*Гончаренко К.В., студентка 5 курсу*

*(Факультет міжнародних відносин,*

*Національний авіаційний університет, Київ)*

**Проблема захисту торгової марки та інтелектуальної власності у модній індустрії світу**

В останні десятиліття галузь модної індустрії, яка постійно розвивається, була одним із найзначніших соціальних явищ сучасного суспільства. В основі модної індустрії лежить не просто одяг та тижні моди, а здатність компанії збудувати та монетизувати унікальний бренд для досягнення конкурентних переваг, необхідних для успіху.

Таким чином, постає питання захисту fashion індустрії, як важливого сегменту креативної економіки, торговою маркою, правами інтелектуальної власності тощо. Цінність кожного активу промислового дизайну та бренду, який продає цей актив, є інтелектуальним капіталом, що зміцнює позиції в індустрії моди.

Завданням даного дослідження є розгляд питання інтелектуальної власності в світовій індустрії моди, а саме захист численних дизайнів, захист промислових зразків для кожного виробу, реєстрація торгових марок та назв дизайну тощо.

У fashion індустрії торгова марка є важливою частиною маркетингової стратегії. Вона дозволяє споживачам асоціювати бренд з якістю, естетичністю, історією тощо. Проте пошук товарного знаку може стати досить дорогим завданням для модного будинку. Він вимагає доступ до об'ємних баз даних, а також юридичну команду для визначення вимог та фільтрації результатів. Щоб полегшити вирішення даної проблеми, бренди часто звертаються до експертів з питань інтелектуальної власності, які здійснюють глобальний пошук по торговим маркам з деталізацією по країнам, щоб забезпечити максимальний захист на цільових ринках [1].

Наступним кроком постає реєстрація створеної торгової марки користуючись законами про авторські права. Це захищає бренд від використання власного логотипу сторонніми та його використання в зловмисних цілях. До того ж, реєстрація торгової марки дає юридичну силу для розслідування справ, коли порушуються авторські права. Найбільш відмітними рисами, які модний дім повинен захищати за допомогою торговельних марок, – це його бренд та логотип, оскільки це його найбільш ідентифіковані предмети інтелектуальної власності [2].

Модні бренди часто розробляють принти з логотипів або інші унікальні принти, які також виразно асоціюються з брендом (наприклад, Louis Vuitton Monogram, Burberry Horseferry, Prada Linea Rossa [3;4;5]). Тому їх теж можна захистити торговою маркою, щоб не дозволити іншим їх використовувати. Також така реєстрація дозволяє додати цінності бізнесу шляхом ліцензування активу для отримання додаткового доходу.

У 2019 році компанія Adidas вирішила зареєструвати свій трьохсмужковий дизайн на території Європейського Союзу, так як з’явилось багато інших брендів, які використовували схожі елементи. Проте Суд загальної юрисдикції ЄС відхилив дане прохання через те, що три смужки не є повністю принтом і подібний елемент використовують інші компанії протягом довгого часу [6]. Дана ситуація підтверджує думку про те, що реєструвати принти, логотипи та інші елементи бренду необхідно реєструвати якнайшвидше після їх появи на ринку, або навіть до виходу на ринок, особливо якщо маркетингові дослідження передбачають попит на них.

Розробка нового матеріалу також вимагає захисту та безпосередньо впливає на дохід бренду, так як патент на винахід нового матеріалу може включати готовий товар, склад матеріалу, техніку, яка використовується для виготовлення матеріалу, процес виготовлення матеріалу або навіть удосконалення будь-якого з цих аспектів. Таким чином, модний дім також може використовувати свої винаходи, ліцензуючи їх, щоб отримати більший прибуток від своїх інвестицій [2].

Ще однією складною частиною для модного будинку в управлінні інтелектуальною власністю може стати створення назв продукції. Кожного сезону з’являються нові дизайни та техніки, які потребують назв та реєстрації. Правильно підібрана назва та її реєстрація додає цінності товару. Це відрізняє його на ринку, робить візуальні конструкції більш зрозумілими, та робить товар і бренд впізнаваними за допомогою тексту, що є важливим для PR-у та легкості пошуку в мережі Інтернет [2].

Влучно підібрана назва може залишатись на слуху протягом десятиліть, особливо в модній індустрії. Наприклад, сумка Hermès Birkin – одна з найвідоміших і найдорожчих у світі сумок, яка чітко визначена у своєму дизайні та назві з моменту її створення у 1984 році (і з кожним роком набуває цінності) [2].

Інколи перед реєстрацією певного товару, виникає потреба протестувати його на ринку. Таким чином, бренди, зареєстровані в ЄС та Великобританії, мають можливість використати незареєстровану форму захисту своїх дизайнів. Цей спосіб забезпечує короткочасний захист дизайну товара перед тим, як пройти процедуру реєстрації торговельної марки протягом 3 років. Зазвичай він використовується для захисту короткотермінових товарів або товарів категорії fast-fashion і є більш економічно вигідним [2].

Таким чином, реєстрація торгової марки дозволяє запобігти імітації логотипа, уникнути псування репутації бренда та захистити продажі продукції. В той час як реєстрація дизайну може бути вигідною тим, що завадить використовувати та продавати конструкції бренду, скоріше за все в гіршому виконанні.

**Список використаних джерел**

1. 3 Things to Know When Registering a Trade Mark for Your Fashion Label [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://legalvision.com.au/trade-mark-fashion-brand/>.
2. Intellectual Property in the Fashion Industry [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: https://www.brandstock.com/ intellectual-property-in-the-fashion-industry.
3. Louis Vuitton Monogram [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: https://us.louisvuitton.com/eng-us/ recommendations/louis-vuitton-monogram.
4. Burberry тренч с принтом Horseferry [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: [https://www.farfetch.com/ua/ shopping/women/burberry-horseferry-item-13940554.aspx](https://www.farfetch.com/ua/%20shopping/women/burberry-horseferry-item-13940554.aspx).
5. Prada Linea Rossa Fall Winter 2018 [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: [https://www.prada.com/us/en/ pradasphere/special-projects/linea-rossa.html](https://www.prada.com/us/en/%20pradasphere/special-projects/linea-rossa.html).
6. Adidas Trademarked Stripes Can’t Go Sideways, EU Judges Rule [Електронний ресурс] // Режим доступу до ресурсу: <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/adidas-trademarked-stripes-cant-go-sideways-eu-judges-rule>.