

Umowy wydawnicze

Podpisanie umowy wydawniczej to często jeden z najważniejszych etapów w życiu artysty. Związanie z wytwórnią trwa często wiele lat – warto wiedzieć w związku z tym o co zadbać i jakie konsekwencje można ponieść podpisując umowę bez jej dokładnego sprawdzenia.

Umowa wydawnicza to jeden z najbardziej skomplikowanych rodzajów umów w świecie muzyki. Z tego tekstu dowiesz się wszystkiego co powinieneś o niej wiedzieć jako artysta.

Wydawca – czy jest mi potrzebny?

Warto zacząć omawianie umowy wydawniczej o tego czy artysta w ogóle jej potrzebuje!

Często artyści, którzy trafiają do nas przed zawarciem umowy wydawniczej nie wiedzą, czy w ich sytuacji umowa z wydawcą jest w ogóle konieczna.

Przed rozpoczęciem poszukiwań wydawcy należy zadać sobie pytanie – do czego jest nam potrzebny wydawca? Błędem popełnianym przez wielu początkujących muzyków jest zakładanie, że znalezienie wydawcy i podpisanie z nim umowy to gwarancja sukcesu, a w dodatku – jedyna możliwa ścieżka. Są jednak artyści, którzy osiągają sukcesy bez wsparcia wydawcy, działając w modelu tzw. self-publishingu, czyli wydają swoje nagrania sami. Wybór właściwej ścieżki wymaga rozsądnej oceny, czy sami będziemy w stanie poradzić sobie chociażby z promocją swoich nagrań. Jeżeli zidentyfikujemy zadania, z którymi sami nie będziemy w stanie sobie poradzić, to otrzymujemy odpowiedź na pytanie, czy potrzebujemy wsparcia wydawcy, a jeśli tak – czego od niego powinniśmy oczekiwać.



Nad tym, czy potrzebujemy wydawcy należy również zastanowić się w sytuacji, gdy otrzymujemy propozycję od samego wydawcy. Ekscytacja tym, że wydawca przychodzi z propozycją współpracy często skłania do podejmowania pochopnych decyzji. Jeśli jesteśmy w stanie samodzielnie poradzić sobie z organizacją, dystrybucją, itd. – wydawca będzie zbędny i będzie tylko pomniejszał zyski artysty.

Modele współpracy z wydawcą

Jeśli rozważamy współpracę z wydawcą, warto poznać modele współpracy.

Może być tak, że podczas analizy tego czy potrzebujemy wydawcy okaże się na przykład, że poradzimy sobie z organizacją nagrań, ale już z dystrybucją nie. W takiej sytuacji należy odpowiednio dobrać model współpracy.

W branży muzycznej funkcjonują różne modele umów wydawniczych. Różnią się one między sobą m.in. stopniem i trwałością związania artysty z wytwórnią. W największym uproszczeniu wyodrębnić można 3 modele współpracy:

Model dystrybucyjny

- Ten model zakłada związanie się w wytwórnię w najmniejszym stopniu.
- Głównym zadaniem wytwórni będzie sprzedaż egzemplarzy na nośnikach fizycznych (dystrybucja fizyczna) lub udostępnienie nagrań na portalach streamingowych (dystrybucja cyfrowa).
- Wytwórnia nie ingeruje w pozostałą działalność artysty – koncertową, promocję, kreowanie wizerunku.
- Jest to model dla artystów ceniących niezależność i swobodę, którzy są w stanie sami podołać w szczególności organizacji promocji, działalności koncertowej itd.

Model wydawniczy

- Jest to model, który przewiduje związanie się z wytwórnią w zdecydowanie większym stopniu niż w przypadku modelu dystrybucyjnego.
- Poza samą dystrybucją, wydawca zobowiązuje się też do promocji artysty, wspierania lub finansowania nagrań utworów i teledysków.
- Współpraca w tym modelu może być korzystna dla osób, które nie byłyby w stanie samodzielnie zorganizować sobie promocji.
- Ten model może też ułatwić start artysty od strony finansowej, ze względu na często występujące wsparcie finansowe artysty ze strony wydawcy.

