

## **FASHION DESIGN ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΜΕΣΩ** **ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ**

Τα σχέδια ενδυμάτων γενικά δεν θεωρούνται ως στοιχεία στα οποία μπορεί να προσδοθεί copyright. Μόνο πολύ λίγα δείγματα έχουν προστατευτεί με περιορισμένη προστασία τα οποία όμως υποστηρίζονταν με σχέδια και τρισδιάστατες μακέτες.

Ο κύριος λόγος της μη προστασίας των προϊόντων ρουχισμού με copyright είναι η άκρως χρηστική τους σημασία. Λαμβάνοντας υπόψη όμως την ραγδαία ανάπτυξη στον χώρο της μόδας και της μετάλλαξης των ενδυμάτων από ένα απλό χρηστικό εργαλείο σε ένα είδος τέχνης, δυσκολεύει ακόμα περισσότερο τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να αντιμετωπιστεί. Για το λόγο αυτό σε πολλές υποθέσεις γίνεται αυτός ο διαχωρισμός έτσι ώστε να προστατευτούν τα στοιχεία τα οποία συμβάλουν στο αισθητικό μέρος του σχεδίου. Σε καμία περίπτωση όμως το ένδυμα δεν μπορεί να προστατευτεί ολιστικά για αυτό που είναι.

Στην Γαλλία και στην Αγγλία οι νόμοι περί πνευματικής ιδιοκτησίας προστατεύουν πολύ περισσότερο το Fashion Design απ' ό τι οι άλλες χώρες όπως οι Η.Π.Α. Ο λόγος αυτής της διαφοροποίησης είναι αυτός που αναφέρθηκε και παραπάνω, δηλαδή ότι η υψηλή ραπτική θεωρείται περισσότερο ως μια μορφή τέχνης και όχι ως ένας λειτουργικός τρόπος προστασίας του σώματος.

Ο δεύτερος λόγος μη προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων στα σχέδια μόδας ήταν κυρίως ο φόβος της δημιουργίας μονοπωλίου στο χώρο της ένδυσης, μη επιτρέποντας μικρότερες εταιρίες και σχεδιαστές να αναπτυχθούν. Για το λόγο αυτό η πολιτική που ακολουθήθηκε θεωρείται ότι προστατεύει το γενικό καλό ενώ παράλληλα ενθαρρύνει την αντιγραφή των ιδεών, μετατρέποντας τα αυθεντικά και πρωτότυπα σχέδια σε χιλιοαντιγραμμένα προϊόντα κατάλληλα για κάθε τσέπη.

Παρόλο που στην αρχή αυτού του αιώνα παρατηρείτο μια τάση για μονοπώλιο δεν μπορούμε να πούμε το ίδιο για τον χώρο της μόδας σήμερα. Παίρνοντας ως παράδειγμα την προαναφερθείσα Γαλλική νομοθεσία που από το 1793 αναγνωρίζει στα αντικείμενα ένδυσης Copyrights, δεν έχει παρατηρηθεί κάποια μύωση στην παραγωγή νέων ιδεών. Επομένως θα ήταν παράλογο να πούμε ότι η διασφάλιση copyrights αποτελεί κατασταλτικός παράγοντας στην δημιουργική διαδικασία.

Όπως με όλα τα χρηστικά αντικείμενα, η παραχώρηση πνευματικών δικαιωμάτων καθορίζεται από την ύπαρξη ξεκάθαρων αισθητικών στοιχείων.

Τα χρηστικά και λειτουργικά αντικείμενα δεν δικαιούνται προστασία με βάση τον συλλογισμό ότι η απαγόρευση της αντιγραφής τους θα στερούσε από το κοινό τα οφέλη τέτοιου είδους αντικειμένων.

Ο ρουχισμός είναι κατά κανόνα λειτουργικός. Ωστόσο, οι δημιουργίες των σχεδιαστών μόδας –και ιδιαίτερα τα κομμάτια που θεωρούνται haute couture- δεν προορίζονται πάντα για καθημερινή ένδυση ή ακόμα και ως κομμάτια που κανείς τα φοράει μία φορά στη ζωή του. Αποτελούν περισσότερο έκφραση δημιουργικότητας του εκάστοτε σχεδιαστή. Επίσης έχουν συμβολική σημασία φροντίζουν να μείνει το όνομα του στη μνήμη των καταναλωτών και του Τύπου.

