

Kas plagiaat ja kopeerimine on moemaailmas paratamatus?

Moekunstiteoste kopeerimise problemaatika on sama vana kui moeajalugu ise. Disainerid, sealhulgas ülemaailmselt tuntud moemajad, puutuvad sageli kokku süüdistustega plagiaadis ehk teise disaineri loominguga kopeerimises.

Nii süüdistas Roberto Cavalli Ameerika disainerit Michael Kors'i enda loominguga kopeerimises, nimetades viimast "maailma suurimaks koopiamasinaks". Isegi prestiižika Chanel'i moemaja ümber lahvas plagiaadiskandaal kui Šoti disainer Mati Ventrillon andis Chanel'i disainimeeskonnale oma kudumistooteid "uurimiseks" ning hiljem nägi oma loomingule väga sarnaseid tooteid Chanel'i catwalkil. Hiljem tunnistas moehiid, et kasutas Mati Ventrillon'i disaini.

Kiirmoebrände Zara, Forever21 ja H&M kritiseeritakse selle eest, et need on loonud lausa uue ärivaldkonna, kus kopeeritakse disainerite värskeid loomingu otse moepoodiumitelt ning odav moekaup jõuab müüki enne kui seda suudab organiseerida originaalse loomingu autor ise. Ka Eesti moeareenil kõlab aeg-ajalt süüdistusi moekunstiteoste plagiaadis. Disainerid tunnistavad, et kleidi kui füüsilise objekti varastamine on psühholoogiliselt vähem valus kui loomingu varastamine konkurendi poolt läbi toote kopeerimise.

Eesti õigus pakub moekunstiteostele võrreldes mõnede teiste riikidega head kaitset. Maailmas on riike, kus moekunstiteoste õiguslik kaitse on nõrk. Näiteks Ameerika Ühendriikides ei ole moedisain kui selline autoriõigusega kaitstud, kuna riided ja aksessuaarid omavad lisaks esteetilisele väärtusele ka kasulikku ja praktilist funktsiooni, mis nimetatud riigis valitseva lähenemise kohaselt kopeerimise eest automaatselt autoriõiguse kaitset ei vääri. Ameerika Ühendriikides on moekunstiteostele autoriõiguse tekke eelduseks disaini registreerimine autori poolt. Eestis on disaini- ja moekunstiteosed kaitstud autoriõigusega, mis tekib automaatselt teose loomisega ning lisaks saab teoseid registreerida tööstusdisainilahendustena. Moebrändi kaitset aitab tugevdada ka kaubamärk ehk graafiliselt kujutatavat tähis, mis aitab eristada sinu tooteid konkurentide toodetest.

Autoriõiguslik kaitse

Eesti autoriõigusseaduse kohaselt tekib autoriõigus teose loomisega ning seejuures ei nõuta teose registreerimist, deponeerimist või muude formaalsuste täitmist. Autoriõiguse tekkimiseks piisab sellest, kui disaineri loominguline tulemus on väljendatud tajumist võimaldavas vormis ning loometöö tulemusena moedisainiesemeid tajutakse eelkõige läbi nägemismeele. Seega mistahes loodud rõivaese või moeaksessuaar saab autoriõigusliku kaitse automaatselt alates loomise hetkest ja selle tekkeks ei ole vaja täita lisakriteeriume nagu näiteks „uudsus“ või „ainulaadsus“. Autoriõigus kehtib autori kogu eluaja jooksul ning 70 aastat pärast tema surma.

Loomingulise lahenduse väljendusvormiks võib olla nii valmistöö kui ka loomeprotsessis pooleliolev töö. Autoriõiguslikku kaitset saavad ka moejoonised, mustrid, ornamendid ja dekoratiivsed elemendid. Seejuures tekib kaitse teoste suhtes, mis on väljendatud nii füüsilistel andmekandjatel (kangas, paber, nahk, metall vms) kui ka digitaalses vormis (arvutiprogrammi kaudu loodud rõivaste disain, digigraafika abil loodud mustrid vms). Väärrib täpsustamist, et autoriõigusega kaitstavaks objektiks ei ole mitte teose materiaalne väljendusvorm kui selline, vaid autori poolt loodud loominguline lahendus. Seega loometöö materiaalse väljendusvormi (riideese, kingad, ehted jms) üleandmine ei tähenda autoriõiguste loovutamist teisele isikule või nende kasutusele andmist.

