

ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОХРАНЫ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРАВ НА ДИЗАЙН В СФЕРЕ МОДЫ

Маркеев А.И., кандидат юридических наук, доцент

Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени
А.Д. Крячкова

***Аннотация.** В настоящей работе представлены основные положения, касающиеся охраны исключительных прав на дизайн в сфере моды. Проанализирован вопрос отнесения объектов фешн-дизайна к объектам авторско-правовой охраны по смыслу статьи 1259 Гражданского кодекса Российской Федерации. Отдельное внимание уделено особенностям и важности правовой охраны бренда. Обращено внимание на опыт правового регулирования зарубежных стран правоотношений в данной сфере. Проведен анализ позиций судов по данному вопросу, а также возникающие в указанной сфере проблемы правоприменения. Работа содержит основанные на положениях законодательства и судебной практики зарубежных стран предложения для совершенствования законодательства Российской Федерации в области интеллектуальной собственности для обеспечения эффективной охраны прав на дизайнерские решения в индустрии моды.*

***Ключевые слова:** дизайн, мода, бренд, защита прав на дизайн, исключительные права на дизайн, патент.*

На сегодняшний день модная индустрия представляет собой самостоятельный сектор экономики, объем мирового рынка которого, составляет порядка двух триллионов долларов. Можно говорить о том, что мода, как и информационные технологии, — динамически развивающаяся креативная индустрия с колоссальным объемом мирового рынка. У данной индустрии есть своя специфика, которая отличает ее от прочих сфер креативной экономики и которая, безусловно, влияет на юридические вопросы, возникающие у компаний и дизайнеров в этой сфере.

Наиболее важные отличительные черты бизнеса в сфере моды: короткий жизненный цикл изделий, обусловленность дизайна функцией и трендами, сжатые сроки для создания коллекций, а также значение личности дизайнера либо культурного наследия бренда, которое влияет как на подходы к продвижению и позиционированию бренда, так и, например, на структурирование корпоративных сделок в сфере моды.

В настоящее время сфера дизайнерских разработок находится в стадии активного развития. Появляются все новые и новые дизайнерские решения. Появление новых участников данной сферы обуславливает рост конкуренции, что

в свою очередь ведет к необходимости защиты авторских прав и интеллектуальной собственности в данной индустрии. И здесь остро становится вопрос правовой обеспеченности охраны исключительных прав на дизайн в сфере моды.

Дизайнерские решения в индустрии моды в качестве объектов авторского права являются частью «модного права» и, прежде чем перейти к обсуждению самих дизайнерских решений, необходимо определить понятие модного права. Модное право, также известное как законы об одежде, является новой юридической дисциплиной, которая охватывает вопросы, связанные с жизнью одежды от концепции создания до защиты бренда.

Идея создания дизайнерского объекта в сфере моды и ее реальное воплощение, безусловно могут быть отнесены к числу интеллектуальной собственности. Владеть подобными объектами могут как физические, так и юридические лица, работающие в индустрии моды.

В данной сфере важным является вопрос правовой защиты объектов, которые могут быть отнесены к числу объектов промышленной собственности (например, конкретные модели одежды, изобретения или конкретные торговые марки, «бренды»). При этом многие вопросы

законодательно урегулированы на довольно высоком уровне: особенности регистрации промышленных образцов, сроки их защиты, уплаты пошлин и т. д.

Вопрос отнесения объектов фэшн-дизайна к объектам авторско-правовой охраны по смыслу ст. 1259 Гражданского кодекса РФ [1] (далее — ГК РФ) на практике является спорным, осуществить защиту таких объектов также затруднительно по ряду причин:

— возникновение авторского права связано с моментом создания объекта. В законодательстве не прослеживается связь момента создания объекта с определенными обстоятельствами (например, публикация сведений в журнале), что в значительной степени усложняет для правообладателя доказывание своего авторства;

— авторское право не в состоянии осуществить защиту правообладателя в ситуации, когда другим лицом будут представлены доказательства создания аналогичного дизайна в то же самое время в результате самостоятельной творческой деятельности. В качестве примера можно привести ситуацию параллельного создания двумя модельерами моделей аксессуаров, которые отличаются сходством или тождественностью;

— если речь идет о переработке существующего дизайна путем внесения незначительных творческих изменений, авторское право неприемлемо.

