

AUTORSKOPRAVNA ZAŠTITA MODNIH PREDMETA

Mahnić, Zoja

Master's thesis / Diplomski rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, FACULTY OF LAW / Sveučilište u Rijeci, Pravni fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:118:249819>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-16**

PRAVRI
Pravni fakultet Faculty of Law



Sveučilište u Rijeci
University of Rijeka

Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Law](#)
[- Repository University of Rijeka, Faculty of Law](#)



uniri DIGITALNA
KNJIŽNICA

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

PRAVNI FAKULTET
SVEUČILIŠTE U RIJECI

Zoja Mahnić

AUTORSKOPRAVNA ZAŠTITA MODNIH PREDMETA
(diplomski rad)

Rijeka, 2016.

PRAVNI FAKULTET
SVEUČILIŠTE U RIJECI

Zoja Mahnić

AUTORSKOPRAVNA ZAŠTITA MODNIH PREDMETA
(diplomski rad)

Student: Zoja Mahnić

Mentor: Doc. dr. sc. Ivana Kunda

Rijeka, 2016.

Sažetak

U ovome radu prikazana je materija autorskopravne zaštite u modnoj industriji u državama članicama Europske Unije. Unatoč naporima uložениh u harmonizaciju autorskoga prava na svjetskoj razini, koji su svoj izraz dobili prvi puta 1886.g. u Bernskoj konvenciji za zaštitu književnih i umjetničkih djela, nacionalna zakonodavstva pokazuju znatne razlike, pogotovo u kontekstu predmeta modne industrije.

Spomenute razlike proizlaze iz razlika pravnih kultura, ali su i odraz utjecaja modne industrije na ekonomiju pojedine države. Kako je drugim instrumentima prava intelektualnog vlasništva poput žiga ili industrijskog dizajna, zaštićeno samo nekoliko elemenata koje sadrži određeni predmet modne industrije, naglasak u ovom radu stavljen je na zaštitu autorskim pravom pojedinih predmeta stvorenih u modnoj industriji, poput haljine ili komada nakita. Dio rada posvećen je uređenju autorskopravne zaštite parfemske formule. Polazeći od relevantnih odredaba nacionalnih zakonodavnih akata pojedinih država pružen je uvid i u sudsku praksu sudova u Francuskoj, Italiji te Nizozemskoj.

Abstract

The main topic of this thesis is the subject matter of copyright protection in the ambit of the fashion industry in the Member States of the European Union. Despite the efforts that had been made in order to harmonize the copyright laws internationally, expressed primarily through the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works, copyright has never been harmonized in a considerable manner, especially regarding the protection in the fashion industry.

The aforementioned diversity between national provisions regarding copyright protection of fashion products results from the differences in legal cultures between states, but are also a reflection of the influence of the fashion industry on the economy of a specific country. Specific elements of fashion products are protected by trademark and design rights, this paper is focused on the topic of the copyright protection of the specific fashion product, such as a dress or a piece of jewellery. A part of the paper shows rules related to copyright protection of a perfume formula. The paper also provides an insight into the relevant provisions of national laws related to copyright in specific countries and with emphasis on the case law in France, Italy and Netherlands.

Sadržaj

| | |
|--|------|
| Sažetak | I |
| Abstract | II |
| Sadržaj | III |
| 1. Uvod..... | 2 |
| 2. Općenito o autorskom djelu kao objektu autorskopravne zaštite | 4 |
| 3. Općenito o autorskopravnoj zaštiti u modnoj industriji | 10 |
| 4. Zaštita dizajna kao autorskog djela | 14 |
| 5. Autorskopravna zaštita u modnoj industriji u Francuskoj | 16 |
| 5.1. Haljina kao autorsko djelo | 18 |
| 5.2. Modna revija kao autorsko djelo | 19 |
| 6. Autorskopravna zaštita u modnoj industriji u Italiji | 21 |
| 6.1. Pretpostavke autorskopravne zaštite djela industrijskog dizajna | 21 |
| 6.2. Nakit kao objekt zaštite | 23 |
| 7. Autorskopravna zaštita parfema..... | 26 |
| 7.1. Francuska sudska praksa..... | 27 |
| 7.2. Nizozemska sudska praksa | 32 |
| 8. Zaključak..... | 34 |
| Prilozi | IV |
| Prilog 1. Art Buff – Banksy..... | IV |
| Prilog 2. Tuxedo dress – Yves Saint Laurent | V |
| Popis kratica | VII |
| Popis literature..... | VIII |

“It is better to fail in originality than to succeed in imitation.”