Σύμφωνα με τη νομοθεσία, ως χρηστικό αντικείμενο ορίζεται αυτό που έχει μια εγγενή χρηστική λειτουργία η οποία δεν χρησιμεύει απλώς στο να απεικονίζει την εμφάνισή του ή να μεταβιβάζει πληροφορίες. Δεν είναι απαραίτητο να είναι ένας περίπλοκος μηχανισμός που φαίνεται μέσα από έναν αριθμό σχεδίων. Επίσης, ένα αντικείμενο που αποτελεί μέρος ενός χρηστικού αντικειμένου, θεωρείται κι αυτό χρηστικό. Ένα τέτοιο αντικείμενο δικαιούται να προστατευθεί μόνο μέχρι το σημείο που ενσωματώνει γραφικά, εικονογραφικά, και γλυπτικά χαρακτηριστικά που να είναι ξεκάθαρα διαχωρίσιμα και από τις χρηστικές λειτουργίες του αντικειμένου. Δηλαδή, ο καθορισμός αυτής της διάκρισης είναι ο βασικότερος παράγοντας που εξετάζεται σχετικά με την καταλληλότητα του αντικειμένου να προστατευθεί με πνευματικά δικαιώματα.

Ο διαχωρισμός των αισθητικών από τα λειτουργικά στοιχεία μπορεί να είναι φυσικός ή εννοιολογικός. Όταν ο φυσικός διαχωρισμός δεν είναι εφικτός, εξετάζεται ο εννοιολογικός διαχωρισμός, σύμφωνα με τον οποίο, ένα αντικείμενο μπορεί να διαθέτει τόσο λειτουργικά, όσο και αισθητικά χαρακτηριστικά, και ακόμα να δικαιούται την προστασία μέσω πνευματικών δικαιωμάτων. Αυτή η ερμηνεία του εννοιολογικού διαχωρισμού λαμβάνεται σοβαρά υπ' όψη κατά τις δικαστικές αποφάσεις περί παραχώρησης πνευματικών δικαιωμάτων και καλλιτεχνικής αξίας ενός αντικειμένου.

Με βάση τις σύγχρονες ερμηνείες του εννοιολογικού διαχωρισμού, τα περισσότερα fashion designs θα ήταν αποτυχίες, καθώς ο μέσος καταναλωτής πάντα θα συγχέει την φόρμα με την λειτουργία και βλέποντας το ρούχο ενός σχεδιαστή, θα βλέπει απλώς ένα ρούχο και τίποτα περισσότερο.

Στον εννοιολογικό διαχωρισμό των στοιχείων μπορεί να βοηθήσει το *Μοντέλο Δημιουργικής Διαδικασίας*. Τα κίνητρα του δημιουργού υπαγορεύουν τη λειτουργία του αντικειμένου και αν αυτή είναι χρηστική ή αισθητική. Ο συνδυασμός αυτών των δύο χαρακτηριστικών διευρύνει το πεδίο της προστασίας μέσω copyright,

για αντικείμενα που συνεισφέρουν στον δημιουργικό, πολιτισμικό και καλλιτεχνικό πλούτο της κοινωνίας.

Το ΜΔΔ, όμως, μπορεί να αποδειχθεί μη εφαρμόσιμο νομικά, αφού έγκειται στη δυνατότητα του δημιουργού να αποδείξει και να καταγράψει τη δημιουργική διαδικασία πίσω από το χρηστικό αντικείμενο.

Το ΜΔΔ δέχεται ότι ένας γνώστης του αντικειμένου θα μπορεί να διακρίνει το καλλιτεχνικό στοιχείο και να αντιληφθεί τη διαφορά μεταξύ της δημιουργικής διαδικασίας ενός σχεδιαστή μόδας και ενός κατασκευαστή ρούχων.

Σύμφωνα με το *τεστ χρονικής μετατόπισης*, αν ένα αντικείμενο μπορεί να θεωρηθεί αντικείμενο τέχνης –πέρα από την χρηστική του σημασία- αυτό βρίσκεται στα μάτια του παρατηρητή. Επειδή κάθε χρηστικό αντικείμενο μπορεί να θεωρηθεί τέχνη από τουλάχιστον ένα άτομο, τα όρια τού τι είναι προστατεύσιμο και τι όχι έχουν καταργηθεί και τα κίνητρα του καλλιτέχνη ή του σχεδιαστή δεν παίζουν ρόλο.

