною власністю їхніх футбольних клубів, що охороняється авторським правом і суміжними правами.

Сьогодні будь-який футбольний матч може бути доступним для глядачів у будь-якій точці земної кулі з використанням тої чи іншої технології зв'язку: кабельної, супутникової, широкосмугової, мобільного Інтернету тощо.

Прибутки футбольних клубів не в останню чергу визначаються надходженнями від контрактів на телевізійні трансляції матчів. Так, нещодавно рекордний контракт з телевізійниками уклала англійська футбольна Прем'єр-ліга, якій телевізійні канали Sky sports і BT Sport заплатили за право на показ матчів чемпіонату Англії у трьох сезонах 7 млрд євро. При цьому кожного сезону клуби Прем'єр-ліги ділили між собою понад 2 млрд євро: половину розподіляли між 20 учасниками змагань порівну, четвертину — залежно від зайнятого в турнірі місця, а решту відповідно до кількості трансляцій матчів кожної з команд. Канал BT Sport за право трансляції на Великобританію єврокубкові матчі платить щорічно \$1,4 млрд. НФЛ за показ своїх матчів на телеканалах NBC, CBS, Fox и ESPN отримує щорічно \$8,3 млрд.

Кубок світу ФІФА 2010 р. у Південній Африці приніс футбольним клубам дохід \$3,7 млрд, так, з них \$2,4 млрд. — тільки за рахунок продажу прав на трансляції матчів.

Вишезгадані суми дуже вражають. І врахуймо, що вони мають вплив не тільки на розвиток спорту, але й на життя тих, хто футболістом не захоплюється. Адже футбольні клуби з їхніми статками є

платниками податків, що формують місцеві і державні бюджети, від яких залежить рівень життя усіх громадян і які забезпечують освітні й медичні послуги, пенсії, безпеку громадян і всієї держави тощо. А доходи і прибутки футбольних клубів, як показано вище, формуються не в останню чергу за рахунок платежів від використання їхньої інтелектуальної власності.

Центральними фігурами футбольного видовища є, звичайно, футболісти. Хотілось би порівняти ту роль, яку вони у ньому відіграють, із роллю артистів театру чи кіно. У результаті створення театральної вистави чи кінофільму артисти здобувають суміжні права, адже вони виконують ролі, прописані у сценаріях (п'єсах), створених їх авторами. Ролі футболістів теж вписуються у деякий сценарій, обрамлений правилами гри і установками тренерів, але гра їх під час матчу є неповторною і мало передбачуваною. Тому те, що вони створюють, мало би надавати їм авторські права. Щоправда, ці права зазвичай вони передають, підписуючи контракти, своїм клубам. І клуби ці права реалізують, продаючи дозволи на телетрансляції матчів.

На футбольному полі футболіст є творцем, адже часто він застосовує не тільки відомі прийоми ведення гри, але й придумує нові. Ті, хто стежать за новинками у футбольних технологіях, напевне відзначили появу свого часу нового акробатичного прийому у ході гри, коли м'яч з ауту вводиться гравцем з виконанням сальто вперед. Уболівальникам і футбольним гурманам він несе естетичну насолоду і, водночас, містить раціональне зерно: внаслідок збільшення кута укидання м'яча йому надається додаткова швидкість, і тому він летить набагато далі. У цього нового прийому напевно є автор, і, можливо — це футболіст або ж його тренер.

До речі, у багатьох видах спорту деякі гравці створюють певні образи (як приклад — впізнавана стійка для удару ногою зірки англійського регбі Джоні

Уілкінсона), які нерідко реєструються як торговельні марки чи виступають елементами торговельних марок. Так що сальтове введення м'яча на футбольному матчі ймовірно можна розшукувати у базах даних торговельних марок.

Звичайно, футболіст не може заборонити використовувати придумані ним прийоми іншим футболістам, бо продемонстрований ним новий прийом стає набуттям всієї футбольної спільноти від першої демонстрації на футбольному матчі. Але це не відбирає у футболіста його права мати вигоду від використання створеного ним образу у торговельних марках або від демонстрації виконання ним цих прийомів у вигляді відеограм, що використовуються в навчальному процесі у футбольних клубах чи у різноманітних кіно/телевізійних спортивних оглядах.

