**Кристина Малявіна**

**(Харків, Україна)**

**ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ ЗАХИСТУ ОБ'ЄКТІВ ПРОМИСЛОВОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ ТА ЄС У СФЕРІ ФЕШН ІНДУСТРІЇ**

**Постановка проблеми.** В наш час актуальне питання про захист прав на знаки, торгові марки, товарів, а також авторське право на дизайн різні тканини та моделі, вони виступають об’єктами у сфері фешн індустрії як інтелектуальна власність. Дані проблеми мають не прості рішення та потребують детального розгляду для України на прикладі ЄС.

**Аналіз останніх публікацій.** Дане питання стосовно захисту прав дизайнерів, модельєрів, модних будинків були висвітлені наступними науковцями: Лєйкван Пан [1], Хаочен Сан [2], Кєл Раустіала, Крістофа Спрігмана [3], Сіва Вайднянантан [4] та інші. Проте немає публікацій про плагіат азійськими країнами, особливо Китаєм.

**Мета статті.** Виявити глобальні проблеми із захисту інтелектуальної власності у сфері фешн індустрії. Порівняти шляхи вирішення проблеми в Україні та ЄС. Запропонувати шляхи рішення чи вдосконалення проблеми.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В індустрії моди дуже висока конкуренція, тобто багато моделей є плагіатом, тому що вже вигадано багато моделей одягу. Як ми знаємо мода – це циклічне поняття, те що модне сьогодні, можливо було актуальним і декілька років тому. Існує таке поняття як капсульний (базовий) гардероб. Класичні речі, на мою думку, не можуть підлягати патентуванню окрім таких випадків, коли були внесені певні акценти за якими можна відрізнити дизайнера або торгову марку. Тобто такі речі не має сенсу патентувати, оскільки мода – це дуже швидкоплинне явище. Якщо у люксовому сегменті дизайнери демонструють свої колекції за півроку, то у сегменті мас маркету колекції змінюються майже щотижня.

Існує багато виробників, які виготовляють копій відомих брендів віп сегменту в Китаї. Контрафактники випускають копії раніше за бренди, які відомі в усьому світі. Таким чином вони займають великий відсоток долі на світовому ринку. Відповідно до установ Всесвітньої організації ООН вироби у сфері інтелектуальної власності можуть підлягати наступним категоріям: промислова власність чи авторське право, у якості промислового зразку та предмету мистецтва [5]. Моду краще розглядати в якості мистецтва, або в сфері потрібно надати важливе значення для дизайнерів та процесів їх творчості. У фешн індустрії охорона творів забезпечується захист інструментами інтелектуальної власності. Вони є знаками для товарів та послуг, патентом на дизайн та авторське право. Зареєстрований товарний знак, дає змогу захистити автора від порушень. Згідно із Законом України ст.1 «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» знаком виділяємо позначення, яке є ідентифікатором та відрізняє певні товари або послуги, що їх виробили конкретна особа чи підприємство [6]. Торгова марка, котра стоїть на товарі являє собою логотип чи слоган та не може поширюватися на форму або дизайн продукту. Це дає змогу обмежити очевидні порушення, наприклад, копіювання логотипу, проте не може бути предметом охорони дизайну елементів від плагіату.

Поширеною практикою є реєстрація власних імен дизайнерів як товарний знак. Коли дизайнер реєструє компанію під товарним знаком, потрібно пам’ятати, що інтереси дизайнера та виробництво, яке він створив, можуть змінитися. На прикладі відомої марки Gucci спадкоємці продали відсотки в компанії, тому в них не має прав створювати нові компанії під своїм власним іменем чи прізвищем. Судове рішення забороняє минулим власникам компанії Gucci використовувати прізвище для реалізації своїх проектів [7]. Схожа історія трапилася із Полом Франком, який є одним із засновників марки аксесуарів в Каліфорнії Paul Frank. Дані компанії потурбувались, аби права належали заснованим компаніям. Тому потрібно передбачати обмеження використання власних імен. Дизайнери намагаються зберегти право на ім’я наступним чином, вони реєструють товарний знак на себе, а потім передають права фірмі для використання їх імені, як товарний знак під час співпраці за умовами ліцензійної згоди [8].

Також у США захист отримує фірмовий стиль, тобто форма виробу та упаковка. Фірмовий стиль це сукупність різних не функціональних елементів, який формує образ товару, в США він захищається законом Ленхема. Найбільш відомі приклади реєстрації виробу взуття Christian Louboutin, фірмова коробка Tiffany чи парфум Chanel №5 [9]. У 2008 році зареєстрували взуття Christian Louboutin із відомою сьогодні червоною підошвою, а в 2011 вже довелося відстоювати права проти компанії Yves Saint Laurent. Суд постановив залишити право на товарний знак компанії Christian Louboutin, але монополію обмежили червоною підошвою, яку легко відрізнити серед іншого взуття [10].

Оформлення (форма, можлива наявність малюнку, колір, лінії) може бути предметом патентування дизайнерських виробів. Під промисловим зразком ми розуміємо захист естетичної частини виробу, проте не захищає технічні особливості всього виробу. В основному, предмети розкоші, наприклад, ювелірні вироби чи малюнки на тканині, різні принти, шрифти [11]. У 1920 р. дизайнер Мадлен Вионне зробив перший внесок в патентування своїх виробів, наприклад, сукня без застібок чи комір із капюшоном.

