

## Интеллектуальная собственность в индустрии моды

Научный руководитель – Афанасьева Екатерина Геннадиевна

*Егорова Татьяна Юрьевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Кафедра предпринимательского права, Москва, Россия

*E-mail: egorova\_tanya97@mail.ru*

Люди подвержены влиянию модных течений. И на данном этапе мода является средством выражения индивидуальности. Торстейн Бунде Веблен (американский социолог и экономист) подчеркивал, что людям недостаточно иметь деньги и власть, чтобы завоевать уважение, необходимо, чтобы это было видно. И даже сейчас, в период демократического выравнивания, мода не теряет своего значения, а все больше усиливает свои позиции.[1] В индустрии моды ежегодно обращаются сотни миллиардов долларов, что демонстрирует ее значимость и в финансовом плане.[2]

К сожалению, дизайнеры нередко сталкиваются с нарушениями их прав, и по этой причине им приходится прибегать к правовым механизмам их защиты. Однако ввиду отсутствия детального регулирования и четко выработанных оснований применения ответственности за нарушения, эти правовые механизмы недостаточно развиты. Но в силу специфики исследуемой индустрии, нельзя однозначно сказать о необходимости подобного регулирования, поскольку деятельность в данной отрасли носит творческий характер. Таким образом, целью настоящей статьи является исследование проблемы регулирования отношений по поводу интеллектуальной собственности в индустрии моды.

В РФ дизайнеры могут получить правовую охрану при обращении к авторскому и патентному праву, а также в случае использования товарного знака.

### 1. Авторское право

В ст. 1259 Гражданского кодекса РФ содержится открытый перечень объектов авторского права.[3] В частности, к таким объектам относятся произведения дизайна. Поскольку в законе не определены четкие критерии отнесения к объектам авторского права, дизайны одежды или изделий могут получить правовую охрану как такого рода объекты.

Важно отметить, что для возникновения, осуществления и защиты авторских прав не требуется регистрация произведения или соблюдение каких-либо иных формальностей (п. 4 ст. 1259 ГК)

### 2. Товарный знак

Согласно п. 1 ст. 1477 Гражданского кодекса РФ, на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак.

Товарный знак защищает именно обозначение, то есть применительно к моде, защите подлежат логотип или обозначение торговой марки. Таким образом, дизайн продукта не подлежит охране, и мы не можем предотвратить его копирование в дальнейшем. Но тем не менее правовая охрана товарного знака эффективна, в связи с чем компании стремятся размещать его максимально часто на изделии (например, сумка Lois Vuitton содержит приблизительно 30 изображений товарных знаков). Товарный знак, исходя из ст. 1480 ГК РФ, подлежит государственной регистрации[4].

### 3. Патентное право

Дизайнерские решения могут подлежать охране в качестве промышленного образца. Согласно п. 1 ст. 1352 ГК РФ в качестве промышленного образца охраняется решение внешнего вида изделия промышленного или кустарно-ремесленного производства.

В 1352 статье также указаны признаки, которым должно соответствовать решение, а именно: промышленный образец должен быть новым и оригинальным. Получение патента фактически означает запрет для конкурентов использования дизайнерского решения на значительный срок. Примерами защиты изделий в качестве промышленных образцов могут служить солнцезащитные очки Catier, башмаки Crocs, ювелирное изделие в форме звезды Cristian Dior[5].

Исключительное право на промышленный образец подлежит государственной регистрации. Патент на промышленный образец выдается на 5 лет с правом неоднократного продления, однако общий срок не должен составлять более 25 лет.

Преимуществом слабой защиты интеллектуальной собственности может служить то, что копирование дизайнов заставляет модельеров совершенствоваться и создавать новые дизайны быстрее. «Быстрая мода» приводит к популяризации высокой моды, поскольку производители в сегменте масс-маркет стремятся внедрить в свои коллекции идеи известных модельеров.

Однако слабая защита позволяет другим дизайнерам копировать чужие труды, избегая лишних денежных и временных затрат. И возникает вопрос: если модельер не будет уверен, что созданный им дизайн будет защищен, есть ли стимул и желание творить? Более того, некачественные копии дизайнов могут повредить имиджу модельера, поскольку у незнающего клиента после подобной покупки сложится негативное мнение.

Другой проблемой является то, что чрезмерная защита приводит к возникновению монополий. В частности, на компанию Yves Saint Laurent (YSL) был подан иск компанией Christian Louboutin в связи с использованием YSL в дизайне туфель красной подошвы, поскольку Christian Louboutin была зарегистрирована красная подошва в качестве товарного знака. Суд сохранил монополию на красную подошву, но только в случае, если она контрастирует с основным цветом обуви. Таким образом, излишняя защита в подобных случаях «сковывает» других дизайнеров в их деятельности и отрицательно сказывается на развитии модных течений.

Но, безусловно, нельзя отказываться от защиты интеллектуальной собственности совсем. Например, сумки Birkin и Kelly от Hermès зарегистрированы в США в качестве товарных знаков. И это позволило французскому модному дому в 2012 году взыскать убытки в размере 100 млн. долларов с 30 компаний за продажу копий.[6]

Резюмируя вышесказанное, нельзя сделать однозначный вывод относительно необходимости охраны интеллектуальной собственности в индустрии моды. На мой взгляд, должен существовать баланс: правовая охрана интеллектуальной собственности должна существовать в данной сфере, в противном случае это приведет к злоупотреблениям, но необходимости в ее повышении, на мой взгляд, нет.

[1] Свендсен Л. Философия моды/ Пер с норв. А. Шипунова - М: Прогресс-Традиция, 2007

[2] Афанасьева Е. Г., Афанасьева Е. А. Интеллектуальная собственность в индустрии моды: Опыт США // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 4: Государство и право. — М., 2015. — № 3. — С. 119-125.

[3] «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 N 230-ФЗ.

[4] «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 N 230-ФЗ.

[5] Бузько Р.О. Интеллектуальная собственность на страже границ индустрии моды:

<http://fashion-law.ru/post/ip-in-fashion-industry>. Дата обращения: 20.02.2018

[6] Бузько Р.О. Интеллектуальная собственность на страже границ индустрии моды: <http://fashion-law.ru/post/ip-in-fashion-industry>. Дата обращения: 20.02.2018

### Источники и литература

- 1) Афанасьева Е. Г., Афанасьева Е. А. Интеллектуальная собственность в индустрии моды: Опыт США // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 4: Государство и право. — М., 2015. — № 3. — С. 119–125.
- 2) «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 N 230-ФЗ.
- 3) Свендсен Л. Философия моды/ Пер с норв. А. Шипунова – М: Прогресс-Традиция, 2007
- 4) Бузько Р.О. Интеллектуальная собственность на страже границ индустрии моды: <http://fashion-law.ru/post/ip-in-fashion-industry>. Дата обращения: 20.02.2018