Herman Melville

1. Uvod

Tema ovoga rada je autorskoppravna zaštita predmeta modne industrije. Kako u sudskoj praksi Republike Hrvatske spomenuta tema nije bila predmetom rasprave, ista je obrađena u kontekstu sudske prakse država članica Europske Unije. Neke su države pokazale izuzetan stupanj interesa za pružanje autorskoppravne zaštite na tom području. Razlog tome je značajan ekonomski prihod koji proizlazi iz aktivnosti u spomenutoj industriji. U tom kontekstu ističu se Francuska i Italija, u kojima se nalaze svjetske modne prijestolnice, Pariz i Milano.

U uvodnom poglavlju o objektima autorskoppravne zaštite navedene su relevantne odredbe Bernske Konvencije i temeljne pretpostavke zaštite te problemi koji su povezani uz tumačenje istih. Ukratko su izloženi predmeti iz sudske prakse kroz koje je evidentna elastičnost u tumačenju temeljnih pretpostavki autorskoppravne zaštite. S druge strane, učinjen je osvrt na raspravu u kojoj je razmatrana mogućnost autorskoppravne zaštite u području biotehnologije, što barem s teorijske strane pokazuje dalekosežnost predmetne zaštite.

U drugom poglavlju izložene su vrste povreda nad intelektualnim vlasništvom u sklopu modne industrije te su objašnjeni razlozi koji motiviraju subjekte unutar iste da svoje proizvode zaštite različitim mehanizmima zaštite.

U trećem poglavlju učinjen je osvrt na Francusko zakonodavstvo i relevantnu sudsku praksu. Francuska je posebno interesantna jer je nacionalnim zakonom o intelektualnom vlasništvu propisano da su kao djela primijenjenih umjetnosti zaštićena ona koja imaju utilitarnu funkciju, što je identično zakonskim odredbama prisutnim i u drugim državama članicama EU. Međutim, francuski je zakonodavac, za razliku od ostalih, posebno istaknuo kako predmetnu zaštitu uživaju *kreacije sezonskih industrija* odjeće i modni artikli. U drugom dijelu istoga poglavlja prikazana je *subjecta materia* u kontekstu talijanskog zakonodavstva. Talijanski je zakonodavac, unio u odredbu nacionalnog propisa o autorskom pravu dodatnu pretpostavku zaštite djela industrijskog dizajna a to je umjetnička vrijednost. Naglasak je stavljen na probleme u interpretaciji pojmova *kreativnog karaktera* te *umjetničke vrijednosti* prikazom relevantne sudske prakse.

U posljednjem dijelu rada iscrpno je obrađeno nekoliko predmeta iz sudske prakse Francuskih i Nizozemskih sudova, povodom kojih se je raspravljalo o autorskopravnoj zaštiti parfema, koji, premda značajni za ekonomiju, ne uživaju adekvatnu zaštitu.

2. Općenito o autorskom djelu kao objektu autorskopravne zaštite

Prvi oblici autorskopravne zaštite intelektualnih tvorevina pojavljuju se uslijed tehnoloških inovacija koje su omogućile spoznaju o ekonomskoj vrijednosti utjelovljenoj u rezultatima ljudske kreativnosti.¹ Jedna od tih inovacija je izum pisaćeg stroja 1450. g.² Od tog trenutka nadalje, kontrola nad izvorima znanja, odnosno knjigama, prelazi s crkve na nakladnike. Nakladnicima bivaju na njihov zahtjev dodijeljeni privilegiji³ temeljem kojih ostvaruju monopol nad tiskanjem književnih djela. Premda institut privilegija nedvojbeno predstavlja temelj autorskopravne discipline, pojam autorstva i pojam autorskog prava (franc. *droit d'auteur*, tal. *diritto d'autore*, engl. copyright/ author's right) kao prava autora književnih, znanstvenih i umjetničkih djela profilirao se je nešto kasnije, ponajprije u Engleskoj, 1710. g. donošenjem statuta kraljice Ane, potom u SAD-u 1790. g., a konačno i u Europi, počevši od Francuskog zakona 1793. g., po uzoru na kojeg su doneseni prvi zakoni i u drugim europskim državama kojima je normirana predmetna materija.⁴

Devedesetak godina nakon donošenja prvih nacionalnih propisa o autorskom pravu, uočena je potreba za uređenjem autorskog prava na međunarodnoj razini koja je konačno 1886. g. dobila svoj izraz u Bernskoj konvenciji za zaštitu književnih i umjetničkih djela (dalje: Bernska konvencija).⁵ Navedenom konvencijom postavljene su krovne odredbe u pogledu zaštićenih djela i prava koja pripadaju autorima te su njome

¹ Izzo, U., *Alle origini del copyright e del diritto d'autore: Tecnologia, interessi e cambiamento giuridico*, 1. izd., Roma, Carocci editore S.p.a., 2010., str. 11.

