

ВИРТУАЛЬНЫЙ СПОРТ



Зыков Р.О.

кандидат юридических наук, LL.M

Советник международной арбитражной практики и

практики спортивного права

юридической компании Hannes Snellman

Введение

Мировой рынок компьютерных игр достиг значительных размеров и продолжает расти, несмотря на спад, наблюдающийся в других отраслях. В 2009 на трех основных рынках компьютерных игр (США, Япония, Соединенное Королевство) было продано 379,3 миллиона копий компьютерных игр. Прогнозируется, что к 2011 году рынок вырастет на 8,9% и достигнет 7,5 млрд. долл. США.¹ Общемировой оборот игровой индустрии, включая помимо игр также игровые платформы и аксессуары, составляет порядка 25-30 млрд. долл. США. Объем легальных продаж игр в России, по некоторым оценкам, составляет около 300 млн. долл. в год (нелегальных – порядка 500 млн. долл.). Спортивные симуляторы, по оценке NPD Group, занимают около 20% мирового рынка компьютерных игр или порядка 1,2 млрд. долл. США.²

Крупнейшими издателями спортивных симуляторов являются EA Sports (FIFA series, NHL, Madden NFL), Konami (Pro Evolution Soccer) и 2K Sports (Major League Baseball® 2K10, NBA 2K10, NHL® 2K10, Top Spin, Torino 2006, World Poker Tour).

Примеры сотрудничества спортивных организаций и издателей

¹ Report Buyer. “Electronic Games and Gaming – Worldwide Shipments to Reach \$22.1 Billion by 2011”. 28 October 2009. www.reportbuyer.com

² Darren Rovell- All Madden, all the time. www.sports.espn.go.com

Для использования названия лиги, изображений, клубной атрибутики, названий команд, стадионов и других объектов, издатели компьютерных игр и спортивные лиги (клубы, игроки) заключают лицензионные соглашения на использование объектов интеллектуальной собственности с профессиональными спортивными лигами и клубами. Как показывает практика, рыночная кооперация между спортивными лигами, клубами и издателями игр приносит выгоду обеим сторонам.

Например, по некоторым оценкам, лицензия, приобретенная компанией Take-Two Interactive (2K Sports) у Основной бейсбольной лиги США (Major League Baseball) на производство одноименной игры с 2005-2012 г., обошлась в 40 миллионов долл. США.³ Считается, что стоимость лицензий с НФЛ, НБА, ФИФА превышают названную сумму.

В 2004 г. EA Sports подписала эксклюзивное соглашение с НФЛ и подразделением Ассоциации игроков НФЛ об эксклюзивном использовании атрибутики лиги, команд, изображений игроков и стадионов. В день, когда была анонсирована новость о заключении эксклюзивного лицензионного соглашения, объем сделок с акциями EA Sports увеличился в 3 раза, при этом цена за акцию выросла более чем на 6%.⁴

В 2008 году Konami подписала эксклюзивный лицензионный договор с UEFA сроком на 4 года об использовании товарных знаков и атрибутов Лиги чемпионов УЕФА в своих игровых продуктах. По оценкам специалистов данное приобретение улучшило финансовые показатели и инвестиционную привлекательность Konami.

Помимо этого, производители игр заключают лицензионные соглашения напрямую с клубами и игроками. Например, в 2007 году Кристиано Рональдо подписал соглашение с Konami на использование своего изображения в качестве официального образа для игры Pro Evolution Soccer 2008; в 2009 Александр Овечкин подписал такое же соглашение с 2K Sports для игры NHL2K10. Далее, в 2008 году Konami подписала индивидуальные соглашения с Manchester United, Liverpool, Real Madrid, Barcelona, ФК Шахтер и другими для включения этих клубов в чемпионат Pro Evolution Soccer 2009.

Элементы лицензионного соглашения

³ Not the Bottom of the Ninth, but a Big At-Bat Coming for MLB 2K10. www.kotaku.com.au

По существу, лицензионное соглашение со спортивной организацией для разработки спортивной игры-симулятора является смешанным договором, включающим в себя, помимо прочего, обязательства из лицензионного соглашения на использование товарного знака, фирменного наименования, объектов авторского права, а также обязательства из договора оказания услуг, договора о неразглашении информации и некоторые другие.

Ключевыми вопросами, подлежащими разрешению в лицензионном соглашении с издателями игр являются:

- объем передаваемых прав (эксклюзивные / нет);
- объекты, на которые передаются права (логотип лиги, логотипы команд, изображение комплектов формы, изображения игроков и тренеров, логотипы титульных спонсоров, логотипы производителей формы, изображение стадиона и пр.);
- игровые системы в которых предполагается реализация прав (PC, игровые приставки, мобильные форматы, онлайн / оффлайн);
- территория реализации прав;
- срок действия лицензии (возможен опцион на увеличение срока за счет увеличения периода продаж, в случае дополнительных тиражей, либо уцененной распродажи продукта).
- стоимость лицензии (фиксированная, либо смешанная, т.е фиксированная + роялти).