Το κριτήριο προστατευσιμότητας βρίσκεται στον συνδιασμό των παραπάνω. Τα σχεδιαστικά προϊόντα που επιτυγχάνουν την αισθητική τέρψη αποκλειστικά μέσω της χρηστικής τους λειτουργίας, δεν είναι προστατεύσιμα.

Κατά συνέπεια, ο σχεδιαστής θα πρέπει να αντιμετωπίζεται πρώτα ως καλλιτέχνης του οποίου το μέσο χρίζει προστασίας όταν δεν υπεισέρχεται σε εφαρμογή χρηστικής λειτουργίας.

Αν καθοριστεί νομικά ότι η χρησιμότητα ενός προϊόντος, ενός fashion designer, βασίζεται σε συγκεκριμένο λειτουργικό πρότυπο, τότε η πιθανότητα να αποκτήσει πνευματικά δικαιώματα είναι μικρότερη από την περίπτωση που αποφασιστεί ότι δεν ανήκει σε ένα ευρύτερο πρότυπο ένδυσης. Αν το αντικείμενο νομικά χαρακτηριστεί ως ένδυμα, τότε κάθε διακοσμητικό ή επιμέρους στοιχείο μπορεί να θεωρηθεί εννοιολογικά διαχωρίσιμο και επομένως ικανό να προστατευθεί μέσω copyright.

### Άλλοι τρόποι προστασίας των σχεδίων

Η μη κάλυψη των δικαιωμάτων των σχεδιαστών ώθησε μερικούς από αυτούς να ανατρέξουν σε άλλες μεθόδους προστασίας όπως τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, το Trademark τον νόμο περί αθέμιτου ανταγωνισμού και την προστασία του καταναλωτή χωρίς όμως να λάβουν κάποια ουσιαστική προστασία.

Σύμφωνα με το «καταστατικό», διπλώματα ευρεσιτεχνίας λαμβάνουν «νέα, πρωτότυπα σχέδια βιομηχανικών προϊόντων». Για να προστατευτεί ένα σχέδιο με το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας πρέπει να είναι καινοτόμο, μη-προφανές και να αποτελεί εφεύρεση. Τα προϊόντα ένδυσης δεν καλύπτουν τις απαιτήσεις απόκτησης

διπλώματος, και το αντίθετο όμως να συνέβαινε, το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας δεν αρμόζει σε κάτι τόσο εφήμερο όπως το ρούχο όπου οι τάσεις αλλάζουν καθημερινά.

Ο νόμος περί εμπορικών σημάτων προστατεύει προϊόντα τα οποία φέρουν το σήμα της μάρκας, εντάσσοντας το προϊόν στην οικογένεια προϊόντων της εκάστοτε μάρκας, κάνοντας το αναγνωρίσιμο στο ευρύ κοινό. Το ίδιο δεν ισχύει με την επιγραφή του σχεδιαστή. Σύμφωνα με τα παραπάνω, ένα σχέδιο ακόμα και με την επιγραφή μπορεί να αντιγραφεί από μια βιομηχανία χωρίς να υποστεί κυρώσεις.

Παρόλο που το καθεαυτό ένδυμα δεν προστατεύεται από τον νόμο πνευματικής ιδιοκτησίας, τα διάφορα μοτίβα ή στάμπες στο ύφασμα προστατεύονται. Για τον λόγο αυτό οι διάφοροι σχεδιαστές αγοράζουν τα υφάσματα και αναπτύσσουν τα δικά τους μοτίβα λαμβάνοντας μια υποτυπώδη προστασία πάντα όμως ως προς το σχέδιο το οποίο απεικονίζεται στο ρούχο. Και σε αυτή την περίπτωση όμως, για να υπάρξει copyright πρέπει και το σχέδιο να είναι αρκετά πολύπλοκο και μη προφανές, ενώ η δοκιμασία για το αν έχει γίνει αντιγραφή γίνεται πάλι από μη ιδικούς, ενώ για να υπάρξει μια κατηγορία πρέπει να αποδειχθεί ότι ο κατηγορούμενος είχε άμεση πρόσβαση στην εργασία του δημιουργού.

Τέλος ένας άλλος τρόπος προστασίας των πρωτότυπων σχεδίων μόδας αποτελεί η προστασία του καταναλωτή. Εφόσον ένα προϊόν εμφανίζει τα ίδια στοιχεία με ένα άλλο μπορεί να θεωρηθεί ότι παραπλανεί τον καταναλωτή αλλά και σε αυτή την περίπτωση η εξέταση των δυο δηγμάτων γίνεται με τρόπο μη αποτελεσματικό.

