



Nowosielski i Partnerzy

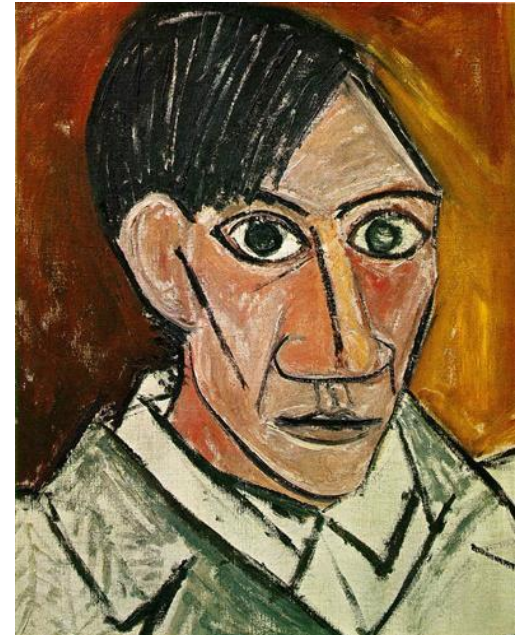
Adwokaci i Radcy Prawni

WYBRANE ASPEKTY ZWIĄZANE Z PRAWEM DO WIZERUNKU SPORTOWCA

adwokat Krzysztof Szocik

DEFINICJA

wizerunek – brak definicji legalnej, w doktrynie definiowany jako:
*„zbiór **charakterystycznych cech zewnętrznych** danej osoby fizycznej, na który składa się postać jej wizerunku, głos, a także wszelkie inne **elementy umożliwiające identyfikowanie określonej osoby** jako konkretnej osoby fizycznej...”*
 (Renata Kopczyk, „Prawo sportowca do wizerunku”)



Pablo Picasso, Autoportret, 1907



WIZERUNEK?? – TAK!





„Rok 2002. Prawnicy działający na zlecenie przedstawicieli **Adama Małysza** zażądali wycofania ze sprzedaży publikacji **"103 najlepsze dowcipy o Małyszu"** oraz publicznych przeprosin. Publikacja ta miała według nich naruszać dobra osobiste Małysza. Przedstawiciele Małysza dawali do zrozumienia, że przed publikacją chcą konsultować dowcipy w których występuje nazwisko Małysz **oraz rysunki satyryczne z jego podobizną**. Sprawa była szeroko komentowana przez polskie media, pomysł cenzurowania dowcipów i rysunków został skutecznie ośmieszony, a najlepsi specjaliści od prawa prasowego wypowiadający się w mediach zgodnie mówili, że osoba publiczna nie ma szans, aby zabronić publikacji dowcipów i **karykatur** których jest bohaterem. Do sprawy sądowej nie doszło, a niedługo potem ukazała się druga część publikacji. Tym razem bohaterem dowcipów i rysunków był... **Dadam Nałysz**. Niedługo potem miała miejsce w Wiśle wystawa rysunku satyrycznego o skokach narciarskich. Autorka, po konsultacji z przedstawicielem Małysza, zdecydowała się usunąć z ekspozycji rysunki, na których było nazwisko Małysz, pozostawiając imię: Adam lub słowo: skoczek. Ekspozycję obejrzał prezydent Aleksander Kwaśniewski, nie wiedząc, że była ona "ocenzurowana".

(Szczepan Sadurski, Satyra i paragraf, <http://www.sadurski.com/satyra/paragraf.htm>)



DEFINICJE – NIE ZAWSZE TRZEBA SIĘ ŚMIAĆ Z PRAWNIKÓW

Jonathan Swift, „Podróże Guliwera”:

„Wreszcie sędziowie zawsze z premedytacją uchylają się od wglądu w istotę sprawy, lecz namiętnie i długo roztrząsają okoliczności nic wspólnego ze sprawą nie mające. Na przykład w przypadku mojej krowy nie będą się starali odkryć, jakie mój przeciwnik ma do niej prawo, lecz czy jest czerwona, czy czarna, czy ma rogi długie, czy krótkie, czy pole, na którym się pasie, jest okrągłe, czy czworograniaste, czy w oborze, czy na łące ją doją, na co chorowała i tak dalej. Potem udają się po radę do dawnych dekretów. Sprawę do czasu zwlekają i w dziesięć, dwadzieścia lub trzydzieści lat do końca doprowadzają”.