² Povijesno poznat kao Gutenberg, Johann Gensfleisch zur Laden 1450. godine, uspješno primjenjuje novi postupak umnožavanja teksta pomoću lijevanih pomičnih slova kojima se tekst tiska na papir. Od tog trenutka nadalje, nakladnička djelatnost postiže dotada neviđene razmjere.

³ Nakladnicima, za koje se koristi i pojam knjižari, postupak tiskanja biva znatno olakšan no i dalje zahtijeva visoke početne troškove ulaganja te stoga, javlja se potreba da se zaštiti njihov ekonomski interes. Uvodi se institut individualnih privilegija koje najviše državno tijelo dodjeljuje određenom nakladniku a kojim mu se priznaje isključivo pravo tiskanja i prodaje rukopisa u određenom vremenski ograničenom trajanju. Unatoč tome što je razlog nastanka i temeljna svrha nakladničkih privilegija gospodarske naravi, u Francuskoj se je navedeni privilegij pokazao izuzetno korisnim sredstvom cenzure u političke svrhe.

⁴ Henneberg, Ivan, *Autorsko pravo*, 2. izd., Zagreb, Informator d.d., 2001.

⁵ Ta je konvencija nastala na poticaj i uz angažman Međunarodne organizacije književnika i umjetnika (franc. *Association litteraire et artistique internationale – ALAI*) i prva je međunarodna konvencija kojoj je predmet autorsko prav. Bernskom je Konvencijom propisano da njene potpisnice, odnosno članice Bernske Unije, imaju obvezu primijeniti načelo asimilacije stranaca s domaćim državljanima te priznati im nacionalni tretman u pogledu njihovih autorskih djela u svim zemljama Unije.

propisani minimalni standardi autorskopravne zaštite koje moraju osigurati države potpisnice.⁶

Odredbom članka 4 konvencijskog teksta koji datira iz 1886. g., propisano je značenje pojmova „književnih i umjetničkih djela“ te su kroz primjeričnu listu, označena pojedina djela koja uživaju zaštitu. U prethodno navedenoj listi (koju danas sadrže svi nacionalni zakoni) kao objekt zaštite navedene su knjige, brošure i ostala pisana djela; dramska ili dramsko-glazbena djela; glazbene skladbe s riječima ili bez njih; djela crtanja, slikarstva, kiparstva, urezivanja, litografije; ilustracije, zemljopisne karte; planovi, skice i plastična djela koja se odnose na zemljopis, topografiju, arhitekturu ili znanost. Odredbom čl. 6 propisano je da je zaštićeno djelo i prijevod. I konačno, posljednjom je rečenicom navedenog članka propisano da svako djelo s književnog, znanstvenog ili umjetničkog područja, bez obzira na način i oblik izražavanja uživa zaštitu kao originalno autorsko djelo.⁷

Navedena konvencija je revidirana nekoliko puta, te je prilikom svake revizije proširena primjerična lista; tako su u tekst iz 1908. g. nadodana kao zaštićena koreografska i pantomimska djela; fotografska djela, s kojima su izjednačena djela izražena postupkom sličnim fotografiji; te konačno, djela primijenjenih umjetnosti, ukoliko je zaštita zajamčena domaćim zakonodavstvom. Uz prijevode, nadodano je da su zaštićena djela i prilagodbe, glazbene obrade i druge prerade književnoga ili umjetničkoga djela.⁸ Rimskim aktom iz 1928. g. na listu su ubrojena i predavanja, govori, propovijedi i druga djela iste naravi, a Briselskim aktom iz 1948. g. zbirke književnih ili umjetničkih djela, poput enciklopedija i antologija, koje prema izboru ili rasporedu građe čine intelektualne tvorevine; te kinematografska djela, s kojima su izjednačena djela izražena postupkom sličnim kinematografiji. Osim toga propisano je da su mogući objekt zaštite uzorci i modeli pod uvjetom da je to propisano nacionalnim zakonodavstvom pojedine države