Model 360°

- Wybranie tego modelu skutkuje największym związaniem artysty z wydawcą.
- Jest to najbardziej kompleksowy rodzaj współpracy, który poza dystrybucją, promocją i zaangażowaniem finansowym wydawcy, przewiduje również najczęściej management, współpracę koncertową, zarządzanie wizerunkiem artysty, publishing.
- Jest to najczęściej współpraca dłuższa niż w poprzednich modelach.

Po czym poznać dobrego wydawcę?

Rynek muzyczny rozrasta się każdego roku. Artysta może szukać wsparcia wśród całej gamy wydawców. Warto wiedzieć po czym poznać dobrego wydawcę, który sprost konkretnym oczekiwaniom.

Gdy rozpoczniemy rozmowy z wydawcą, warto ustalić jak najwięcej szczegółów, które składają się na jego ofertę dla nas. Szczególny nacisk powinniśmy położyć na uzyskanie informacji o tych kwestiach, które skłoniły nas do poszukiwania wydawcy.

Jeżeli na przykład motywacją do poszukiwania wydawcy było dla nas to, że sami nie dalibyśmy rady zorganizować i sfinansować nagrań teledysków, to powinniśmy dążyć do uzyskania konkretnych zapewnień co do zamierzeń wydawcy – ile teledysków zostanie dla nas wyprodukowanych i jaka kwota zostanie na nie przeznaczona. Podobnie podchodzić należy do kwestii promocji. Należy ustalić między innymi, jaki budżet promocyjny przewiduje wydawca. **Brak konkretów może świadczyć o tym, że wydawca nie ma wobec nas poważnych zamiarów.**

Warto również sprawdzić portfolio wydawcy - jeśli zobaczymy, że z danym wydawcą współpracują artyści, których kariera bardzo prężnie się rozwija – może świadczyć to o profesjonalizmie wydawcy. Sprawdzenie portfolio pomoże również ocenić, czy dany wydawca ma doświadczenie w danym gatunku twórczości. Nie ma bowiem żadnego sensu wybranie się z płytą jazzową do wydawcy, który współpracował dotychczas tylko z zespołami metalowymi.



Co może znaleźć się w umowie wydawniczej?

Umowy wydawnicze często mają nawet kilkadziesiąt stron. Co w takim razie wpływa na taką ich objętość?

W umowach wydawniczych może znaleźć się wiele różnych postanowień. Do najczęściej spotykanych należą postanowienia dotyczące:

Wynagrodzenia artysty	
Czasu trwania współpracy	
Ilości wydanego z wytwórnią materiału	
Przeniesienia praw majątkowych do utworów	
Praw do teledysków	
Prawo do otrzymywania tantiem	
Wykorzystania wizerunku w materiałach promocyjnych	
Możliwości przedłużenia umowy	
Kreowania wizerunku artysty	

Jak widać, **w umowie wydawniczej może zostać zawarte mnóstwo istotnych postanowień**. Nie są to oczywiście wszystkie możliwe postanowienia. Jako specjaliści w tej dziedzinie spotykamy się na codzień z nowymi formami współpracy z wydawcami, które niosą za sobą niespotykane wcześniej zapisy umowne.

Propozycja zawarcia umowy z wydawcą – co zrobić?

Otrzymanie propozycji zawarcia umowy z wydawcą może przynieść artyście wiele ekscytacji. Należy jednak pamiętać, aby zawsze zachować zimną krew i zastanowić się nad decyzją czy daną umowę podpisać.

Bardzo często przychodzą do nas artyści, którzy podpisali umowę wydawniczą nie wiedząc do końca na co się zgadzają. Niestety bardzo często taka współpraca przynosi bardzo negatywne skutki finansowe, w tym problemy polegające na utracie praw do nagrań, teledysków, itd. Gdy problem dotyczy tylko pieniędzy – w najgorszym przypadku można poczekać do końca trwania umowy i zacząć zarabiać na godnych warunkach (co i tak jest bardzo uciążliwe i zdarza się bardzo często). Dużo gorzej będzie na przykład - jeśli przenieśliśmy prawa do nagrań lub teledysków na wytwórnę - nigdy nie będziemy mogli już na nich zarabiać.