CASUS – GENOWEFA PIGWA





CASUS – GENOWEFA PIGWA OCHRONA WIZERUNKU W POSTACI KARYKATURALNEJ

- wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z 7 lutego 1995 r. sygn. I ACR 697/94:
- Powód - artysta, który stworzył postać Genowefy Pigwy i wcielił się w nią - domagał się od spółki, która umieściła na etykiecie produkowanego przez siebie podpiwku napis „Pigwa”:
 - a) zaniechania używania nazwy „Podpiwek Pigwa” i „Piwo Pigwa”,
 - b) zaprzestania oznaczania produkowanego napoju wizerunkiem powoda w postaci rzeczywistej lub karykaturalnej
- Pozwana spółka broniła się, iż etykieta piwa z elementem wizerunku karykatury kobiet w stroju świętokrzyskim z napisem „Pigwa” nie jest związana w żadnej formie z osobą powoda.
- Sąd uznał, że wizerunkiem w rozumieniu przepisów, podlegającym ochronie, może być także postać karykaturalna, a użyte przez pozwanych etykiety zawierały wizerunek w karykaturze postaci scenicznej powoda oraz przypisał zachowaniu pozwanych cechę bezprawności, gdyż wykorzystywali **bez zgody powoda** jego „skarykaturalizowaną” postać.



Art. 23 [Ochrona dóbr osobistych]

Dobra osobiste człowieka, jak w szczególności zdrowie, wolność, cześć, swoboda sumienia, nazwisko lub pseudonim, **wizerunek**, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania, twórczość naukowa, artystyczna, wynalazcza i racjonalizatorska, **pozostają pod ochroną prawa cywilnego** niezależnie od ochrony przewidzianej w innych przepisach.



Art. 24 [Środki ochrony]

§ 1. Ten, czyje dobro osobiste zostaje zagrożone cudzym działaniem, może żądać **zaniechania tego działania**, chyba że nie jest ono bezprawne. W razie dokonanego naruszenia może on także żądać, ażeby osoba, która dopuściła się naruszenia, **dopełniła czynności potrzebnych do usunięcia jego skutków, w szczególności ażeby złożyła oświadczenie** odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie. Na zasadach przewidzianych w kodeksie może on również żądać **zadośćuczynienia pieniężnego lub zapłaty odpowiedniej sumy pieniężnej** na wskazany cel społeczny.

§ 2. Jeżeli wskutek naruszenia dobra osobistego została wyrządzona szkoda majątkowa, poszkodowany może żądać jej **naprawienia na zasadach ogólnych**.

§ 3. Przepisy powyższe nie uchybiają uprawnieniom przewidzianym w innych **przepisach**, w szczególności w prawie autorskim oraz w prawie wynalazczym.



PODSTAWY PRAWNE: PRAWO AUTORSKIE

Art. 81 [Wizerunek]

1. **Rozpowszechnianie wizerunku** wymaga **zezwoienia** osoby na nim przedstawionej. W braku wyraźnego zastrzeżenia zezwolenie nie jest wymagane, jeżeli osoba ta otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie.

2. Zezwolenia nie wymaga rozpowszechnianie wizerunku:

- 1)** osoby powszechnie znanej, jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, zawodowych;
- 2)** osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza.



PODSTAWY PRAWNE: USTAWA O SPORCIE

art. 14 [Wykorzystanie wizerunku]

1. **Członek kadry narodowej** udostępnia, na zasadach wyłączności, swój **wizerunek w stroju reprezentacji** kraju **polskiemu związkowi sportowemu**, który jest **uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych** w zakresie wyznaczonym przez przepisy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danym sporcie.

2. Członek reprezentacji olimpijskiej udostępnia, na zasadach wyłączności, z chwilą powołania do reprezentacji olimpijskiej, swój wizerunek w stroju reprezentacji olimpijskiej Polskiemu Komitetowi Olimpijskiemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez swoje przepisy lub przepisy Międzynarodowego Komitetu Olimpijskiego.



MARCIN GORTAT VS. SFINKS

wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 29 lipca 2014 r., VI Aca 1657/13

Korzystanie z wizerunku poza granicami umownego zezwolenia (po umówionym czasie)

- zasądzenie od pozwanego na rzecz powoda kwotę **104.347,83 zł** tytułem wynagrodzenia za bezprawne wykorzystanie wizerunku

- nakazanie złożenia oświadczenia następującej treści:

(...) S.A.w P. **oświadcza, że w sposób nieuprawniony wykorzystwała wizerunek** oraz nazwisko Pana M. G. w prowadzonych we wrześniu i październiku 2011 roku działaniach marketingowych pt. (...), będących kampanią marketingową sieci restauracji (...). (...) S.A., **przeprasza** Pana M. G. za to naruszenie jego dóbr osobistych" oraz zamieszczenie tego oświadczenia w terminie dwóch tygodni od uprawomocnienia się wyroku i wyświetlanie go przez okres 6 tygodni od dnia zamieszczenia na następujących stronach internetowych (...)



