

## ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ УЄФА ТА ЄВРО-2012

*доц. Хворост О.О., студент Сиротенко О.А.*

Питання інтелектуальної власності УЄФА і його захисту в нашій державі на даний момент є досить актуальним. При визначенні України однією з приймаючих чемпіонат країн, УЄФА отримав від держави спеціальні гарантії та повну підтримку його прав інтелектуальної власності. Так як він не має ніяких інших джерел прибутків, крім продажу своєї інтелектуальної власності, то захист з боку держави є звичайно необхідною умовою. Вже сьогодні в Україні дуже серйозно стежать за порушеннями правил використання офіційного знака Євро-2012. Під час Євро-2008 було виявлено близько 200 тис. одиниць підроблених товарів з лого турніру. Оцінюється, що у випадку з Євро-2012 ця цифра може бути набагато вище.

Сам логотип "Євро-2012" є зареєстрованою УЄФА в нашій країні торговельною маркою з відповідними свідоцтвами: "ЄВРО 2012" - свідоцтво No.85586 та "EURO 2012" - свідоцтво No. 76899. В основі емблеми - квітка з пелюстками, які символізують кожну з країн-учасниць. У середині композиції розташований футбольний м'яч, який уособлює емоції і пристрасть турніру. Стебло квітки позначає структурний аспект континентальної першості, УЄФА і європейський футбол. Європейське першість пройде під гаслом "Творимо історію разом". До Офіційних Знаків УЄФА належать слова: УЄФА, ЄВРО 2012, Польща і Україна 2012.

28 травня 2009 року Інформаційний центр «Україна-2012» та представник УЄФА з юридичних питань фірма "Меджістерс" (Magisters) провели спільний семінар «Інтелектуальна власність УЄФА та її використання».

Що належить до інтелектуальної власності УЄФА та хто і за яких умов має право на використання цієї власності – такими були основні питання зустрічі. Особливу увагу було приділено використанню інтелектуальної власності УЄФА журналістами вітчизняних ЗМІ. Раніше Союз європейських футбольних асоціацій надіслав Держкомтелерадіо затверджений Медіа-довідник «ЄВРО 2012», який містить рекомендації та відповіді на поширені запитання щодо використання у ЗМІ знаків, логотипів, трофеїв або символів, пов'язаних із УЄФА та УЄФА ЄВРО 2012ТМ. Головне, щоби журналісти ставили собі за мету інформування громадськості про УЄФА ЄВРО 2012ТМ та обов'язково дотримувалися принципів УЄФА, щоб уникнути порушень і скандалів у цій сфері. Фахівці ж переконані, що дрібних порушень може бути багато. (Наприклад, якщо людина прийде на матч Євро-2012 в кепці "Пума", це вже буде порушенням, оскільки такий напис є рекламою виробника, а "Пума" не являється партнером чи спонсором УЄФА. Відповідно на

змаганнях під егідою УЄФА рекламувати її не можна і людину просто не пустять на стадіон.) Саме для попередження таких випадків УЄФА вже зараз, майже за три роки до турніру, розпочинає роз'яснювальну роботу. Аналогічні семінари та конференції планується провести і для правоохоронних структур (СБУ, МВС, Державної митної служби) та суддів, щоб донести до них особливості використання символіки УЄФА.

УЄФА надасть спеціальні офіційні ліцензії компаніям на право використовувати, відтворювати Знаки УЄФА на широкому асортименті продукції та здійснювати офіційну торгівлю на підтримку Чемпіонату Європи 2012 року з футболу не раніше червня 2010р. Згідно з нормами УЄФА, договори на право використання прапора, логотипу та іншої символіки чемпіонату підписуються за два роки до початку турніру. Компанії, які були обрані офіційними партнерами і спонсорами Чемпіонату, вже мають право використовувати знаки УЄФА в рекламних цілях. Серед них: Adidas, Carlsberg, Castrol, Coca-Cola, Hyundai-Kia Motors. За рекламу товарів з логотипом Євро-2012 сотні фірм, і особливо Союз європейських футбольних асоціацій, запрацюють дуже великі гроші. Зазначимо, що тільки за право використання лого Євро-2008 в Австрії та Швейцарії глобальні спонсори заплатили УЄФА 180 млн євро. А українсько-польський ринок набагато більше, ніж австрійсько-швейцарський.

Для того, щоб заробити на сувенірній продукції, Україні доведеться шукати інші шляхи. Наша країна може сама розробити свій логотип під Євро-2012 і користуватися ним без дозволу УЄФА. Цей логотип не повинен бути плагіатом оригіналу, і в ньому не може використовуватися фраза "Євро-2012". На продажу сувенірної продукції Україна може заробити сотні мільйонів гривень. Так, на продажу сувенірів літньої Олімпіади в Пекіні організатори заробили 86,5 млн дол. Почасти це бажання України розробити альтернативний логотип пов'язано і з дуже жорсткими правилами УЄФА щодо здобуття права випускати брендovanу лого Євро-2012 продукцію. Для того, щоб випускати футболки, кружки і прапорці з символікою єврочемпіонату, компанія повинна отримати спеціальну ліцензію. Кожне місто-претендент має намір розробити власну емблему для Євро-2012. На цьому шляху найбільших успіхів добився Львів, жителі якого вже обрали собі емблему для чемпіонату. Природньо, що в ній поєдналися символи міста і... символ "Євро-2012". Зрозуміло, що ця емблема буде використовуватися на всьому, де тільки її можна буде поставити, - на сувенірах, одязі, посуді, листівках тощо. Але зареєструвати цю емблему Львів не зможе - потрібна згода УЄФА, по яку наразі ніхто просто не звертався. УЄФА ж може видати ліцензію навіть задарма, якщо чітко визначити умови, яке використання буде вважатися популяризацією чемпіонату, а яким чином емблему можна використовувати з комерційною метою.