

УДК 347.77:339.166.5:351.1/4

Токарева Віра Олександрівна,

кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри цивільного права,
Національного університету «Одеська юридична академія»,

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ІНДУСТРІЇ МОДИ

Стан дослідження теми. В умовах глобалізаційних процесів стає просто та швидко відтворити будь-яку творчу ідею представленою відомим дизайнером та брендом за лічені години. Достатньо лише наявності фото твору на тижні моди для створення масштабної партії доброякісних копій товарів за тиждень. Подібні копії товару цілком можуть конкурувати у індустрії, хоча переважно у сегменті швидкої моди (fast fashion). Така ситуація призводить до того, що дизайнери встали перед питанням пошуку способів захистити своїх прав. Саме такі актуальні способи охорони інтелектуальної діяльності в галузі індустрії, як товарний знак, авторське право, промисловий зразок і секрет виробництва моди будуть розглянуті далі.

Стан дослідження теми. Питання щодо прав інтелектуальної власності, вираження права на творчість та наслідки копіювання товарів для суспільства присвячені праці таких науковців, як Лейкван Пан [2], Хаочен Сан [3], Кел Раустіала, Крістофа Спрігмана [4], Сіва Вайдняннантан [5], Федічкіна Ольга [6], Бузько Романа [7], Джоанна Блэкли [8], Мацюк Ю. [9] та інші. Разом з цим питання порушення прав інтелектуальної власності китайськими товаровиробниками не ставало предметом дослідження вітчизняних вчених.

Головною **метою** цієї статті є дослідження та порівняння застосування інструментів захисту інтелектуальної власності в індустрії моди передбачених законодавством України, США та ЄС.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи моду як мистецтво або індустрію виробництва, неможливо недооцінити значення інтелектуальної власності та ролі здійснюваної дизайнерами в процесі їх творчості. Результатом цієї діяльності є нові моделі одягу, тканини, фурнітури, образи, стиль та навіть нове розуміння життя. Прикладом є образ моделі 60-х років Твіггі та масштаб її впливу на жіночу моду, встановлення нових канонів краси, стилю та сприйняття жіночості [6]. Або вієнна стилю гранж та «героїнового» шику на індустрію моди та

стиль життя у 90-ті роки. Незважаючи на поширене твердження, що в індустрії моди більшість образів і орнаментів «нав'язані» тими чи іншими творами мистецтва, моделями одягу минулих століть або людьми які модифікують і комбінують одяг на вулицях (вуличним стилем), важливо розрізнити натхнення та плагіат, що подекуди буває складно здійснити.

Слід визнати, що на сьогодні вітчизняна галузь індустрії моди знаходиться не на висшій точці підйому, а з тим виробники ще не замислюються над вжиттям заходів, щодо охорони дизайну своїх унікальних творів [7]. Можна припустити, що причини полягають в недостатній обізнаності споживачів які можуть відрізнити підробку від оригіналу, або, навпаки, обізаному вибору споживачами доступних копій китайських виробників та товарів швидкої моди. Разом з тим українська правова система містить необхідні інструменти для охорони унікального дизайну і зовнішнього вигляду виробу.

Коли мова йде про захист бренду, першим на думку спадає товарний знак. *В якості товарного знака можуть виступати словесні, образотворчі, об'ємні та інші позначення, які покликані врегулювати Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [10].*

У США, наприклад, патентний захист поряд з товарним знаком може отримати форма виробу та його упаковка або фірмовий стиль. Фірмовий стиль – можна визначити як сукупність різних нефункціональних елементів, що формують свідомо відмітний або альтернативний імідж товару або послуги, який у США відноситься до різновидів товарного знаку, регулюється The Lanham Act (закон про торгові марки 15 U.S. Code § 1125), може бути зареєстрований патентним відомством США і товарних знаків (USPTO) і отримати захист у суді [11].

Фірмовий стиль складається з різних елементів, які використовуються для просування продукту або послуги, та розповсюджується на конфігурацію (дизайн та форма) товару. Для продукту, фірмовим стилем може виступати упаковка або конфігурація

самого продукту. Для послуги це може бути декор або навколишнє середовище, в якому послуга надається, наприклад, відмітний декор мережі ресторанів Hard Rock Cafe. Для того, щоб отримати захист, фірмовий стиль має бути по суті відмітним, якщо тільки він не набув вторинного значення або використання і подальше його використання іншими підприємцями повинно викликати ймовірність плутанини серед споживачів [12].

Визначення фірмового стилю більш широке, та розпосюджується на «загальний вигляд товару», і «може включати такі властивості як розмір, форма, колір або комбінації кольорів, текстуру, графіку і навіть методи продаж».