Bardzo często warunki proponowane przez wydawcę mogą być skrajnie niekorzystne dla artysty: wspomniane przeniesienie praw majątkowych do nagrań i teledysków, zaniżone stawki wynagrodzenia, brak postanowień dot. nakładów finansowych na promocję, bardzo długi czas związania artysty z wytwórnią, prawo do dowolnego kształtowania wizerunku artysty przez wytwórnę, itd.

Niekorzystne dla artysty postanowienia umowy mogą być często ukryte lub po prostu nie do wychwycenia przez osobę bez doświadczenia w prawie muzyki. Warto skorzystać w związku z tym z usług profesjonalistów i skonsultować zaproponowaną przez wytwórnę umowę oraz przeprowadzić w późniejszym etapie jej negocjacje.

Poniżej przedstawimy na co zwrócić uwagę przy konsultowaniu umowy wydawniczej i w jaki sposób to zrobić oraz jak zabrać się za negocjowanie jej warunków.

Konsultacje umowy wydawniczej

Brak właściwego skonsultowania umowy wydawniczej przed jej podpisaniem może mieć bardzo negatywne dla artysty skutki. Spróbujmy przedstawić to na przykładzie młodego artysty – Adama, który otrzymał propozycję współpracy z wytwórnią.

Młody muzyk o imieniu Adam tworzy piosenki - pisze teksty, nagrywa partie instrumentalne i wokal. Swoją twórczość wrzuca na YouTube. Po pewnym czasie okazuje się, że jego piosenki zdobywają sporą popularność – kilkaset tysięcy wyświetleń każdego numeru. Tworzy dalej, popularność cały czas rośnie i właśnie wtedy zauważa go jedna z wiodących wytwórni w Polsce. Jest bardzo zainteresowana współpracą. Zwraca się do Adama i proponuje mu współpracę – „Wydamy Twoje płyty, nagramy razem teledyski i pomożemy Ci zrobić ogromną karierę koncertową! Wyślemy Ci na maila umowę. Jak będziesz gotowy to daj znać, podpisujemy i zdobywamy świat!”.

Przed oczami Adama natychmiast zabłyśły światła Carnegie Hall, a wszystko dookoła zaczęło być usłane dolarami. Po chwili jednak ekscytacja ucichła, a do głosu doszedł zdrowy rozsądek. „Czy na pewno powinienem podpisać umowę bez jej sprawdzenia? W sumie nie jestem nawet w stanie zrozumieć wszystkiego co jest tam napisane tym zawiłym, prawniczym językiem... Muszę zgłosić się do kogoś kto się na tym zna.”

Reakcja Adama była zrozumiała – zachwyt propozycją współpracy od jednej z największych wytwórni to niesamowita szansa dla każdego muzyka. Niestety, nie wszyscy zastanowili się nad umową tak jak on. Wielokrotnie w środowisku muzycznym słyszymy historie „Gra świetnie, ale ten kontrakt z wytwórnią? Podobno ma z tego grosze... Mówił mi ostatnio, że więcej zarabiał jak sam wrzucał muzę na YouTube i sam ogarniał sobie koncerty. Podobno podpisał umowę na 8 lat.”

Co wydarzyło się później?

Na szczęście Adam zgłosił się do zawodowego pełnomocnika specjalizującego się w prawie muzycznym – ten poinformował go jak daleko idące konsekwencje spowodowałaby zaproponowana przez wytwórnię umowa. Przede wszystkim Adam straciłby prawa do swoich utworów bezpowrotnie. Podobnie prawa do teledysków, które nagrałby na własny koszt. Poza tym miał wydać jeszcze trzy płyty w tej wytwórni. Umowa wygaślaby po około 10 latach. Adam ma teraz 18 lat. Gdyby podpisał umowę bez zastanowienia i jej skonsultowania, do 28 roku życia żałowałby tej decyzji, a być może stracił szansę na karierę muzyczną zgodną z jego wizją. Zawsze może okazać się, że wydawca nie spełnia naszych oczekiwań. Jeżeli jednak podpisaliśmy umowę na długi okres, będziemy zmuszeni przez ten czas kontynuować współpracę, nawet jeśli nie będziemy z niej zadowoleni.

