

Odtwarzanie reklam z muzyką wymaga opłat?

20 grudnia 2012

Stowarzyszenie twórców zarzuciło właścicielowi pewnego zajazdu publiczne odtwarzanie muzyki przy okazji emitowania reklam w telewizji informacyjnej. Sprawa oparła się o wymiar sprawiedliwości, ale dopiero Sąd Apelacyjny w Katowicach przyznał, że zbieranie pieniędzy z tego tytułu to przesada.

Jednym z ciekawszych objawów kryzysu jest to, że właściciele lokali gastronomicznych zaczynają oszczędzać na opłatach za odtwarzaną w lokalu muzykę. Coraz częściej zadają oni sobie proste pytanie – dlaczego mam płacić za muzykę, skoro ludzie przychodzą do mnie zjeść, a nie słuchać?

Niestety taka postawa nie podoba się Organizacjom Zbiorowego Zarządzania (m.in. stowarzyszeniu ZAiKS), które wysyłają swoich inspektorów do lokali i sprawdzają, czy odtwarza się tam muzykę. Najgorsze jest jednak to, że OZZ próbują wyciągać od firm pieniądze nawet wtedy, gdy unikają one puszczania klientom muzyki.

Bardzo ciekawy wyrok w takiej sprawie wydał w kwietniu tego roku Sąd Apelacyjny w Katowicach. Choć wyrok nie jest nowy, dopiero na początku grudnia został dodany do Portalu Orzeczeń prowadzonego przez Ministerstwo Sprawiedliwości.

Sądowy spór dotyczył pewnego zajazdu, w którym na sali jadalnej znajdował się telewizor pozwalający na oglądanie kanału informacyjnego. Pewne stowarzyszenie twórców znalazło jednak furtkę do naliczania opłat – pomiędzy programami informacyjnymi emitowane były reklamy, a w reklamach jest muzyka! Za tę muzykę przedstawiciele Stowarzyszenia chcieli pieniędzy (nie wiadomo dokładnie, o jakie stowarzyszenie chodzi, dlatego nazywajmy je po prostu Stowarzyszeniem).

Sąd Okręgowy w Częstochowie zgodził się z argumentacją Stowarzyszenia i zasądził od pozwanego kwotę 8110,32 złotych wraz z ustawowymi odsetkami od dnia 7 kwietnia 2011 roku. Sąd uznał, że doszło do publicznego odtwarzania utworów muzycznych.

Sprawa trafiła do Sądu Apelacyjnego w Katowicach, a ten zwrócił uwagę na pewną oczywistą rzecz – artyści dostają honorarium za wykorzystanie ich utworów w reklamach.

– Oczywistą rzeczą jest, iż twórca za wykorzystanie jego utworu w reklamie uzyskał umówione honorarium. Kwestią, nad którą pochylił się Sąd Apelacyjny było rozważenie, czy autorowi tekstu lub muzyki należy się jeszcze dodatkowe wynagrodzenie za upublicznianie jego utworu w ramach reklamy (...) Powszechnie wiadomą rzeczą jest bowiem to, iż reklamy stanowią źródło finansowania danej stacji radiowej i telewizyjnej i same w sobie (przynajmniej dla większości społeczeństwa) nie są przyczyną oglądalności danej stacji. Jeśli chodzi o odbiór społeczny reklam zaryzykować można nawet twierdzenie, iż są one dla odbiorców niejednokrotnie rzeczą uprzykrzającą i zniechęcającą do oglądania danego programu – czytamy w uzasadnieniu wyroku.

Sąd stwierdził zatem, że naliczanie opłat z tytułu publicznego odtwarzania reklam nie jest uzasadnione. Przeróżające jest jedynie to, że tak oczywista sprawa musiała być potwierdzona wyrokiem sądowym i to wydanym dopiero w sądzie drugiej instancji!

Należy zauważyć przy tym, że sąd dopuścił możliwość, że odtwarzanie telewizji w zajeździe może wpływać na atrakcyjność lokalu. W innym wyroku wydanym w ubiegłym roku w Kielcach sąd zauważył, że odtwarzanie muzyki w barze nie musi wpływać na standard usług, bo ludzie przychodzą do baru, by zjeść.

Wyroki w podobnych sprawach wydawał Europejski Trybunał Sprawiedliwości. W kwietniu tego roku zauważył on, że

odtworzenie muzyki w gabinecie dentystycznym nie może być uznane za „publiczne udostępnianie” i nie należą się z tego tytułu opłaty, ale odtwarzanie muzyki w hotelu będzie już „publicznym odtwarzaniem”, gdyż wpływa to na standard usług.

Opracowanie: Marcin Maj

Źródło: [Dziennik Internautów](#)