Фірмовий стиль створює зовнішній вигляд який функціонує, як слово або дизайн знака, як індикатор джерела. Наприклад пляшка парфюму Шанель № 5 миттєво пізнається, як парфюм Шанель № 5, навіть без назви Шанель на ній. Те ж саме справедливо стосується і для дизайну сумки Birkin від Hermes.

Судова практика свідчить, що форма, колір і розташування матеріалів дитячої лінії одягу може бути охоронспроможними як фірмовий стиль (хоча, дизайн одягу самі по собі не захищений). Практика США багата на подібні випадки, так обкладинка журналу, зовнішній вигляд, декор та стиль мережі мексиканських ресторанів, спосіб відображення вина в винному магазині можуть бути захищені як фірмовий стиль.

До найбільш відомих прикладів реєстрації фірмового стилю або зовнішнього вигляду товару та упаковки в якості товарного знаку можна віднести блакитну коробочку Tiffany, сумку Hermès Birkin, взуття Christian Louboutin із червоною підшовою, пляшка парфюму Шанель №5 [11].

Щодо кольору, в законодавстві РФ закріпили в 2014 році положення про можливість охорони таких не захищених раніше елементів, як форма, упаковка або колір, якщо такі елементи або їх комбінація набули розрізняльну здатність в результаті їх використання до моменту подачі заявки на реєстрацію товарного знаку. Це надало таким великим компаніям як Газпром, МТС та Ощадбанк можливість провести реєстрацію своїх фірмових кольорів як товарних знаків, стосовно визначених класів товарів і послуг, щодо яких вони придбали розрізняльну здатність і були зареєстровані. Газпром зареєстрував синій колір, МТС – червоний, а Ощадбанк – зелений [7].

Правова охорона надається промисловою зразку, що не суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі та відповідає умовам патентоспроможності, якою є новизна та оригінальність.

Відповідно до Закону України «Про охорону прав на промислові зразки» охорона промислового зразка, вимагає його реєстрації, яка може зайняти більше року, та його дія обмежена країною реєстрації. Це пояснює чому захист творів в якості промислових зразків не отримав широкого застосування в індустрії моди [13].

Дизайнери з Ставропольського краю вже отримали патент на «куртку шкіряну чоловічу зі знімною мутоною під стьожкою».

На відміну від промислових зразків, авторське право охороняється в силу його створення і не потребує обов'язкової реєстрації. Однак, в разі порушення авторських прав, автору необхідно мати докази свого авторства. У цьому має допомогти реєстрація авторського права, яка супроводжується депонуванням матеріалу у відповідному державному органі.

Розглядаючи твори дизайнерів як твори мистецтва, а новий дизайн у значній мірі сприймається з естетичної, а не з функціональної точки зору, то доречно говорити про авторське право як механізм захисту творів в індустрії моди. Питання щодо поширення охорони авторського права на об'єкти дизайну, його пропорції та зовнішній вигляд є досить актуальним питанням в індустрії моди.

Об'єктами авторських прав, згідно із ст. 8 Закону України «Про авторське право і суміжні права», є твори науки, літератури і мистецтва незалежно від достоїнств і призначення твору, виражені в будь-якій об'єктивній формі, в тому числі в письмовій, усній формі, у формі зображення, у формі звуко-чи відеозапису, в об'ємно-просторовій формі. Передбачений перелік об'єктів авторського права включає в себе, серед іншого, твори графіки, дизайну та інші твори образотворчого мистецтва і твори декоративно-прикладного мистецтва [14].

Широке коло об'єктів авторського права передбачених законодавством дозволяє стверджувати про те, що дизайн одягу чи вироби (сумки, ювелірні вироби, оправы окулярів) також може розглядатися як об'єкт авторського права і претендувати на відповідну охорону. На даний момент, випадки звернення власника виключних прав на дизайн виробу з претензією до недобросовісного конкурента є непоширеними.

Відповідно до ст. 11 Закону України «Про авторське право і суміжні права» передбачена можливість реєстрації авторських прав та отримання свідоцтва, наявність якого може стати доказом авторства в разі його оскарження в суді та у відносинах з третіми особами при укладанні ліцензійних договорів, договорів про передачу майнових прав на об'єкти авторських прав. До того ж, реєстрація

авторського права вимагає при подачі заявки надання копії матеріалів про об'єкт, що може стати доказом у разі виникнення спору щодо встановлення авторства та підтвердження факту роботи над твором.