### Επιδράσεις στους fashion designers

Η προστασία των σχεδίων μόδας κάτω από την στέγη του νόμου περί πνευματικής ιδιοκτησίας θα προσέδιδε αρκετά πλεονεκτήματα στους σχεδιαστές.

Πρώτον ο σχεδιαστής των «αυθεντικών» σχεδίων θα μπορούσε να ζητήσει αποζημίωση από τους αντιγραφείς έτσι ώστε να τους αποτρέψει από τις πράξεις τους.

Δεύτερον μπορεί να απαιτηθεί η καταστροφή των αντικειμένων που έχουν προκύψει από αντιγραφή. Τρίτον να απαιτηθεί συμμετοχή στα κέρδη που έχουν προκύψει ενώ τέλος να απαιτηθεί επιστροφή των εξόδων της δίκης.

Δημιουργώντας ένα σύστημα πνευματικών δικαιωμάτων, προκύπτουν οι κίνδυνοι του κορεσμού του καταναλωτή και της δημιουργίας αγοραστικού μονοπωλίου.

Τα ενδύματα είναι δημοφιλή στους καταναλωτές λόγω της ευρείας γκάμας υλικών, στυλ και ποιότητας που διαθέτουν. Αυτή η

ποικιλία χαρακτηριστικών προσδίδει αξία στο τελικό προϊόν και συνεπώς χρίζει προστασίας ως δημιουργική έκφραση.

Το ζητούμενο είναι η προστασία των σχεδίων ενδυμάτων από την κλοπή και την αντιγραφή, και όχι η κατάχρηση του συστήματος πνευματικών δικαιωμάτων.

Σε μια αγορά που περιμένει εναγωνίως το επόμενο μεγάλο trend, η εποχιακή μόδα ανατρέπεται και επικρατεί το εφήμερο, ένα σχέδιο ενδύματος μπορεί να έχει αγοραστική ζωή λίγων μόλις μηνών και η μέγιστη αξία του να σημειώνεται όταν πρωτοεμφανίζεται.

Με την αναγνώριση πνευματικών δικαιωμάτων έστω και περιορισμένης διάρκειας, οι σχεδιαστές θα έχουν τον επαρκή χρόνο να καλύψουν τις δαπάνες ανάπτυξης του σχεδίου τους και να επωφεληθούν τα μέγιστα από το δημιούργημά τους.

Με την προέκταση των copyrights στον σχεδιασμό ρούχων, οι σχεδιαστές θα επιδιώξουν να προστατεύσουν τα σχέδιά τους και να αποκτήσουν άδεια για αυτά. Ένα σύστημα υποχρεωτικής άδειας θα περιόριζε την ανάγκη μεμονωμένων διαπραγματεύσεων για αμοιβές αδειών και θα επέτρεπε σε μικρομεσαίους κατασκευαστές να επωφεληθούν από τη δουλειά μεγαλύτερων σχεδιαστών.

Έτσι, οι κατασκευαστές που θεωρούν πολύτιμο ένα συγκεκριμένο σχέδιο, θα ήταν σε θέση να αναπαράγουν το συγκεκριμένο προϊόν έναντι νόμιμης αμοιβής, δίνοντας, όμως, μία δικιά τους ερμηνεία στο σχέδιο και όχι δημιουργώντας πιστή απομίμηση. Αυτό που συμβαίνει σήμερα, είναι ότι το σχέδιο αναπαράγεται και αντιγράφεται σε διαφορετικά υλικά ή με ανεπαίσθητες μετατροπές.

### Επίδραση στη βιομηχανία

Η αξίωση των πνευματικών δικαιωμάτων βασίζεται πρωτίστως στο ηθικό δικαίωμα του δημιουργού και στην επιθυμία και υποχρέωση της κοινωνίας να επιβραβεύσει τον κόπο του.

Η έλλειψη προστασίας μέσω πνευματικών δικαιωμάτων στην Αμερική και η εφαρμογή της στην Ευρώπη, δεν επηρέασε τη δημιουργικότητα και την παραγωγικότητα των σχεδιαστών, αλλά ούτε και την πρόθεση του κοινού να αποκτά ποιοτικά ενδύματα σε λογικές τιμές.