В настоящее время наиболее действенными способами защиты интеллектуальных прав в фэшн-индустрии являются:

— патент на промышленный образец (когда защищается уникальный дизайн одежды, обуви, головных уборов, то есть их внешнего вида, формы);

— регистрация товарного знака (когда защищается принт одежды, название бренда).

Бренд для дизайнера или модного дома, вероятно, самый важный нематериальный актив. Однако на практике, особенно в среде молодых дизайнеров, к защите бренда в качестве товарного знака прибегают редко. Многие дизайнеры, использующие в качестве бренда свое имя, считают, что в данном случае регистрация не требуется. Тем не менее, если на рынке появится конкурент, использующий такой же или схожий бренд, на который получено свидетельство о регистрации товарного знака, запретить конкуренту использование этого бренда будет крайне непросто. Тем самым, получение свидетельства

о регистрации товарного знака является необходимым и оправданным условием для последующего безопасного развития бренда.

Патент на промышленный образец является надежным способом защиты прав на созданный результат творческого труда. Однако характерные особенности дизайна одежды делают этот метод не востребуемым в данной отрасли. Так, длительный период регистрации в качестве промышленного образца и быстрая смена трендов в фэшн-индустрии на практике обуславливают отсутствие необходимости патентования дизайна таких объектов, что в свою очередь приводит к незащищенности дизайнерских коллекций.

Актуальность дизайна на рынке ограничена временными рамками, что обуславливает необходимость предоставления правовой защиты в оперативном порядке. Регистрационный процесс отличается своей длительностью и высокой стоимостью. Представляется, что на современном этапе, когда сезонные коллекции меняются регулярно, а появление новых дизайнерских решений практически непрерывно, сроки на регистрацию промышленных образцов в исследуемой мере должны быть короче установленных в настоящее время [3, с. 117].

Целесообразно в данном исследовании обратиться к опыту зарубежных стран в вопросе правовой охраны интеллектуальной собственности в фэшн-индустрии. Представляется возможным обратиться к законодательству США, Великобритании, Европейского союза (далее по тексту — ЕС), поскольку оно содержит положения, которые могли бы быть восприняты отечественным законодателем в сфере охраны дизайна одежды.

Система охраны промышленных образцов в ЕС урегулирована Директивой № 98/71 о правовой охране промышленных образцов 1998 г. [4] (далее — Директива ЕС), а также Регламентом № 6/2002 «О промышленном образце ЕС» 2001 г. [5] (далее — Регламент ЕС).

В Регламенте ЕС установлены два режима правовой охраны дизайна:

— посредством незарегистрированного промышленного образца ЕС;

— посредством зарегистрированного промышленного образца ЕС. При этом первый режим представляет особый интерес в контексте исследования, поскольку выступает уникальной разработкой европейского законодателя.

Законодательство ЕС предоставляет охрану Unregistered Community design при соблюдении ряда условий: публичное обнародование в государстве ЕС. Если по истечении года с момента обнародования заинтересованное лицо не обратилось с заявкой на регистрацию промышленного образца, то его право обращения с такой заявкой прекращается. Объект в таком случае получает правовую охрану только в качестве незарегистрированного дизайна. Если были выявлены нарушения, правообладателю необходимо доказать следующие обстоятельства:

— дату и место раскрытия дизайна впервые;

— подтвердить, что дизайн был действительно раскрыт ранее (в большей степени это касается дизайна индивидуального характера);

— подтвердить, что кругу потенциально заинтересованных лиц, если говорить о профессиональном сообществе, было известно о раскрытии дизайна;

— подтвердить, что предполагаемым производителем контрафактного товара, был скопирован дизайн правообладателя.

Охрана незарегистрированного дизайна опирается на общие правовые предписания относительно дизайна как объекта, получающего правовую охрану:

— новизна;

— индивидуальный характер.

Последний означает, что общее впечатление от дизайна, производимого на информированного потребителя, имеет отличия от общего впечатления, производимого на такого потребителя любым дизайном, который был обнародован до настоящего момента.

Если речь идет о незарегистрированном дизайне, то период времени начинает свое течение не с момента его регистрации, а с того момента, когда дизайн был публично обнародован. В отсутствие регистрации дизайна, но при условии доведения его должным образом до сведения общественности, его правовая охрана ограничена трехлетним периодом с момента его раскрытия без возможности продления срока. Столь короткий период правовой охраны обусловлен ориентацией именно на индустрию моды, в которой жизненный цикл изделий крайне незначительный, именно в этот период дизайн обладает коммерческой ценностью, тем самым регистрация динамично сменяющихся модных трендов не оправдана.