Автору належать особисті немайнові та майнові права. Стосовно немайнових прав – автор може вимагати визнання свого авторства, використовувати псевдонім, дозволяти або забороняти під час публічного використання його творінь згадувати про себе, вимагати збереження цілісності твору та протидіяти будь-якій зміні та посяганню на твір. Майнові права передавачають виключне право дозволяти або забороняти використання творіння іншими особами, та діють протягом життя автора і 70 років після його смерті (ст. 14, 15 Закону України «Про авторське право і суміжні права»).

На думку ВОІВ, з правової точки зору, авторське права є найменш захищеним, в тому аспекті, що в разі його порушення, порушника важче закликати до відповідальності, ніж у випадках порушень прав власника товарного знака або промислового зразка [15].

На відміну від промислового зразка, який діє територіально, авторське право, яке виникло на території однієї країни, буде визнаватися на території інших країн на підставі міжнародних договорів і не вимагає повторної реєстрації. Також авторське право не має прив'язки до новизни, його можна зареєструвати в будь-який проміжок часу з моменту створення. Слід враховувати, що промисловий зразок, авторське право реєструються за формальними ознаками, тобто для реєстрації авторського права досить звернутися до відповідного державного органу із заявою та надати зразки того матеріалу, що депонується.

У різних країнах процес охорони інтелектуальної власності в моді влаштований відповідно до різних принципів і законів.

У США, твори індустрії моди вважаються занадто функціональними та практичними, щоб визнаватися художніми творами та отримати захист авторським правом. Що обумовлено складністю у відділенні творчої складової, наприклад орнаменту, від самого одягу, як функціональної складової. Водночас коли вдається відділити окремі елементи, такі як орнамент, від самого одягу, твір індустрії моди може отримати захист відповідно до норм авторського права. Прикладом є справа *Kieselsteincord* проти *Accessories by Perl* в 1980 році, позивач вважав, що пряжка ременя може бути захищена за допомогою авторського права, оскільки елементи дизайну можуть бути відокремлені від функціонального призначення пряжки. Цей випадок встановив правило, що декоративні елементи одя-

гу можуть бути захищені авторським правом, у разі їх фізичного або концептуального відокремлення від утилітарної складової [16].

Щодо Європейського Союзу, то на його території діє Постанова Ради ЄС №6/2002/ЄС від 6/2002/ЄС про промислові зразки яка встановлює єдину систему охорони прав на промислові зразки на своїй території ЄС, та прямо визнає охоронозданість дизайну та надає захист як зареєстрованим, так незареєстрованим творам дизайну [17].

Разом з цим аналіз проведений американськими науковцями К. Спрігманом та К. Рауастиалом дає підстави вважати, що такі міри охорони як реєстрація нового патенту або промислового зразку дизайну на території ЄС не є високо-затребуваним засобом захисту [18].

До того ж як зазначає Дж. Блеклі немає сенсу реєструвати модель одягу, якщо іншому виробникові достатньо лише відрізати знизу пару сантиметрів від цієї моделі і запатентувати її як власний винахід [8].

Тому закріплена можливість патентного захисту творів в індустрії не є перешкодою для виробників «швидкої моди», як *Zara*, *H & M*, *TopShop* продовжувати для копіювати та надихатися творами «високої моди». Хоча таке копіювання-надихання всластиве не лише для компаній швидкої моди, а поде-куди трапляється з *Миуччи Прада*, *Діаною фон Фюрстенберг* та іншими.

Цілком природним виникає питання, щодо можливості існування прямої конкуренції між товаровиробниками швидкої моди та люксовими брендами та чому люди готові переплачувати за речі які можна придбати за десятки або навіть сотні разів дешевше. На це питання дав відповідь Том Форд, який зізнався, що у результаті дослідження ринку виявилось, що покупці копій не є їх клієнтами, а з тим і виробництво таких товарів не складає конкуренцію [8].

Тож можна зазначити, що причини відсутності конкуренції між такими товаровиробниками в якості товарів, належності споживачів до різних прошарків населення та статусу *Zara* і *Valentino*.

Хоча, в умовах світової економічної кризи, все більше пропагується ідея поєднання в одному гардеробі дешевих і дорогих брендів. І, звичайно, не варто забувати про копіювання не лише дизайну товару, а й товарного знаку китайськими і турецькими виробниками.

Слід звернути увагу, що творам індустрії моди властива стрімка втрата актуальності, що диктується зміною модних тенденцій на ринку моди та коротким циклом актуальності твору, що впливає на вибір режиму правової охорони дизайнерських рішень в світі моди [8].