Спираючись на Закон України «Про охорону прав на промислові зразки» у ст.5 говориться про те, що строк дії патенту на промисловий зразок складає 10 років від дати подання заяви та можна продовжити тільки за клопотанням власника патенту не більш ніж на 5 років. Відповідно до ст. 6 цього ж закону, якщо зразок є новим та відповідає умовам патентоздатності, тоді виріб може стати промисловим зразком. Якщо за півроку до дати подання заяви на реєстрацію, не презентували світові ідентичний промисловий зразок, тоді дана заява задовольняється та виріб вважається новим. Ці півроку потрібні для автора, вони дають змогу з’ясувати наявність на попиту перед патентуванням промислового зразка. Цей зразок публікується в каталозі або в журналі. Доведення того, що виріб є дійсно новий, не є легкою задачею. У випадку, коли промисловий зразок буде представлено публіці раніше за півроку до дати подання заяви, він не стає суспільним надбанням, не отримує право на промисловий зразок бо не має право визначатися як новий.

Яскравим прикладом є компанія Crocs, яка не вчасно подала заяву на патентування свого виробу. У лютому 2016 році компанія отримала відмову в патентуванні однієї моделі взуття, пояснюючи тим, що компанія в неправильні терміни опублікувала запис.

У сфері фешн індустрії витвори швидко втрачають актуальність через швидку зміну тенденцій, а процедури реєстрації можуть перевищити 12 місяців. Тобто саме патентування втратить сенс чи свою актуальність, тим паче, щоб патент був дійсним, потрібно вносити кожний рік плату яка встановлена державним збором. Проте в США [2] та ЄС використовують тимчасову реєстрацію, бо вона швидша та зручніша, а також дає змогу протестувати товар, при цьому економить час та гроші. В Україні також потрібно ввести даний законопроект, який буде давати змогу в спрощеному вигляді та на менші терміни запатентувати авторський виріб.

В Україні дія авторського права не потребує реєстрації, а промисловий зразок є дійсним тільки при реєстрації, тобто має низький попит на захист виробів сфери моди. Ст. 8 Закону України «Про авторське право і суміжні права» містить перелік об’єктів авторського права, в тому числі і твори дизайну. Таким чином, дизайн одягу чи аксесуари розглядають як об’єкт авторського права і використовуються права, які представлені цим законом.

Рідко зустрічаються позови стосовно дизайну виробу, але в світі є різні випадки. Наприклад, у США вироби в фешн індустрії рідко визнають художніми творами, вони не отримують охорону й захист, який вказано в авторському праві. Виникають проблеми у розмежуванні творчої складової від функціональної. Проте охорона надається унікальним принтам на тканині чи особливому дизайні виробів у ювелірній сфері. На території ЄС діє спеціальний акт – Community Design Protection Regulation, він передбачає охорону дизайну та надає право на захист усім виробам. На жаль, в Україні слабко захищають вироби в фешн індустрії. Автори використовують різні засоби захисту, тому в дизайнерів є можливість стверджувати, що їх вироби є об’єктами авторського права. Рідше застосовують право на секрет виробництва і бізнес-моделі.

**Висновок.** Виріб або сукупність елементів можуть є інструментами інтелектуальної власності. У США та ЄС існує таке поняття, як тимчасова реєстрація. В Україні потрібно ввести деякі законопроекти, які спростять процес реєстрації патенту на виріб.

**Література:**

1. Laikwan Pang. Creativity and Its Discontents: China’s Creative Industries and Intellectual Property Rights Offenses. – 2012. – 312 p.
2. Haochen Sun. The Luxury Economy and Intellectual Property: Critical Reflections. – 2015. – 368 p.
3. Kal Raustiala. The Knockoff Economy: How Imitation Sparks Innovation. – 2012. – 280 p.
4. Siva Vaidhyanathan. Copyrights and Copywrong: The Rise of Intellectual Property and How it Threatens Creativity – 2003. – 150 p.
5. Об интеллектуальной собственности. ВОИС. [3 февраля 2011] [Електронний ресурс]. – Pежим доступу: <http://www.wipo.int/about-ip/en/iprm/>
6. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України // Відомості Верховної Ради. – 1994. – 7. – Ст. 36.
7. «Маленький» Gucci запрещен [Електронний ресурс]. – Pежим доступу: <http://www.sostav.ru/news/2009/08/06/cod3/>
8. Чудинов Д. Истрия Fashion-империи Гуччи [Електронний ресурс]. – Pежим доступу: http://www.finexg.ru/ istoriya-fashion-imperii-guchchi/
9. Trade dress law September 19, 2016 [Електронний ресурс]. – Pежим доступу: http://www.thefashionlaw.com/ learn/trade-dress
10. Заброцкая Анна На Лабутенах ... или не на Лабутенах? Битва за красную подошву. [Електронний ресурс]. – Pежим доступу: <http://fashion-law.ru/post/louboutin-red-sole-trademark>
11. Часто задаваемые вопросы: промышленные образцы [Електронний ресурс]. – Pежим доступу: wipo.int

**Науковий керівник:**

кандидат юридичних наук, доцент Єрофєєнко Лариса Василівна.