Może więc Adam za takie poświęcenie mnóstwo pieniędzy? Niestety, zaproponowane stawki były zdecydowanie poniżej średniej rynkowej, czego muzyk nie wiedział. Jeśli właściwie nie zweryfikujemy umowy wydawniczej, może okazać się, że choć nasza płyta sprzedaje się w tysiącach egzemplarzy, dostaniemy za to bardzo niewiele pieniędzy. Zdarza się, że wydawcy proponują początkowo w umowach warunki finansowe współpracy odbiegające na niekorzyść artysty od standardów rynkowych. Jeśli podpiszemy umowę bez jej sprawdzenia także pod tym kątem – zostaniemy skazani na niekorzystne warunki finansowe na cały czas jej trwania.

Wśród typowych zagrożeń związanych z podpisaniem umowy z wydawcą bez jej wcześniejszej konsultacji ze specjalistą wymienić należy:

- Zbyt długi czas związania artysty z wytwórnią
- Wyzbycie się na zawsze praw autorskich do utworów artysty
- Nadmierna ingerencja wydawcy w kwestie wizerunkowe
- Brak postanowień gwarantujących realizację wcześniejszych obietnic wydawcy (np. brak określenia budżetu promocyjnego).

Negocjowanie umowy wydawniczej

Po sprawdzeniu zaproponowanej umowy wydawniczej można przystąpić do jej negocjowania. Ten etap może uratować bardzo często zupełnie nieopłacalną dla artysty umowę.

Jak już wcześniej wskazaliśmy, przedstawiane przez wydawców propozycje umowy wydawniczej często nie odpowiadają oczekiwaniom artysty, nie są w pełni dostosowane do danej sytuacji, a w skrajnych przypadkach są krzywdzące dla artysty. W takich sytuacjach warto podjąć negocjacje.

Po konsultacjach umowy wydawniczej, których efektem najczęściej jest zidentyfikowanie punktów, które wymagają negocjacji, należy zastanowić się co dokładnie chcielibyśmy uzyskać.

Jednym z najważniejszych elementów przygotowania do negocjacji jest ustalenie warunków minimalnych, bez spełnienia których artysta nie powinien podpisywać umowy z wydawcą. Może to być np. konieczność uzyskiwania zgody artysty na wykorzystywanie piosenek w reklamach. Wymagana jest przy tym konsekwencja – jeżeli wydawca nie będzie skłonny do spełnienia tych warunków, artysta powinien wycofać się z negocjacji i zrezygnować z zawierania umowy z danym wydawcą. Powinien być przy tym opracowany plan „B”, tzn. ścieżka działania na wypadek niepowodzenia negocjacji, o której więcej w dalszej części.

Jeśli czujemy, że samodzielne negocjowanie warunków umowy z wydawcą może być dla nas zbyt obciążające, warto skorzystać z pomocy profesjonalisty, który posiada duże doświadczenie w prawie muzyki. Może to ułatwić cały proces i uprawdopodobnić korzystne zakończenie negocjacji. Warto pamiętać o tym, że osoby pracujące w wydawnictwach muzycznych mają często bardzo duże doświadczenie negocjacyjne. Ponadto luźna atmosfera rozmów, która panuje często w branży muzycznej, może prowadzić do dekoncentracji i nieświadomego zgodzenia się na niekorzystne warunki lub odejście od ustalonych warunków minimalnych.

Jakie postanowienia umów wydawniczych najczęściej podlegają negocjacjom?

Jeśli chcemy przystąpić do negocjowania umowy wydawniczej, warto wiedzieć co najczęściej podlega negocjacjom. Taka wiedza pozwoli na uporządkowanie negocjacji i skupienie się na najistotniejszych punktach.

