

Москва
Т.А.Б.И.И.

24-30.1.02

Культура. —
2002. — 24-30 янв. —
с.2

Битва за бренд

ГАБТ вырабатывает стратегию

Участившиеся случаи вольного обращения с торговой маркой Большого театра вынудили руководство ГАБТа, отложив все прочие неотложные дела, в первую очередь сосредоточить свое внимание на этой проблеме. Было решено объявить тендер по выбору компании, которая взялась бы отслеживать незаконное использование бренда Большого.

— Прежде чем объявлять этот тендер, — рассказывает директор ГАБТа Анатолий Иксанов, — надо еще провести довольно сложную предварительную работу. Объявлять "наобум" нельзя, не имеет смысла — сначала нужно найти те фирмы, которые были бы заинтересованы в том, чтобы связать свою деятельность с именем Большого театра. Мы ставим довольно трудную задачу, ведь полноценное отслеживание наших интересов возможно лишь в том случае, если оно

будет организовано по всему миру, то есть нашему партнеру необходимо будет обзавестись своими представителями во многих странах. Кроме того, условия, которые мы предлагаем, не отличаются большой привлекательностью: вперед мы платить не можем, и наш партнер должен изъявить согласие работать за проценты с тех сумм, которые отсудит в результате организованных и выигранных им процессов в защиту нашего бренда. В подборе потенциальных участников конкурса нам помогают две известные американские фирмы: консалтинговая компания MacKenzy (с ее помощью мы, в частности, разрабатывали структуру управления театром) и юридическая фирма Clifford Chance Punder Ltd, с которой до вопиющей израильской истории мы занимались исследованием ситуации, связанной с авторскими правами театра в области аудио- и видеозаписи —

в нашем законодательстве все это довольно запутано.

...Что касается "вопиющей израильской истории", как известно, вылившейся в судебное разбирательство, то первый ее этап — временное запрещение гастролей, организуемых фирмами FN Production и Vichansky Production под маркой Большого театра, — был сразу же успешно пройден. Теперь израильским адвокатам Большого предстоит бороться за возмещение ущерба (иск предъявлен в общей сложности на сумму 500 тысяч долларов) и лишение обеих фирм права заниматься организацией гастролей на территории Израйла.

Вихански предлагает мировое соглашение, и Большой (в процессе участвуют зам. директора ГАБТа Д.Родионов и начальник договорно-правового управления И.Ильина) не возражал бы, но лишь в том случае, если получит компенсацию в разме-

ре 100 тысяч долларов. Эта фирма ссылалась на письмо оркестрантов Большого театра, обнадеживших ее в отношении использования бренда (оркестранты уже покаяться перед родной дирекцией, и ей тоже написали письмо, уже, конечно, не "предпринимательское", но покаянное). FN Production вообще не имеет никаких претензий, всецело признавая свою вину. Между тем А.Иксанов входит во вкус судопроизводства. По его словам, некая юридическая фирма, нанятая партнером ГАБТа в Австралии, берется отсудить в пользу Большого театра — тоже за незаконное использование торговой марки — 300 — 350 тысяч австралийских долларов. Но для начала просит аванс в размере 10 тысяч. "Вот получим компенсацию в Израиле, — думает Анатолий Геннадьевич, — и заплатим этот аванс".

Наталья ШАДРИНА