

УДК 347

DOI <https://doi.org/10.32849/2663-5313/2020.10.01>**Таміла Бєгова,***канд. юрид. наук, доцент,**доцент кафедри цивільного права № 1**Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого***Владислава Рудика,***студентка IV курсу**Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого*

ПРАВОВА ОХОРОНА ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ІНДУСТРІЇ МОДИ

Однією з умов прийняття України європейською спільнотою є впорядкування законодавства нашої держави згідно з принципами та нормами Європейського Союзу. Сфера охорони прав інтелектуальної власності не є винятком. Незважаючи на стрімкий розвиток цієї підгалузі цивільного права після проголошення незалежності України, прийняття низки нормативно-правових актів, спрямованих на впорядкування таких відносин, варто зазначити, що сучасний світ стрімко розвивається, будучи глобалізованим і «діджиталізованим», а тому навіть 5 років мають значення і можуть докорінно змінити відносини у сфері інтелектуальної власності. Особливо гостро питання торкається індустрії моди, яка через її стрімкий розвиток не лише на міжнародному рівні, а й в Україні потребує дієвого правового регулювання. Розвиток ринку дизайнерських товарів, формування міжнародного модного іміджу України та інтеграції у глобальний світовий бізнес у сфері моди породжує необхідність забезпечення правових аспектів діяльності модної індустрії в Україні. Маючи за вектор законодавчу політику Європейського Союзу, метод компаративістики має важливе практичне значення для імплементації норм і врегулювання конкретних відносин на прикладі європейських країн і їх поступового впровадження у вітчизняне законодавство.

Аналіз міжнародної судової практики у цій сфері, наукових статей, праць провідних юристів вказує на численні проблеми визначення об'єктів права моди та встановлення критеріїв їхньої правової охорони, оскільки довгий час переважала теза про те, що всі речі, дизайнерські задумки та їхня реалізація мають виключно утилітарний характер, а тому немає необхідності їх охороняти на юридичному рівні, оскільки це може призвести до неоднозначності та суперечливості на практиці між товаровиробниками та споживачами.

Це дослідження спрямоване на визначення основних прогалин і недоліків українського законодавства у сфері інтелектуальної власності в індустрії моди, наголошення на необхідності визначення понять «мода», «бренд» і «дизайн» на законодавчому рівні. Проведено аналіз співвідношення понять торговельної марки та бренду. Здійснено порівняння правового регулювання таких відносин в Україні та країнах Європейського Союзу, що супроводжується прикладами судової практики у Європі. На основі Університету Масарика в Чехії вказуються основні аспекти права інтелектуальної власності в індустрії моди, критерії правової охорони об'єктів і форми їх захисту.

Ключові слова: право інтелектуальної власності, авторське право, законодавство Європейського Союзу, право моди.

Постановка проблеми. Незважаючи на те, що індустрія моди розвивалася досить тривалий час, юридичне закріплення об'єктів, які втілюють творчість і нестандартність їхніх дизайнерів, завжди залишалися під сумнівом і породжувала безліч дискусій. Проте сучасне ставлення до модних тенденцій, повага до дизайну як унікального та творчого процесу сприяє виділенню сфери моди права в окрему підгалузь права інтелектуальної власності. Міжнародні компанії, що

спеціалізуються на цій темі, фактично лише нещодавно почали публічно проголошувати про свою компетенцію в питаннях: «Fashion & beauty», «Fashion & luxury items», «Goods & Fashion», «Business of fashion» тощо. Провідні європейські університети відкривають окремі факультети та навіть інститути, які надають можливість здобути знання й отримати ступінь магістра у сфері права моди.

Спершу може виникнути враження, що індустрію дизайну та моди в Європі та,

наприклад, США важко порівняти із ситуацією в Україні. І так дійсно було ще років 10–15 тому, але реалії докорінно почали змінюватися починаючи з 2014 р., коли ринок легкої промисловості зазнав стрімкого розвитку. Цьому посприяла агресія з боку Російської Федерації, оскільки національна ідея та патріотизм відродила в українцях почуття поваги та солідарності до вітчизняного виробника, а вказівка на «made in Ukraine» (з англ. «зроблено в Україні») лише додавала значущості й актуальності такому продукту. До того ж, одним із факторів послугувало ще й подорожчання імпорту та підвищення курсу валюти. Усе це в сукупності стало рушійною силою для утворення економічного середовища функціонування індустрії моди, що, у свою чергу, потребує чіткої правової регламентації.