Οι αντίπαλοι στην επέκταση της προστασίας πνευματικών δικαιωμάτων για τους σχεδιαστές μόδας υποστηρίζουν ότι, με βάση τις καθαρές στατιστικές πληροφορίες, η έλλειψη προστασίας πνευματικών δικαιωμάτων έχει ωφελήσει και το κοινό και τη βιομηχανία ενδυμασίας. Οι σχεδιαστές έπρεπε μόνο να παραχωρήσουν μια μικρή μερίδα των κερδών τους στους κατασκευαστές που δανείζονται και αναπαράγουν τα σχέδιά τους. Περαιτέρω, υποστηρίζουν, η δυνατότητα του πειρατή να πάρει αυτήν την ιδιοκτησία από τους σχεδιαστές, μαζί με το όνομα του σχεδιαστή, παρέχει την έμμεση διαφήμιση για το σχεδιαστή, κάτι το οποίο ωφελεί

τελικά το μερίδιο αγοράς του σχεδιαστή. Η βιομηχανία μόδας έχει ανθίσει τα τελευταία χρόνια, και πολλοί σχεδιαστές σημειώνουν υψηλά κέρδη.

Στον αντίποδα, τα κέρδη αυτά οφείλονται στην καταναλωτική ζήτηση και στην ευρηματικότητα των σχεδιαστών. Η άρνηση copyright προστασίας έχει αναγκάσει τη βιομηχανία να αναζητήσει άλλες μεθόδους οικονομικού όφελους. Πολλοί σχεδιαστές μόδας παρουσίασαν γραμμές χαμηλότερου κόστους οι οποίες διατηρούσαν κάποια concepts από τις haute couture συλλογές, αλλά με οικονομικότερα υφάσματα και χαμηλότερη ποιότητα. Η σημαντικότερη συνέπεια, όμως, έχει να κάνει με τον καταναλωτή και την περιορισμένη του πρόσβαση στην ένδυση υψηλής ποιότητας.

Η επέκταση προστασίας πνευματικών δικαιωμάτων στο fashion design δεν θα έχει σημαντικές επιδράσεις μεταξύ των σχεδιαστών. Άλλωστε η νομολογία στην Ευρώπη δείχνει ότι αντιλαμβάνονται το συγκεκριμένο εύρος του πεδίου έμπνευσης και την τήρηση των εποχιακών θεμάτων, ώστε να μην κινούνται νομικά.

Με την υιοθέτηση του συστήματος περιορισμένης διάρκειας και υποχρεωτική άδειας περιορίζεται η πιθανότητα δικαστικών προσφυγών. Στην περίπτωση ενός ιδιαίτερα πολύτιμου σχεδίου ο κατασκευαστής μπορεί απλώς να πληρώσει την κοινή άδεια και να κατασκευάσει την δικιά του εκδοχή.

Στο θέμα της προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων πρέπει να λαμβάνονται κυρίως υπόψη η δουλειά του σχεδιαστή και το οικονομικό του συμφέρον, παρά οι επιθυμίες του ευρέως κοινού. Με την έλλειψη κατάλληλης προστασίας το οικονομικό ένστικτο μετατοπίζεται στην πειρατεία του design, η οποία μην δημιουργώντας κάτι νέο υπονομεύει την πολιτική πνευματικών δικαιωμάτων. Η ανάγκη για τη δημιουργία ενός τέτοιου συστήματος δεν έγκειται στο σωματικό οικονομικό κίνητρο των σχεδιαστών οι οποίοι έχουν επιβιώσει τόσο καιρό υπό τις υπάρχουσες νομοθετικές συνθήκες, αλλά στην απονομή ενός ηθικού δικαιώματος στον δημιουργό. Πρακτικά η ύπαρξη copyright στο fashion design τιμωρεί την πειρατεία που σκόπιμα αντιγράφει το σχέδιο, ζημιώνοντας τους πραγματικούς δημιουργούς και το κοινό.

Βιβλιογραφία:

Using Design Protection in the Fashion Industry (Ulla Vad Lane-Rowley)

Fairness in International Law and Institutions (Thomas M. Franck)

Patternmaking for Fashion Design (Helen Joseph Armstrong)

Inside Fashion Design, Fifth Edition (Sharon L. Tate)

Design Protection: A Practical Guide to the Law on Plagiarism for Manufacturers and Designers (Dan Johnston)