Ми розглянули зв'язок футболіста, футбольної команди, футбольного клубу з авторським правом і суміжними правами. А є ще аналогічний зв'язок із патентним правом. Футболісти, що виходять на поле, одягнуті у специфічні одяг і взуття: футболки, бутси тощо. Зовнішній вигляд цих предметів, а також футбольного м'яча, як правило, охороняється таким об'єктом інтелектуальної власності, як промисловий зразок. А є ще охорона речей, пов'язаних із футболом, патентами на винаходи і корисні моделі. Так, зокрема, до створення футбольного м'яча таким, який він є сьогодні, доклали зусиль чимало винахідників. Відомо, що перший каучуковий м'яч винайшов ще у 1855 році англійський винахідник Чарльз Гуднер. У 1862 році винахідник Джо Лайдон винайшов м'яч, що складається з двох елементів – надувної гумової камери і шкіряної покришки, яка, своєю чергою, складалася із 18 п'ятикутних сегментів. У 1980 році шкіра у покришці була замінена синтетичними матеріалами (поліуретан і полівінілхлорид). Згодом було запропоновано, щоб покришка мала форму усіченого ікосаедрю і мала 32 багатокутні сегменти, з

них 12 п'ятикутних і 20 шестикутних. Але це уже сучасний футбольний м'яч.

Ось ми відшукали зв'язок між футболом і інтелектуальною власністю. І визначилася суспільна необхідність цей зв'язок повсякчас змінювати.

А тепер згадаймо, як цей зв'язок змінювався у нас при підготовці до Чемпіонату Європи з футболу в Україні і Польщі 2012 року.

Перш за все Верховною Радою України був прийнятий Закон України № 962-V від 19 квітня 2007 року «Про організацію та проведення фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу в Україні». У ньому до інтелектуальної власності мала відношення стаття 9, яку далі прочитуємо повністю.

«Стаття 9. Забезпечення прав інтелектуальної власності УЄФА»

1. Україна забезпечує захист прав інтелектуальної власності УЄФА та його комерційних партнерів відповідно до законів України і міжнародних договорів, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

2. Під час організації та проведення чемпіонату забороняється:

— пряме та непряме використання у будь-який спосіб без дозволу УЄФА об'єктів права інтелектуальної власності УЄФА;

— недозволеній маркетинг.

Не допускається реєстрація юридичної особи (у тому числі інформаційного агентства), друкованого засобу масової інформації, найменування (назви) яких повністю чи частково відтворюють торговельні марки, символи, найменування чи інші об'єкти права інтелектуальної власності УЄФА.

3. Центральний орган виконавчої влади з питань правової охорони інтелектуальної власності під час організації та проведення чемпіонату забезпечує:

— проведення експертизи заявок на інтелектуальну власність УЄФА спеціалізованою групою експертів невідкладно, з тим щоб державна реєстрація цієї власності здійснювалася протягом шести міся-

ців з дня надходження відповідної заявки;

— термінове виявлення заявок, що суперечать будь-якій заявці або реєстрації УЄФА, невідкладний розгляд спеціалізованою групою експертів заперечень проти зазначених заявок та прийняття в установленому законом порядку відповідних рішень».

На виконання Закону було прийнято Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 січня 2008 р. № 168-р «Про утворення Координаційної ради з питань захисту прав інтелектуальної власності УЄФА» і Постанову Кабінету Міністрів України від 2 липня 2008 р. № 601 «Про затвердження Положення про Координаційну раду з питань захисту прав інтелектуальної власності УЄФА та складу Координаційної ради».

На виконання Закону і вищезгаданих нормативно-правових актів Кабінету Міністрів України була розроблена спеціальна Державна цільова програма підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу (далі — Програма). Вона була затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 14.04.2010 р. № 357. У цій програмі були сформульовані завдання, які необхідно було виконати, і заходи з виконання цих завдань. Серед завдань Програми було завдання 11: «Забезпечення захисту прав інтелектуальної власності УЄФА та його комерційних партнерів». Були сформульовані заходи з його виконання. Це були такі заходи:

1. Забезпечення організації захисту прав інтелектуальної власності УЄФА шляхом проведення експертизи заявок на зазначену власність, виявлення заявок, зміст яких суперечить іншій заявці або реєстрації УЄФА, розгляд заперечень проти заявок, зміст яких суперечить іншій заявці або реєстрації УЄФА, та прийняття відповідного рішення;

2. Створення автоматизованої бази даних інтелектуальної власності УЄФА та його комерційних партнерів, розроблення відповідного програмного продук-

ту та інструкції для користувача;

3. Фінансування діяльності робочих груп з розроблення методичних рекомендацій та інших документів щодо проведення експертизи заявок і державної реєстрації прав на інтелектуальну власність УЄФА та його комерційних партнерів;

4. Організація та проведення семінарів, конференцій тощо з питань, які стосуються набуття і захисту прав інтелектуальної власності УЄФА та його комерційних партнерів;

5. Вивчення досвіду щодо набуття та захисту прав інтелектуальної власності УЄФА та його комерційних партнерів під час підготовки і проведення чемпіонатів Європи з футболу в зарубіжних країнах.