Аналіз міжнародної судової практики у цій сфері, наукових статей, праць провідних юристів вказує на численні проблеми визначення об'єктів права моди та встановлення критеріїв їхньої правової охорони, оскільки довгий час переважала теза про те, що всі речі, дизайнерські задумки та їхня реалізація мають виключно утилітарний характер, а тому немає необхідності їх охороняти на юридичному рівні, оскільки це може призвести до неоднозначності та суперечливості на практиці між товаровиробниками та споживачами.

Роздуми над цим питанням відображені у наукових статтях, тезах, юридичних конференціях, на яких акумулюються цікаві ідеї щодо майбутніх змін, яких має зазнати українське законодавство з цього приводу. Зокрема, варто виділити таких цивілістів і правників, як В.О. Токарева, Я.В. Скиба, О.А. Плюта, Т.Ф. Кислий, О.Л. Коцовська та ін. Ідея узагальнення правових норм, що регулюють право інтелектуальної власності індустрії моди, і конструювання відповідної галузі права нині користується підтримкою ряду вчених. Серед них – Е. В. Халипова, Н.М. Кейзеров, Т. М. Шамба та ін.

Українська мода, як і її правове регулювання, перебуває на етапі свого становлення, але необхідність розвитку виробництва українського ринку дизайнерських товарів, підвищення міжнародного іміджу України та її інтеграція у глобальний світовий бізнес у сфері моди диктують необхідність забезпечення правових аспектів діяльності модної індустрії в Україні та в світі. Думки стосовно місця права моди в українському законодавстві дуже різноманітні: починаючи з прийняття Кодексу права інтелектуальної власності, в якому окремим розділом буде представлений інститут, що регулює від-

носини у сфері дизайну та індустрії моди загалом, закінчуючи внесенням змін до Цивільного кодексу та Закону України «Про авторське право та суміжні права». І все ж такі певного консенсусу так і не дійшли ані правники-теоретики, ані практикуючі юристи.

Мета статті. Оскільки сфера моди та її правова регламентація лише нещодавно почала знаходити своїх прихильників, які усвідомлюють її значення на сучасному ринку, дуже важливо правильно запозичити досвід країн Європейського Союзу, які встановлюють фактично вектор розвитку нашої держави. З огляду на майбутні перспективи набуття статусу члена Європейського співтовариства, що призведе до тісного зв'язку економічного простору, неабияке значення має встановлення правової охорони дизайну та моди, щоб, по-перше, захищати власних товаровиробників, по-друге, утворити правове поле для захисту творчості іноземних дизайнерів.

Дослідження цієї теми потребує використання методу компаративістики (лат. *comparatio* – порівняно), зосередженого на вивченні правових систем різних держав шляхом зіставлення систем права, державних і правових інститутів, принципів права і правових норм.

Виклад основного матеріалу. Термін «мода» має декілька значень, які відображають його сутність і місце в суспільному виробництві. Насамперед мода – набір певних ознак, характерних для зовнішнього вигляду товарів (здебільшого одягу, косметики, дизайну інтер'єру та ін.), які є популярними, користуються попитом на ринку в конкретний період часу. Динаміка та специфіка стрімкого розвитку такого явища, як мода відображена у різних теоріях, які намагалися так чи інакше обґрунтувати фактори, що сприяли її розповсюдженню серед населення. Соціологи вважають найбільш доцільною й актуальною теорію Торстейна Веблена, котрий у своїй роботі «Теорія бездіяльного класу» вказує на те, що мода є атрибутом і своєрідним маркером соціального класу [1, с. 203]. Прихильник такої теорії Джордж Зіммель, досліджуючи чинники та наслідки соціальної стратифікації, констатує, що мода є надбанням елітних груп, які таким чином хотіли себе відокремити від нижчого класу [2, с. 133].

Міжнародний досвід регулювання права інтелектуальної власності в індустрії моди є неоднозначним. Франція першою звернула увагу на проблему захисту прав дизайнерів

і модельєрів та законодавчо закріпила право моди. Відповідно до п. 14 Кодексу промислової власності, який включає перелік об'єктів охорони авторських прав на модні вироби, сезонні товари галузей, що спеціалізуються на виробництві та реалізації одягу та біжутерії, виступають інтелектуальними творами. Ключовим елементом цієї норми є аспект сезонності, оскільки для моди характерний змінний характер. Зокрема, до таких об'єктів авторських прав на модні вироби належать хутряні вироби, білизна, взуття, вироби зі шкіри, кутюр, меблі, дизайнерські рішення у сфері інтер'єру та ін. Судова практика Франції цілком відповідає такому законодавчому ставленню до сфери правової охорони об'єктів у індустрії моди. Наприклад, відомим є рішення Кримінального суду № 07-8137 (05 лютого 2008 р.), яким показам мод було надано статусу об'єкта авторського права. Позивачем був організатор показу колекції Chanel, під час якого відвідувачі здійснили його відеозапис і розповсюдили в мережі інтернет без їхнього дозволу. Справа стала виграшною та резонансною, а надалі такої ж позиції дотримався і Верховний суд Франції [3, с. 35].