Таким образом, дизайнеры одежды обладают возможностью подать единую заявку на регистрацию нескольких промышленных образцов. Регистрация предполагает соблюдение ряда условий: образцы, в отношении которых устанавливается правовая охрана, должны относиться к одному классу. Иными словами, в законодательстве ЕС установлена возможность регистрации всей дизайнерской коллекции, включающей в себя как одежду, так и обувь, а также аксессуары. Если дизайн заявителя отвечает требованиям, предъявляемым к новизне и оригинальности, то ему предоставляется правовая охрана от копирования в течение трехлетнего периода с момента опубликования сведений о нем (иной предусмотренный законодательством способ раскрытия информации).

Режим «незарегистрированного промышленного образца», если учесть среднюю продолжительность смены трендов в фэшн-индустрии, а также высокие затраты на регистрацию промышленного образца, позволяет дизайнеру провести анализ спроса, оценку дальнейшей судьбы дизайна, и как следствие принять решение о необходимости получения патента на него. При этом дизайн правообладателя защищен законом от возможности копирования, поскольку ему предоставляется льготный трехлетний период охраны.

Законодательством Великобритании предусмотрена автоматическая защита дизайна в течение десятилетнего периода с момента первой продажи либо в течение пятнадцати лет с момента создания. Однако данное правило установлено в отношении трехмерных дизайнов. В качестве примера можно привести дело Карен Миллен [8]. Карен Миллен было выдвинуто обвинение в том, что Даннс Сторз был скопирован дизайн трех женских рубашек. Опровергая доводы заявителя, Даннс настаивали на том, что спорные изделия не имеют индивидуальных характеристик, бремя доказывания обратного, по мнению Даннс, лежит на заявителе. Суды всех инстанций поддержали доводы заявителя и вынесли решение в пользу Карен Миллен. В судебных решениях отмечается, что у правообладателя нет обязанности по доказыванию индивидуального характера дизайна, однако ему надлежит указать характеристики, которые составляют индивидуальный характер дизайна. Учитывая то, что каждый из элементов, использованных в изделиях Карен Миллен, обладали

известностью по отдельности, в своей комбинации они составили индивидуальную характеристику. Примечательно, что в деле *John Kaldor Fabricmaker UK Ltd v Lee Ann Fashions Ltd*. (2014) судом не отрицался тот факт, что принт тканей истца и ответчика производил одинаковое впечатление, однако в иске было отказано, поскольку истцу не удалось доказать, что ответчик не создал свой дизайн независимо [6].

В другом деле *G-Star Raw CV v Rhodi Ltd* (2015) судом было прямо указано, что оценка дела в отношении дизайна имеет отличия от схожих процедур в отношении авторского права. В данном случае обязанность доказывания того, что модель джинсов была скопирована, была снята с истца, поскольку ему удалось доказать существенную схожесть [7].

В США отсутствует законодательство, регулирующее правовую охрану дизайна, за исключением патента на дизайн (*design patents*), получение которого, как отмечалось выше, не всегда целесообразно, а в США такая возможность еще и ограничена существенными затратами на регистрацию. При этом за период с 2007 г. по 2009 г. на рассмотрение Конгресса США были предложены три билля H.R. 2033, S. 1957 и H.R. 2196, принятие которых могло бы наделить дизайн одежды охраной «*sui generis*» на трехлетний период.

В судебной практике США можно найти примеры охраны дизайнов, не прошедших регистрацию. В частности: дело *National Theme Productions, Inc. против Jerry B. Beck, Inc. и Whimsicality, Inc. v. Rubie's Costumes Co. Inc.* Суд, вынося решение по делу, признал, что маскарадные костюмы имеют отличное от повседневной одежды назначение, а в отношении свободы творчества дизайнера не могут быть установлены ограничения исходя из функционального предназначения вещи. По этой причине маскарадные костюмы были признаны

охраноспособными. Судом было отмечено, что авторским правом не охраняются функциональные, утилитарные элементы, однако в отношении маскарадных костюмов ситуация полностью противоположная. В остальных случаях возможна защита в качестве торговой марки одежды.