Практика обсуждения условий лицензионного соглашения

Сторонами договора являются правообладатель объектов интеллектуальной собственности и компания-издатель компьютерной игры. Основная задача издателя заключается в том, чтобы подобрать разработчика, который будет заниматься созданием игры, а также обеспечить финансирование, продюсирование и продвижение продукта на рынке.

⁴ Big Deal: EA and NFL ink exclusive licensing agreement. www.gamespot.com

При обсуждении условий договора, первоочередная задача издателя - добиться минимального изменения условий своего стандартного договора (дефиниции, объем прав, тираж, срок действия лицензии, система компенсации и пр.), поскольку каждый лицензионный договор является частью общей системы лицензионных договоров, заключенных с другими субъектами для реализации одного проекта. Так, например, более короткий срок действия лицензии с одним клубом фактически ограничит издателя в реализации своих прав по более долгосрочной лицензии с другим клубом в рамках одного проекта.

Необходимо отметить, что нормальным стремлением издателя будет подчинение договора своему праву и разрешение споров в удобной для себя юрисдикции. Между тем, при заключении лицензионных соглашений на объекты интеллектуальной собственности в России следует учитывать тот факт, что для отчуждения или обременения некоторых объектов интеллектуальной собственности предусмотрена государственная регистрация. А поскольку решения иностранных судов, за редким исключением, не признаются и не исполняются в России, внесение записи об изменении сведений в Государственный реестр товарных знаков и знаков обслуживания в случае судебного расторжения лицензионного договора иностранным судом окажется затруднительным.

С другой стороны, выбор российского суда также не в полной мере защищает интересы спортивной организации, поскольку в ряде случаев решение российского суда будет необходимо исполнить в иностранной юрисдикции, что вызывает аналогичные трудности как и в случае исполнения иностранного судебного решения в России.

Разрешение споров в международном коммерческом арбитраже тоже имеет свои минусы, поскольку его решение не будет обязательным для третьих лиц, например, Роспатента.

Поэтому для эффективной защиты прав предлагается разнести споры в наиболее удобные инстанции, например, по типу споров: расторжение лицензии, внесение изменений в соответствующий госреестр – в Арбитражный суд РФ; вопросы компенсации – международный коммерческий арбитраж; дополнительно, допустить

возможность вынесения судебных обеспечительных мер в соответствующих юрисдикциях.

Система лицензионных соглашений виртуальной лиги

Поскольку право на отчуждение объекта интеллектуальной собственности принадлежит правообладателю, при заключении лицензионного соглашения с клубами и лигами всегда встает вопрос о необходимости заключения соглашений с третьими лицами, например, с игроками - для использования их изображений, с владельцами стадионов - для использования внешнего вида стадиона и его трибун, а также, титульными и экипировочными спонсорами команд и лиги.

Принимая во внимание уже реализованные проекты по созданию компьютерных игр, симулирующих работу той или иной национальной спортивной лиги, следует сказать, что в архитектуре проекта содержится, по меньшей мере, три группы лицензионных соглашений:

- со спортивной лигой;
- клубами, которые предполагается включить в турнирную таблицу виртуальной лиги; а также
- спортсменами, для использования изображений спортсменов.

В отношении договоров с игроками отметим, что статья 152.1 ГК РФ устанавливает ограничения на обнародование и использование изображения гражданина. Поэтому, если возможность использования изображения спортсмена специально не оговорена между спортсменом и клубом, издателю придется заключить самостоятельный договор с игроком на использование его изображения в компьютерной игре, либо организацией, представляющей его интересы. Так, например, договоры на использование изображений игроков НХЛ в игре NHL подписаны между EA Sports и Ассоциацией игроков НХЛ, а не индивидуально с каждым спортсменом.

Как правило, получение разрешения на использование логотипов спонсоров и производителей экипировки (если такое право прямо не предусмотрено спонсорскими

соглашениями) и владельцев стадионов (правообладателей изображений стадионов) возлагается на клубы.

При подписании лицензионного соглашения следует дополнительно обратить внимание на вопросы государственной регистрации прав на объекты интеллектуальной собственности, а также налоговые обязательства, возникающие в связи с получением доходов от передачи прав на объекты интеллектуальной собственности по лицензионному договору, в том числе в свете российских международных договоров об избежании двойного налогообложения.

Заключение

Развитие российских профессиональных лиг, прежде всего футбольной и хоккейной, а также перспектива проведения Олимпиады-2014 вкупе с потребительским рынком, соизмеримым с Японией и Соединенным Королевством, несомненно, способствуют росту коммерческой привлекательности российского спорта, что подтверждается существующим интересом издателей компьютерных игр к российским клубам.

Хотелось бы надеяться, что увеличение прибыльности российских спортивных лиг и клубов будет способствовать новым спортивным достижениям и упрочению российских позиций в мировом спорте.