Безсумнівно, деякі дизайнерські рішення приходять і йдуть після закінчення сезону, проте існують і так звані «вічні цінності», як наприклад, вже згадувана сумка «Келлі або плаття «Королева Єлизавета II», створене Джоном Галіано для колекції Haute Couture від Dior в 1998 році, або класичний дизайн костюма Шанель, розроблений в 30-ті роках 20 століття. Багато відомих будинків мод в різний час створюють «вічні шедеври» і якщо їх творці вчасно не подбають про захист своєї інтелектуальної власності, то недобросовісні конкуренти абсо-

лютно безкарно зможуть скористатися створеним об'єктом права інтелектуальної власності [19].

Висновки. Підсумовуючи викладене можна зазначити, що один й той самий товар або сукупність елементів може бути захищена за допомогою декількох інструментів охорони інтелектуальної власності. Така їх властивість в жодній мірі не зменшує ефективність захисту творів інтелектуальної власності в індустрії моди [9], а навпаки сприяє їх дієвому впливу. Такий прийом захисту за допомогою декількох способів правової охорони одночасно називають багатошаровою охороною [7].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Фокин Г. Блеск и правовая нищета индустрии моды https://zakon.ru/discussion/2016/3/26blesk_i_pravovaya_nischeta_industrii_mody
2. Laikwan Pang. Creativity and Its Discontents: China's Creative Industries and Intellectual Property Rights Offenses. – 2012. – 312 p.
3. Haochen Sun. The Luxury Economy and Intellectual Property: Critical Reflections. – 2015. – 368p.
4. Kal Raustiala. The Knockoff Economy: How Imitation Sparks Innovation. – 2012. – 280 p.
5. Siva Vaidhyanathan. Copyrights and Copywrong: The Rise of Intellectual Property and How it Threatens Creativity – 2003. – 150 p.
6. Федичкина О. Интеллектуальная собственность в мире моды. 16 мая 2011. – Режим доступа: <http://creativeindustries.ru/rus/publications/20>
7. Бузько Р. Интеллектуальная собственность на страже границ индустрии моды. – Режим доступа: <http://www.buzko.legal/content-ru/ip-in-fashion-industry>
8. Джоанна Блэкли: Выводы из свободной среды индустрии моды. [3 февраля 2011]. – Режим доступа: http://tedxyouth.org/talks/lang/rus/johanna_blakley_lessons_from_fashion_s_free_culture.html
9. Мацюк Ю. Интеллектуальная собственность в мире моды. Дизайнер, а ты защитил внешний вид своего творения? – Режим доступа: <http://synergy.ua/ru/about/publikatsii/statyi/intellektualnaja-sobstvennost-v-mire-mody-dizajner-a-ty-zashhitil-vneshnij-vid-svoego-tvoreniya.html>
10. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України // Відомості Верховної Ради. – 1994. – 7. – Ст. 36.
11. Trade dress law September 19, 2016. – Режим доступа: <http://www.thefashionlaw.com/learn/trade-dress>
12. What is Trade Dress? – Режим доступа: <http://www.nolo.com/legal-encyclopedia/what-trade-dress.html>
13. Про охорону прав на промислові зразки: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 7. – Ст. 34.
14. Про авторське право і суміжні права: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 13. – Ст. 64.
15. Об интеллектуальной собственности. ВОИС. [3 февраля 2011]. – Режим доступа: <http://www.wipo.int/about-ip/ru/>
16. Cases of interest Kieselstein cord vs Accessories by Perl, Inc <http://www.thefashionlaw.com/learn/kieselstein-cord-v-accessories-by-pearl-inc>
17. Design Piracy Prohibition Act. – Режим доступа: http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page
18. Raustiala K. The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. Kal Raustiala, Chris Sprigman. – Режим доступа: <https://www.law.virginia.edu/>
19. IP and Business: Intellectual Property in the Fashion Industry. – Режим доступа: http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2005/03/article_0009.html

Токарева Віра Олександрівна

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ В ІНДУСТРІЇ МОДИ

У статті розглядаються теоретичні аспекти охорони творів інтелектуальної власності в індустрії моди. Забезпечити захист творів в індустрії моди покликані такі інструменти захисту інтелектуальної власності як: знаки для товарів та послуг, патент на дизайн та авторське права. Вони покликані захистити від копіювання та записування технологій іноземними та вітчизняними товаровиробниками. Проаналізовані засоби захисту творів інтелектуальної власності в індустрії моди та їх властивості.

Ключові слова: авторське право, копіювання, товарний знак, копіювання індустрії моди, фірмовий стиль, право індустрії моди.

Токарева Вера Александровна

ИНТЕЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

В статье рассматриваются теоретические аспекты охраны произведений интеллектуальной собственности в индустрии моды. Обеспечить защиту произведений в индустрии моды призваны такие инструменты защиты интеллектуальной собственности как: знаки для товаров и услуг, патент на дизайн и авторское право. Они призваны