Правники Європейської спільноти, зокрема університету Масарика в Чехії, виокремлюють три основні аспекти права моди: 1) авторське право модних виробів: захист дизайну та брендів; 2) бізнес право моди; 3) публічне право моди [4, с. 21]. Основними формами захисту, які гарантуються правом інтелектуальної власності, є: авторське право, промислові зразки та моделі, торгівельні марки. Захист авторського права є предметом регулювання багатьох міжнародних актів, серед яких особливе значення має Бернська конвенція про охорону художніх і літературних творів, прийнята 1971 р., яка гарантує права авторам, котрі є громадянами тих держав, що ратифікували цей нормативний документ [5].

Окремо варто звернути увагу на договори у сфері інтелектуальної власності в індустрії моди, наприклад, контракти між дизайнером і роботодавцем, розповсюдженими в Європі, які в деяких країнах навіть закріплюються в окремому розділі Трудового кодексу. У таких договорах аспект захисту сконцентрований не лише на суб'єкті, що пропонує свої навички творчо оформлювати різні товари та послуги, а й роботодавцеві, який зацікавлений у своїх економічних результатах. Йдеться про такі принципи контрактів, як недопустимість конкуренції з попереднім роботодавцем, заборона переманювання кадрів, заборона втручання та принцип нерозповсюдження інформації про конкурента [4, с. 71].

Детальніше акцентуємо увагу на принципі недопустимості конкуренції з попереднім роботодавцем, який, з одного боку, є суперечливим і не відповідає інтересам дизайнера, котрий хоче реалізувати свої творчі навички, а з іншого – захищає права роботодавця, який не тільки отримує прибуток від здійснення господарської діяльності, але й стикається з великою кількістю ризиків. Цей принцип існує для того, щоб мінімізувати невинуваті втрати з боку роботодавця та підтримувати баланс інтересів обох сторін. Проте країни підтримують думку, відповідно до якої такий принцип не є необмеженим, а навпаки, може бути реалізованим протягом лише конкретного періоду часу, який кожна країна вважає доцільним. Наприклад, Трудовий кодекс Франції закріплює недопустимість здійснення дизайнером підприємницької діяльності у сфері та на території господарювання попереднього роботодавця, щоб не допустити неправомірну конкуренцію з ним і використання наданими ним під час трудової діяльності знань, але не більше, ніж на 12 місяців. Велика Британія встановлює більш жорсткі строки, а саме 3 роки для звичайних робітників і 5 років для осіб, котрі займали управлінські посади [6]. Зокрема, 2015 р. всесвітньо відома компанія «Nike» подала позов проти трьох попередніх дизайнерів, які залишили компанію та вирішили далі працювати на конкурента «Adidas». Позивач апелював до умов контракту, в якому зазначався принцип обмеження конкуренції з попереднім роботодавцем протягом 1 року, що і було порушено з боку відповідачів [7].

На перший погляд, здається, що український ринок не зацікавлений у правовій охороні своїх творчих здобутків, оскільки здебільшого наші вітчизняні дизайнери та товаровиробники популярні лише на національному рівні, але, аналізуючи попит на міжнародному ринку українських товарів у індустрії моди, можна усвідомити, що ситуація кардинально різниться порівняно з реаліями десятирічної давнини. Andre Tan, Ruslan Baginskiy, Ksenia Schnaider, Vita Kin, IENKI IENKI, Sleeper та багато інших у секторі виробництва одягу, Iqosa серед дизайну інтер'єрів – список можна продовжувати. Це вказує на те, що настав час і для України запроваджувати більш дієві інструменти правового регулювання у сфері моди, дизайну та гарантувати захист творчого потенціалу виробників і недопущення плагіату, нечесної конкуренції та порушення виключних прав суб'єктів авторського права.

З огляду на стрімкий розвиток української індустрії моди в Україні доцільно вико-

ристовувати модель захисту інтелектуальної власності, розповсюджену в Європейському союзі. Відповідно до нормативного акта Community Design Protection Regulation охорону на європейському рівні можуть отримати як зареєстровані, так і не зареєстровані дизайнерські об'єкти. Такий спосіб захисту вже запропонований законопроектом 5699, норми якого залишаються неприйнятими.