Autoriõigusega ei saa kaitsta ideed. Nii ei saa piirata „väikese musta kleidi“ kontseptsiooni (mis on läinud moeajalukku kui Coco Chaneli idee) kasutamist kleididisainis või reserveerida endale ainuõiguse valmistada teksakangast pükse või personaalse graveeringuga ehteid. Kuna ideed on kasutamiseks vabad, võivad disainerid kasutada kollektsoonide kujundamisel inspiratsiooniallikana ühte ja sama teemat, mis soodustab moetrendide teket ehk nähtust kui teatud moesuund muutub laiaades massides populaarseks. Trendide keskpunktis on tavaliselt mingi idee: näiteks, seitsmekümnendad, kosmose temaatika, lillelised mustrid, geomeetrilised vormid jne. Disainerid ja moebrändid on vabad kasutada ja interpreteerida ideid, keelatud on teise disaineri loominguga kopeerimine ehk loomevargus. Loomevargusena käsitletakse olukorda, kus valmistatakse teise disaineri tootele identne toode ning esitletakse seda enda omana. Intellektuaalse omandi õiguste rikkumiseks on ka originaalloominguga äravahetamiseni sarnase toote valmistamine. Äravahetamiseni sarnane on toode tõenäoliselt siis, kui keskmise tarbija silmis ei ole tegemist uue disainiga, vaid olemasoleva disainiga, mida on natuke modifitseeritud.

Autoriõigusliku kaitse puhul on probleemiks, et kuigi kaitse tekib automaatselt, puudub instants, mis jälgiks jooksvalt võimalikke autoriõiguste rikkumisi. Seega on oma autoriõiguste kaitsmine täielikult autori enda kohustus.

Vaatamata sellele, et vastavalt autoriõigusseadusele autorsust eeldatakse ja vastupidist peab tõendama autorsuse vaidlustaja, võib õiguste maksmapanek praktikas osutada disaineri jaoks keeruliseks. Globaalses ja kiiresti muutuv moemaailmas on sageli raske kui üldse võimalik tuvastada kes on originaalse moekunsteose autor ja tõendada, et oled midagi esimesena loonud. Tihtipeale loovad disainerid sarnaseid esemeid üheaegselt olles mõjutatud ühest ja samast trendist või saades inspiratsiooni teineteisest või moetrendide ennustusi pakkuva agentuuri väljaannetest. Kui vaidlus kandub üle kohtusaali, kus disainer väidab, et ta on autor ja kostja on tema disaini ära varastanud, siis on kohtus õiglust otsival disaineril ei pruugi olla lihtne võitu saavutada, kui tal ei ole oma väidete kinnitamiseks esitada tõendeid teose loomise aja, selle avalikustamise aja ja koha kohta.

Paradoksaalne on moekunsteoste kopeerimise temaatika juures see, et moemaailmas suhtutakse kopeerimisesse mingil määral kui paratamatusesse ja nähakse selles ka positiivseid külge. Nii väidavad moedisaini kopeerimise ja innovatsiooni omavahelist seost uurinud raamatu "The Knockoff Economy" autorid, et kopeerimisel on positiivne efekt, kuna see aitab hävitada ühesuguseks massitoodanguks muutunud disaini ja anda tõuke uute disainide tekkeks.

Tööstusdisainilahendus

Moekunsteoseid on reeglina võimalik registreerida tööstusdisainilahendustena, kuna lisaks esteetilisele on neil ka praktiline funktsioon (riided on kantavad, kaitsevad ilmastiku eest jms). Kuigi miinuseks on registreerimise protsessi pikkus ja keerukus, on tööstusdisainilahenduse kaitse tugevam autoriõiguslikust kaitsest ja on sellest sõltumatu. Registreering annab autorile ainuõiguse oma tööstusdisainilahendusele ja võimaldab keelata teistel identse või äravahetamiseni sarnase toote kasutamise. Tööstusdisainilahendusena võib registreerida toote väliskuju. Lisaks saab kaitsta ka tasapinnalist väliskujundust, näiteks kanga mustrit, nõõpe, tõmblukku, ornamenti, värvilahendust, faktuuri ja materjali, logo, vms.

Juhul, kui konkurendid valmistavad, müüvad või levitavad tööstusdisainilahendusega kaitstud tooteid ilma disaineri nõusolekuta, on disaineril õigus nõuda sellise tegevuse lõpetamist, hoidumist edasistest õiguste rikkumistest ja kahju hüvitamist.

Erinevalt autoriõiguslikust kaitsest saab tööstusdisainilahendus õiguskaitse ainult siis, kui loodu on uus, eristatav ning mille järgi on võimalik tööstuslikult või käsitööstuslikult valmistada tooteid. Õiguskaitse algab alates registreerimisest Patendiameti juures peetavas tööstuslahenduste registris. Registreering kehtib viis aastat registreerimistaotluse esitamise päevast arvates, seda võib pikendada viie aasta kaupa kokku kuni 25 aastaks.

Selleks, et Eestis registreeritud tööstusdisainilahendus kehtiks välisriikides on vaja taotleda registreeringut riikides, kus kaitset soovitakse, eraldi. Euroopa Liidu Intellektuaalomandi Ametis (EUIPO-s) registreeritud tööstusdisainilahendused kehtivad kõikides Euroopa Liidu riikides.