Bardzo często negocjacji podlega czas trwania umowy. Z punktu widzenia wydawcy, długi czas trwania umowy daje lepsze perspektywy na osiągnięcie zysku. Przez dłuższy czas wydawca może osiągać korzyści wynikające m. in. z wcześniejszych działań i nakładów promocyjnych. Dla artysty długi czas trwania umowy może jednak być poważnym zagrożeniem. Jeżeli współpraca z wydawcą nie będzie się dobrze układać, a zwłaszcza jeśli dojdzie wręcz do konfliktu, konieczność wydania kolejnych płyt u danego wydawcy może być niezwykle uciążliwa.

W branży znane są historie artystów, którzy z powodu niekorzystnego kontraktu zmuszeni byli do nagrywania kolejnych płyt dla wydawców, z którymi pracowało im się bardzo źle. Często przekładało się to też na niesatysfakcjonujący poziom artystyczny – wypełnienie kontraktu wymagało dostosowania się do preferencji wydawcy, a nie ambicji artystycznych muzyka. W ramach rozsądnie prowadzonych negocjacji nieraz udaje się skrócić pierwotnie proponowany czas trwania umowy wydawniczej czy też wprowadzić zapisy gwarantujące możliwość wcześniejszego jej rozwiązania w razie spełnienia się określonych warunków (np. naruszenie przez wydawcę podstawowych obowiązków wynikających z umowy wydawniczej). Rozsądne negocjacje wymagają oczywiście odpowiedniego rozeznania w branży – oczekiwanie skrócenia czasu trwania umowy do np. 6 miesięcy byłoby oczekiwaniem nierealistycznym i wskazywałoby na brak doświadczenia osoby prowadzącej negocjacje.

Dla wielu muzyków cenne jest zachowanie swobody w zakresie kreowania wizerunku. Jeżeli dla danego artysty autentyczność jest wartością bezcenną, to w toku negocjacji należy przedyskutować ten temat z wydawcą i dążyć do wprowadzenia do umowy takich postanowień, które uchronią artystę przed narzucaniem mu działań sprzecznych z jego przekonaniami. Takie postanowienia umowy wydawniczej mogą np. ustanawiać ograniczenia co do udziału artysty w

reklamach. Negocjując należy przy tym pamiętać, że wydawca ma uzasadniony interes w wykorzystywaniu wizerunku dla celów prowadzenia skutecznej promocji nagrań artysty.

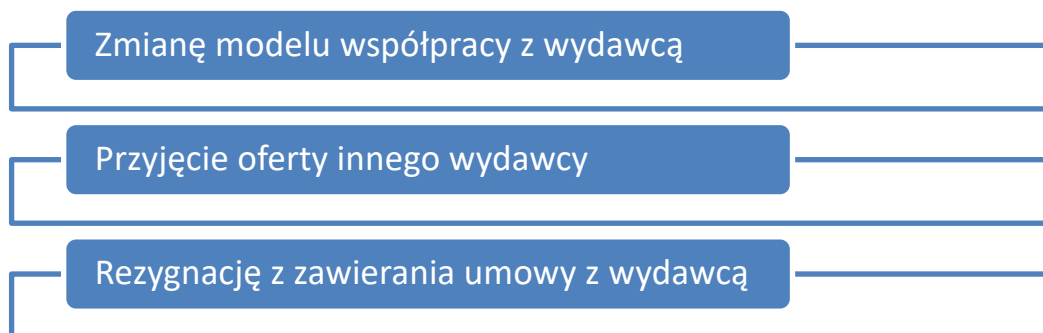
Inną ważną kwestią podlegającą negocjacjom są postanowienia dotyczące obowiązków wydawcy. Często spotykanym problemem jest to, że deklaracje składane we wcześniejszych rozmowach nie znajdują potwierdzenia w zaproponowanym tekście umowy wydawniczej. Rolą osoby prowadzącej negocjacje jest w takiej sytuacji wprowadzenie do umowy postanowień dających możliwość egzekwowania obietnic wydawcy. Może to dotyczyć np. budżetu promocyjnego – w umowie wydawniczej może zostać określona np. minimalna kwota, jaką wydawca zobowiązany jest przeznaczyć na promocję każdego albumu.



Niepowodzenie negocjacji – co zrobić?

Nie zawsze negocjacje przebiegają po myśli artysty. Niekiedy wpływa na to rozbieżna wizja współpracy między artystą a wydawcą.