Robert Lewandowski i PO na fb



Platforma Obywatelska

12 października o 19:18 · 🌟

Radość po wczorajszym meczu trwa!
13 dni do wyborów i... 13 goli zdobył Robert
Lewandowski dla reprezentacji Polski podczas
eliminacji do EURO 2016





Rober Lewandowski i PO na fb – ciąg dalszy: komunikat PZPN

„Polski Związek Piłki Nożnej z przykrością stwierdził, że na oficjalnym profilu Platformy Obywatelskiej na portalu społecznościowym Facebook (zob. <https://www.facebook.com/PlatformaObywatelska>) zamieszczono zdjęcie Roberta Lewandowskiego w stroju reprezentacji kraju, bez uprzedniego uzgodnienia z PZPN możliwości wykorzystania tego rodzaju wizerunku zawodnika.

W związku z tym PZPN wskazuje, że stosownie do treści art. 14 ust. 1 ustawy z dnia 25 czerwca 2010 roku o sporcie (tekst jedn. Dz. U. z 2014 r., poz. 715, z późn. zm.), członek kadry narodowej udostępnia, na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju polskiemu związkowi sportowemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych.(...)”

<https://www.pzpn.pl/federacja/aktualnosci/2015-10-16/komunikat>



Maciej Żurawski vs. TP SA, PZPN-interwenient uboczny

wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r. (sygn. akt: I CSK 160/09):
Sąd Najwyższy potwierdził, że **polskie związki sportowe mogą wykorzystywać wizerunki członków kadry narodowej** na potrzeby realizacji umów sponsorskich i w tych ramach uprawniające są np. do udostępniania sponsorom wizerunków kadrowiczów bez odrębnej zgody sportowca (sesja zdjęciowa z udziałem Żurawskiego w stroju reprezentacji, wykorzystana w kampanii TP SA bez zgody sportowca, wyłącznie na podstawie ustaleń PZPN – TP SA), uwaga: wyrok wzbudził kontrowersje, m.in.: konstytucyjne – „quasi wyłączenie na rzecz związku sportowego bez odszkodowania”



Uchwała PZPN

Uchwała PZPN nr II/33 z dnia 19 lutego 2015 r. Regulamin wynagradzania zawodników reprezentacji Polski z tytułu wykorzystania wizerunku przez sponsorów (kadra narodowa w stroju reprezentacji)

5. Zawodnicy zobowiązani są do udziału **2 razy w roku w reżyserowanej sesji zdjęciowej do filmów reklamowych** dla Głównego Sponsora.
6. Zawodnicy zobowiązani są do udziału **raz w roku w fotograficznych sesjach zdjęciowych** na rzecz Głównego Sponsora.
7. Zawodnicy zobowiązani są do występowania w **innych sesjach**, związanych z realizacją materiałów informacyjnych lub autopromocyjnych PZPN (**maksymalnie 3 razy w ciągu roku**).
8. Udział w reklamach lub sesjach fotograficznych, bądź jakichkolwiek innych przedsięwzięciach o charakterze reklamowym czy promocyjnym w oficjalnych strojach reprezentacji kraju lub w strojach imitujących, bądź wywołujących skojarzenia ze strojami reprezentacji kraju na rzecz innych podmiotów niż Główny Sponsor Reprezentacji, dozwolony jest wyłącznie po uzyskaniu uprzedniej pisemnej zgody PZPN.
9. Wykorzystanie wizerunku zawodników w reklamach TV realizowanych przez Głównego Sponsora ograniczone jest do reklam wizerunkowych nie promujących w sposób bezpośredni produktów, usług ani konkretnych ofert Sponsora. W finalnej wersji spotu musi wystąpić minimum 6 zawodników, wybranych przez sponsora, przy czym żaden z nich nie może być widoczny dłużej niż 30% czasu trwania filmu reklamowego. Jeden zawodnik może wystąpić w filmie Głównego Sponsora nie częściej niż raz w roku kalendarzowym. **Scenariusz filmu podlega akceptacji przez PZPN.**

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ



Nowosielski i Partnerzy

Adwokaci i Radcy Prawni