Tasub arvestada sellega, et tööstusdisainilahenduse registreeringut on oluline saada enne toote avalikkusele suunamist. Juhul, kui moedisain esitati avalikult enne registreerimisavalduse esitamist, siis ei pruugi disainitoode täita uudsuse kriteeriumit, mis on tööstusdisainilahenduse registreeringu saamise üheks eelduseks.

Erinevalt autoriõigusest, mille kaitse on tasuta, tuleb tööstusdisainilahenduse registreerimise ja registreeringu pikendamise eest tasuda riigilõiv. Tulenevalt sellest, et moevaldkond on dünaamiline, trendid vahetuvad kiiresti ning turunõudlustele reageerimiseks peab moedisainer kogu aeg looma midagi uut, ei pruugi olla majanduslikult otstarbekas registreerida kõiki uusi disaine ja nende variatsioone. Küll aga tasub registreerida tööstusdisainilahendusena disainilahendusi, mis on innovaatilised ja kõige paremini väljendavad disaineri loomingulist käekirja.

Arvestada tuleb ka nüanssiga, et tööstusdisainilahenduse registreering ei garanteeri registreeringut saanud disainerile seda, et identset või äravahetamiseni sarnast loomingulist lahendust ei või kasuta teine autor, kes juhtumisi heauskselt ja sõltumatult registreeringut saanud disainerist töötas välja sarnase või sama disaini või on teinud olulisi ettevalmistusi selle kasutamiseks. Nii võib selline isik tugineda nn varemkasutamiseõigusele ja jätkata oma toote kasutamist endisel viisil, sh valmistada, reklaamida ja müüa seda, või oma toodet kavandatud viisil kasutama hakata.

Praktilised nõuanded

Suurtel moebrändidel on palgatud juristid, kes igapäevaselt tegelevad intellektuaalse omandi kaitse küsimustega ja jälgivad konkurentide tegevusi, olles valmis rikkumistele reageerima. Suurem osa disaineritest aga ei saa lubada endale pidevat juriidilist tuge, kuid sellele vaatamata on võimalik rakendada praktilisi meetmeid, mis aitavad ennetada intellektuaalse omandi rikkumisi ja rikkumiste korral kaitsta oma loominguga seotud õigusi kaitsta.

- 1.** Fikseeri loomeprotsessi etapid, sh disainitoodete loomise kuupäevad, alates esimese visandi tegemisest kuni tootmiseni ja valmistoodete müüki suunamiseni. Säilita andmed teoste avalikustamise aja ja kanalite kohta. Säilita oma moejoonised, visandid, eskiisid, tee märkmed oma loomeideedest. Nimetatud meetmed aitavad sind kaitsta oma intellektuaalse omandi õigusi, kui keegi kopeerib sinu toodet ning aitab kaitsta ka ennast, kui juhtub nii, et loomevarguses süüdistatakse sind.
- 2.** Registreeri oma põhilised disainilahendused, tööstusdisainilahendusena.
- 3.** Registreeri oma kaubamärk. Kaubamärk räägib tarbijatele sinu kaupade päritolust ja aitab luua tarbijatega tugevamat seost sinu brändiga. Enne registreerimistaotluse sisse andmist veendu, et kaubamärk on piisavalt eristusvõimeline ja et keegi teine ei kasuta sarnast nime või logot.
- 4.** Kui toote väljatöötamise protsessi käigus tekib vajadus avalikustada kolmandatele isikutele oma ideed või äriplaani, mida kavatsed ellu viia, või arendatava toote jooniseid, siis sõlmi ennem vastava osapoolega konfidentsiaalsuskokkulepe, milles fikseeri vastaspoole kohustust hoida konfidentsiaalsena talle usaldatud andmed ning seda, et kõik intellektuaalse omandi õigused kuuluvad ja jäävad sinule.
- 5.** Veendu, et kolmandad isikud, kellega astud lepingulistesse suhetesse (töötajad, koostööpartnerid, tootjad) annavad korrektselt üle oma intellektuaalse omandi õigused sulle.
Kui annad oma intellektuaalse omandi osas litsentsi, siis fikseeri lepingus selgelt millistele objektidele ja millisel territooriumil litsents kehtib, litsentsi kehtivusaeg, litsentsi tasu arvestamise ja tasumise tingimused ning kas kohaldub eksklusiivsus.
- 6.** Õiguste rikkumisel tugine võimalusel erinevatele õiguslikele kaitserežiimidele (autoriõigus, tööstusdisainilahenduse kaitse, kaubamärgiomaniku ainuõiguste rikkumine, kõlvatu konkurents).
Arenda ja kasvata oma ainulaadset brändi, mille juurde kuuluvad sellised elemendid nagu kaubamärk, organisatsioon, tooted, visuaalne identiteet, ettevõtte väärtused, imago ja selle kuvand tarbija teadvuses. Nagu ütles tundud turunduse ja bränditeaduse professor Stephen King: "Konkurent saab kopeerida toodet; bränd on aga unikaalne. Toode võib olla kiiresti aeguda; edukas bränd aga on ajatu."