Директива Європейського Парламенту та Ради про правову охорону дизайну надає таке визначення терміна «дизайн» – зовнішній вигляд цілого чи частини продукту за допомогою індивідуальних і специфічних поєднань кольорів, ліній, фактур, форм та / або матеріалів продукту й орнаменту. Згаданий нормативно-правовий акт закріплює обов'язок членів Європейського Союзу захищати права дизайнерів, коли їхній дизайн, що втілений у конкретному продукті, є новим і має індивідуальний характер, тому конструкція не є ідентичною (відрізняється суттєвими деталями), а загальне враження, яке воно справляє на інформованого користувача, відрізняється від загального враження, яке отримує такий користувач від будь-якого дизайну, представленого громадськості до дати подання заявки на реєстрацію. Тобто дизайн має індивідуалізувати автора, щоб у майбутньому він асоціювався з ним і не вводив в оману споживачів [4, с. 45]. В Україні залишаються законодавчо не закріплені поняття «дизайн» і «бренд». Вітчизняні правники розділилися на декілька таборів із приводу визначення поняття «бренд» і його місця в системі права інтелектуальної власності. Деякі вважають його синонімічним торговельній марці, тоді як інші вважають, що бренд є специфічним засобом індивідуалізації, якому, окрім ознак торговельної марки, ще притаманна репутація, яка асоціюється у споживача з певною якістю. Саме тому одним із напрямів удосконалення державної політики у сфері захисту авторського права в індустрії моди є внесення змін до Цивільного кодексу та Закону України «Про авторське право та суміжні права», котрі мають закріпити визначення на законодавчому рівні таких понять, як «мода», «дизайн» і «бренд».

Зовнішнє обрамлення конкретного товару, а особливо таких елементів, як логотип, колір, назва, відповідаючи критеріям правової охорони, може бути захищений свідоцтвом на знак для товарів і послуг, патентом на промисловий зразок та авторським правом. До того ж, автор, зареєструвавши торгову марку, надає правову охорону назві компанії, емблемі, логотипу, комбінації кольорів тощо. Досить часто українські модельєри та дизай-

нери надають перевагу реєстрації власного імені або псевдоніму як торговельних марок. Відповідно до українського законодавства у сфері права інтелектуальної власності лише форма, об'єктивне вираження твору отримує правову охорону, на відміну від ідей, концепцій, методів і процесів.

Ініціативою Міністерства культури України під назвою «Create. Ukraine» у 2018 р. було організовано зустріч для обговорення питань захисту інтелектуальної власності в дизайні для подальшого удосконалення правового інструментарію захисту креативних індустрій [15]. Проект «Національної стратегії у сфері інтелектуальної власності на період 2020–2030 рр.», презентований у вересні 2019 р., наголошує на проблемі невідомості чинних нормативно-правових актів для креативних індустрій і відсутності уваги з боку державних органів до цієї сфери. У розділі з ініціативами для підтримки дизайну пропонується створення організації для колективного управління за аналогом із музичною сферою [16]. Спілка дизайнерів України наголошує на потребі внесення змін до законодавчих актів, встановлення офіційних термінів, які мають значення у цій сфері, зокрема «бренд», «дизайн», «мода», «сезонність» та ін.

Висновки.

Адаптація національного законодавства та імплементація значущих правових надбань Європейського Союзу є важливою й актуальною на шляху нашої держави до інтеграції у європейську спільноту. Враховуючи вищезазначене, особливе місце посідає уніфікація термінології та поступове наближення регулювання суспільних відносин відповідно до європейських стандартів, і сфера інтелектуальної власності не є винятком. Україна вже на шляху до запровадження дієвих правових інструментів для гарантування захисту авторських прав для творчих особистостей, які реалізують себе у сфері моди. По-перше, важливим залишається законодавче закріплення термінології; по-друге, розширення об'єктів права інтелектуальної власності та впровадження поняття сезонності у сфері дизайну одягу та захисту творчих спрямувань виробників.

Список використаних джерел:

1. Fashion as display of wealth and as the field for high society only confirms first issue of Vogue in 1892 “dignified authentic journal of society, fashion and the ceremonial side of life”. *Classic Chic: Music, Fashion, and Modernism* (Calif: University of Carolina Press, Berkeley 2008). P. 203.
2. Georg Simmel. “Fashion”. *International Quarterly*. № 10 (1), October 1904. P. 130–155,

reprinted in *American Journal of Sociology*, № 62 (6), May 1957, P. 541–558. Quotations used here are taken from the October 1904 translation and labelled F. P. 133.