В России законодательством предусмотрена возможность регистрации промышленного образца в период, равный 12 месяцам со дня раскрытия сведений о нем (п. 4 ст. 1352 ГК РФ). При этом правовая охрана промышленного образца отечественным законодательством в этот период не предусмотрена. В этой связи законодательство ЕС представляется наиболее адекватным современным реалиям в области предоставления правовой охраны объектам фэшн-индустрии. Отечественному законодательству можно порекомендовать увеличить льготный период, а также предоставить правовую охрану в период его действия. В настоящее время защита фэшн-дизайна не отличается своей эффективностью. Кроме того, с учетом специфики правовой охраны модного дизайна представляется необходимым создать при поддержке государства или Национальной палаты моды специальной организации, которая занималась бы защитой прав дизайнеров на регулярной профессиональной основе.

Анализ зарубежной практики показывает, что в иных правовых системах имеется более широкий спектр охраны и защиты определенного фирменного стиля. Видится целесообразным заимствования данного опыта. И на данной основе реформировать отечественное законодательство. Например, представляется возможным дополнить ч. 2 ст. 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [2] категорию «иных элементов, индивидуализирующих хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товар» такими составляющими, как визуальные и информационные средства.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
2. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 11.06.2022) «О защите конкуренции» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3434.
3. Гончарова Я.А. Проблемы реализации и защиты интеллектуальных прав на аудиовизуальные произведения в сети Интернет : дисс. ... канд. юрид. наук. – М., 2019. – 177 с.

4. Директива № 98/71/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского союза «О правовой охране промышленных образцов» (Принята в г. Люксембурге 13.10.1998) – URL: <http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=1441> (дата обращения: 14.09.2022)

5. Регламент Совета ЕС № 6/2002 от 12.12.2001 «О промышленных образцах Сообщества» (принят в г. Брюсселе 12.12.2001) (с изм. и доп. от 18.12.2006) – URL: <http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=6414> (дата обращения: 14.09.2022).

6. John Kaldor Fabricmaker UK Ltd v Lee Ann Fashions Ltd. (2014). Электронный ресурс. Режим доступа. <https://www.pbip.com/news/68-john-kaldor-fabric-maker-uk-ltd-v-lee-ann-fashions-ltd> (дата обращения 15.09.2022).

7. National Theme Productions, Inc. против Jerry B. Beck, Inc. Электронный ресурс. Режим доступа : <https://casetext.com/case/natl-theme-productions-v-jerry-b-beck> (дата обращения 15.09.2022).

8. The Court of Justice of the European Union decision (C-345/13), June 19, 2014, дело Karen Millen Fashions Ltd v. Dunnes Stores. Электронный ресурс. Режим доступа. [https://ladas.com/education-center/court-justice-european-union-strengthens-unregistered-community-design-rights/#:~:text=The%20Court%20of%20Justice%20of%20the%20European%20Union%20\(%E2%80%9CCJEU%E2%80%9D,within%20the%20European%20fashion%20industry](https://ladas.com/education-center/court-justice-european-union-strengthens-unregistered-community-design-rights/#:~:text=The%20Court%20of%20Justice%20of%20the%20European%20Union%20(%E2%80%9CCJEU%E2%80%9D,within%20the%20European%20fashion%20industry) (дата обращения 15.09.2022)

LEGAL FEATURES OF THE PROTECTION OF EXCLUSIVE RIGHTS TO DESIGN IN THE FIELD OF FASHION

Markeev A.I., Candidate of Law Sciences, Associate Professor
Kryachkov Novosibirsk State University of Architecture, Design and Arts

***Abstract.** This paper presents the main provisions concerning the protection of exclusive rights to design in the field of fashion. The issue of attribution of fashion design objects to objects of copyright protection within the meaning of Article 1259 of the Civil Code of the Russian Federation is analyzed. Special attention is paid to the peculiarities and importance of legal protection of the brand. Attention is drawn to the experience of legal regulation of foreign countries of legal relations in this area. The analysis of the positions of the courts on this issue, as well as the problems of law enforcement arising in this area, is carried out. The work contains proposals based on the provisions of legislation and judicial practice of foreign countries for improving the legislation of the Russian Federation in the field of intellectual property to ensure effective protection of rights to design solutions in the fashion industry.*

***Keywords:** design, fashion, brand, protection of design rights, exclusive design rights, patent.*