Prawidłowe przeprowadzenie negocjacji wymaga opracowania planu „B”, tj. ścieżki działania na wypadek niepowodzenia negocjacji. Bez takiego alternatywnego planu pozycja negocjacyjna jest bardzo słaba. W ramach przygotowania do negocjacji należy w związku z tym opracować odpowiedni plan, który może zakładać między innymi:



Niepowodzenie negocjacji nie musi więc oznaczać rezygnacji z kariery muzycznej. Należy przemyśleć jak najwięcej możliwych, korzystnych opcji współpracy. Z wydawcą, z którym negocjacje początkowo się nie powiodły, możemy próbować zawrzeć umowę w innym modelu (np. zrezygnować z modelu wydawniczego na rzecz modelu dystrybucyjnego).

Gdyby jednak się to nie udało – możemy przyjąć ofertę innego wydawcy (zarówno czekając na taką ofertę, jak i samemu szukając wydawcy). Niepowodzenie negocjacji może również doprowadzić do decyzji o samodzielnym kreowaniu kariery bez udziału wydawcy. Jak pisaliśmy już wcześniej – aktualnie coraz częściej artyści decydują się na samodzielne zarządzanie swoją działalnością muzyczną, czyli tzw. self-publishing.

O co zadbać zanim podpiszę umowę wydawniczą?

Skonsultowanie umowy wydawniczej i wynegocjowanie odpowiednich warunków to niestety nie wszystko co powinniśmy zrobić przed podpisaniem takiej umowy. Trzeba jeszcze zadbać o prawa do materiału.

Poważnym błędem jest podpisanie umowy z wydawcą bez odpowiedniego przygotowania w postaci wcześniejszego zawarcia umów m. in. z osobami zaangażowanymi w nagranie materiału. Niezależnie od modelu współpracy musimy dysponować wyłącznymi prawami do materiału, który oferujemy wytwórni. Aby dysponować wyłącznymi prawami do materiału, musimy zawrzeć pisemne umowy z wszystkimi osobami zaangażowanymi w powstanie nagrania (są to m. in. kompozytorzy, autorzy tekstów, muzycy sesyjni, producent muzyczny, wykonawca miks). W przeciwnym razie ryzykujemy, że którakolwiek z tych osób będzie mogła wstrzymać dystrybucję nagrań. Narazi nas to na odpowiedzialność także wobec wydawcy, który w związku z wydaniem naszych nagrań ponosi określone koszty. Jeżeli z powodu wstrzymania dystrybucji nie będzie w stanie ich odzyskać, będzie dochodzić od nas odszkodowania.

To samo dotyczy sytuacji, w której nagrywaliśmy np. teledyski. Musimy wówczas podpisać odpowiednie umowy z wszystkimi osobami, które w nagraniach teledysków brały udział, m.in. aktorami, reżyserami, scenarzystami, itd.

Wracając do wcześniejszej historii – gdyby Adam do nagrania płyty wykorzystał beaty stworzone przez jego kolegę, nie mógłby zawrzeć umowy z wydawcą bez wcześniejszego zawarcia pisemnej umowy z kolegą – autorem beatów. Umowa wydawnicza często gwarantuje wydawcy możliwość żądania przedstawienia przez artystę kompletu niezbędnych umów. Niezałatwienie tych spraw może więc zostać w łatwy sposób zweryfikowane przez wydawcę. Dobry doradca poleciłby więc Adamowi wstrzymanie się z podpisaniem umowy z wydawcą nie tylko w celu analizy jej treści, ale także w celu wyczyszczenia praw do nagrań. Pozwoli to uchronić Adama przed scenariuszem, w którym zamiast zarabiać na muzyce wielkie pieniądze, poniesie straty związane z koniecznością zapłacenia wydawcy odszkodowań.

Podsumowanie

Proces zawarcia umowy wydawniczej jest bardzo skomplikowany. Warto jednak przejść przez przedstawione przez nas etapy i zapewnić sobie spokojną realizację umowy z wydawcą. Poniżej, w ramach podsumowania, prezentujemy modelowy, poprawny przebieg zawierania umowy z wydawcą.