3. Генейман А.А. Право в індустрії моди. *Видавництво Проспект*. № 4. 2020. С. 30–70.

4. Mgr. Anna Krčmářová Fashion Law. Rigorousum Thesis. Thesis Advisor: JUDr. Tomáš Dobřichovský, Ph.D. Institute of Copyright, Industrial Property and Competition Law Rigorousum thesis is up-to-date: 31 July 2017.

5. Бернська конвенція про охорону літературних та художніх творів від 31 травня 1995 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_051#Text (дата звернення 26.09.2020).

6. Julia Zerbo. How Fashion's Musical Chairs Fare In Light Of The Non-Compete Agreement (The Fashion Law, 2017. URL: <http://www.thefashionlaw.com/home/fashions-musical-chairs-and-the-role-of-the-non-compete?rq=labor> (дата звернення 28.09.2020).

7. Hayley Peterson. Nike Settles Lawsuit Against Ex-Employees Accused Of Stealing Secrets For. URL: <http://uk.businessinsider.com/nike-settles-lawsuit-against-designers-2015-6> (дата звернення 25.09.2020р.)

8. Шестакова С.О. Товарний знак, торгова марка, бренд, комерційне найменування: спільне та відмінне. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. Серія: Економіка і менеджмент. 2013. Вип. 4. С. 119–124.

9. Рассомахіна О.А. Поняття торговельної марки та її співвідношення із суміжними категоріями. *Форум права*. 2007. № 3. С. 212–223. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index (дата звернення 27.09.2020).

10. Epstein M and Sporn L. Retail Leasing For Fashion, Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives, and Attorneys. 2014.

11. Scafidi S. Fiat Fashion Law! The Launch of a Label – and a New Branch of Law. *Navigating Fashion Law: Leading Lawyers on Exploring the Trends, Cases, and Strategies of Fashion Law*. Aspatore, 2012.

12. Edward Elgar. Intellectual Property Law and Policy. Seville C, EU. 2010 P. 211.

13. Цивільний кодекс України: науково-практичний коментар / за ред. О.В. Дзери, Н.С. Кузнецової, В.В. Луця. Київ, 2005. 1088 с.

14. Про авторське право та суміжні права : Закон від 23 грудня 1993 р. № 3792-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12> (дата звернення 26.09.2020р.)

15. Громадська ініціатива «Create.Ukraine». 30 серпня 2018 р. URL: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245399706&cat_id=244913751 (дата звернення 24.09.2020).

16. Програма співробітництва між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та Всесвітньою організацією інтелектуальної власності на 2018–2019 рр. URL: <http://nipo.org.ua/activity/stvorennnya-efektivnogo-navchalnogo-centru-u-sferi-intelektualnoi-vlasnosti-iv> (дата звернення 25.09.2020)

Tamila Begova, Vladyslava Rudyka. Copyright issues in the fashion industry

One of the important conditions for being admitted by European community is implementation and streamlining the legislation of our country in accordance with the principles and laws of European Union. Sphere of the intellectual property rights is not an exception. Due to rapid development of this sub-branch of the civil law and adoption of several laws after the proclamation of Ukrainian independency, this sphere remains in need of effective law instruments for its protection. Moreover, in such a sphere as intellectual property law even 5 years play a role and are able to make changes in these relations. All of this points out that one of the essential characteristics of rulemaking is an aspect of actuality of the legislation which must be appropriate to relevant social-economic factors. This research is centered on identification of existing gaps and collisions when it comes to intellectual property law, analysis of the system of intellectual property preservation and its accordance to European one. In addition, this analysis aimed to highlight the main problems of Ukrainian legislature, such as an absence of several legislative terms, legal institutions and necessity to develop this sphere in accordance to current social-economic factors. The comparison of legal regulation in Ukraine and European countries shows the main differences between them and gives an opportunity to see what we can borrow and change in our legislation in order to make Ukrainian designers to feel safe.

One of the most urgent spheres of the intellectual property law is fashion law which has not received sufficient essential legal protection yet. Although fashion law is quite a “young” theme, fashion industry is well-spread around the world and moreover is going to expand its impact.

Practical value of comparative approach and approach of adaptation comprises borrowing some conceptual ideas and their implementation in our national legislation. The opportunities of this method are used for dealing with such law issues as: 1) harmonization and unification of laws in the countries that are members of UN; 2) it gives an opportunity to take into account tendencies of intellectual property law of foreign countries, especially concerning with global digitalization and its impact on human's privacy.

Key words: intellectual property law, copyright, European legislation, fashion law, fashion industry.