На реалізацію цих заходів було асигновано майже 5 млн грн. із державного бюджету. Головними виконавцями 11-го завдання цієї Програми були Державна служба інтелектуальної власності (ДСІВ) та підпорядковані їй структури. При її виконанні ДСІВ надала офіційні гарантії Генеральному секретареві УЄФА щодо:

1) захисту торговельних марок, які мають відношення до УЄФА, Ліги чемпіонів УЄФА і ліги чемпіонів УЄФА серед жінок; будь-якого знака чп скорочення, які використовуються в Україні для посилення на фінальний матч Ліги чемпіонів УЄФА та фінальний матч Ліги чемпіонів УЄФА серед жінок; права на передачу чи перегляд фінального матчу Ліги чемпіонів УЄФА та фінального матчу Ліги чемпіонів УЄФА серед жінок у прямому ефірі та у запису відповідно до отриманого дозволу (ліцензійного договору про громадський перегляд);

2) вжиття всіх необхідних заходів для безумовного виконання митних законів та законів про інтелектуальну власність з метою захисту інтелектуальної власності УЄФА.

Були також підготовлені «Методичні рекомендації щодо державної реєстрації прав на інтелектуальну власність Об'єднання європейських футбольних

асоціації та його комерційних партнерів» (автори А.М. Горнісевич і І.А. Костенко). У цій роботі були висвітлені вимоги УЄФА щодо умов реєстрації його інтелектуальної власності; гарантії, надані УЄФА органами державної влади України; відображення в законодавстві України вимог УЄФА щодо реєстрації прав інтелектуальної власності; забезпечення виконання процедурних вимог УЄФА щодо проведення експертизи заявок на знаки для товарів і послуг і промислової зразки; приклади знаків для товарів і послуг та промислових зразків, яким має бути відмовлено в реєстрації; приклади реєстрації в Україні прав інтелектуальної власності УЄФА.

Всього було в Україні зареєстровано 18 торговельних марок на ім'я УЄФА і 52 міжнародні реєстрації торговельних марок на ім'я УЄФА, у яких зазначена Україна.

У 2012 році матчі фінальної частини чемпіонату Європи з футболу відбулися у чотирьох українських містах: Києві, Львові, Донецьку, Харкові. Підготовка до них дозволила суттєво поліпшити українську спортивну інфраструктуру. Думаю, піхто не заперечуватиме тези: фінальна частина чемпіонату Європи

2012 року з футболу в Україні була організована і проведена на достатньо високому рівні. І не в останню чергу завдяки забезпеченню належних охорони і захисту в Україні інтелектуальної власності УЄФА та його комерційних партнерів.

А тепер згадаймо: у 2018 році в Україні має відбутися фінальний матч розіграшу Ліги чемпіонів УЄФА 2017-2018 років. Це буде 63-й сезон в історії Кубка європейських чемпіонів і 26-й сезон в історії Ліги чемпіонів УЄФА. Цей матч має відбутися 26 травня 2018 року на київському стадіоні НСК «Олімпійський». Переможець цього матчу буде грати з переможцем Ліги Європи УЄФА сезону 2017-2018 рр. у матчі на суперкубок УЄФА 2018 року, який теж відбудеться на цьому величавому стадіоні.

То ж чи не пора (бо скоро буде вже запізно!) підготувати такі ж охорону і захист в Україні інтелектуальної власності УЄФА та його комерційних партнерів при проведенні фінального матчу розіграшу Ліги чемпіонів УЄФА 2017-2018 років, як це було зроблено при підготовці до фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу в Україні?

А.

Використані джерела

1. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Футбол>
2. <http://pbo.ztu.edu.ua/article/viewFile/46984/43727>
3. http://espreso.tv/article/2016/04/21/milyardy_z_televizora_skilky_sportsmeny_zaroblyayut_na_teletranslyaciyakh
4. <http://tsn.ua/special-projects/football/>
5. Волік С.В. Фінансові складові функціонування професійних футбольних клубів України. Слобожанський науково-спортивний вісник, 2013, №5(38). — С. 54-58.
6. http://vgolos.com.ua/articles/reytynг_naydorozhcheyh_futbolistiv_ta_klubiv_ukrainy_206537.html
7. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Вкидання_м'яча_\(футбол\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Вкидання_м'яча_(футбол))
8. http://www.wipo.int/pressroom/ru/briefs/ip_sports.html
9. Інтелектуальна власність Об'єднання європейських футбольних асоціацій: правова охорона та захист в Україні / Укладачі: І.А. Костенко, Н.А. Порохніцька. Державна служба інтелектуальної власності України, 2012. — 207 с.
10. Горнісевич А.М., Костенко І.А. Методичні рекомендації щодо державної реєстрації прав на інтелектуальну власність об'єднання європейських футбольних асоціацій та його комерційних партнерів. Посібник. — К: Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності», 2010. — 30 с.
11. https://uk.wikipedia.org/wiki/Фінал_Ліги_чемпіонів_УЄФА_2018.