⁶ Vučković, Matanovac, Romana, Gliha, Igor, Pravni položaj stranaca kao nositelja autorskog i srodnih mu prava, Zbornik Hrvatskog društva za autorsko pravo, br.10, 2009, str. 70 Dostupno na: < <http://hdap-alai.hr/romana-matanovac-vuckovic-igor-gliha-pravni-polozaj-stranaca-kao-nositelja-autorskog-i-srodnih-mu-prava/>>

Posjećeno: 01. svibnja 2016.

⁷ Berne Convention, Convention Concerning the Creation of An International Union for the Protection of Literary and Artistic Works of September 9, 1886

⁸ Berlin Act, 1908, Revised Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works of November 13, 1908

potpisnice. I posljednje, 1967. g. Stockholmskim aktom se primjerična lista nadopunjuje i trodimenzionalnim djelima koja se odnose na zemljopis.

Iz prethodno izloženog osvrta na proširenja primjerične liste konvencijskog teksta, može se zaključiti kako je poimanje objekta autorskopravne zaštite podložno inovacijama u svim područjima ljudskog stvaralaštva. No, kako je već rečeno, primjerična lista nosi taj naziv jer u nju nisu ubrojena sva djela koja su objektom autorskopravne zaštite što predstavlja mogućnost da i drugim djelima bude priznata autorskopravna zaštita. Takvo djelo je podložno ocjeni pripadnosti autorskopravnoj oblasti (najčešće unutar sudskog postupka). Radi dobivanja odgovora na to pitanje, treba prvo utvrditi ispunjava li predmetno djelo objektivnu pretpostavku, odnosno pripada li jednoj od kategorija za klasifikaciju odnosno, je li ono djelo iz književnoga, znanstvenoga i umjetničkog područja te potom, ispunjava li ono subjektivnu pretpostavku, koja se svodi na pitanje je li predmetno djelo originalna intelektualna tvorevina.

Prije svega, važno je shvatiti širinu pojmova književnosti, umjetnosti i znanosti.

Najobuhvatnija od triju kategorija je, barem na teorijskoj razini, umjetnost, utoliko što asocijacije na taj pojam variraju u velikoj mjeri. Od slika do nakita, preko uređenja interijera, gotovo sve što nas okružuje može biti percipirano kao umjetnost. Upravo je prošle godine, u sudskom postupku između Creative Foundations i Dreamland Leisure-a, usput podignuto pitanje uživaju li grafiti autorskopravnu zaštitu. Sudac je obznanio kako Banksy-ju pripada autorsko pravo u pogledu njegova grafita, nazvanog Art Buff (v. prilog 1.), neovisno o tome što isti nema vlasništvo nad zidom, odnosno na nekretnini na kojoj je grafit oslikan. Pitanje autorskopravne zaštite grafita je veoma zanimljivo pitanje iz predmetnog područja, utoliko što, kao što je općepoznato, crtači grafita uobičajeno iste stvaraju na površinama koje su ili javne ili u tuđem privatnom vlasništvu. Premda je nedvojbeno kako s umjetničke strane grafiti zaslužuju dobiti autorskopravnu zaštitu, nesporno je da se time zadiruje u pravo vlasnika nekretnine, uzevši u obzir da moralna prava autora prekludiraju izvršavanje svake promjene na djelu (pa time dakako i uklanjanje djela sa zida).⁹

⁹ Wickenden, Stephanie, Graffiti Art: The Rights of Landlords, Tenants and Artists: Creative Foundation v Dreamland Leisure Ltd, E.I.P.R., br. 2, 2016., str. 120 – 121.

Nakon početne kategorizacije djela, pristupa se razmatranju pitanja originalnosti, odnosno kreativnosti djela. Ono je veoma osjetljivo iz razloga što se prilikom davanja odgovora na isto, treba uzeti kontekst djela o kojemu je konkretno riječ, odnosno, procjena originalnosti pojedinog djela ne može se izvršiti na jednak način unutar svih oblasti ljudskog stvaralaštva. Djelo koje pripada kategoriji umjetničkih ili književnih djela, posjeduje originalnost kada je u njemu prisutan izraz osobnosti autora; s druge strane, očito je da je takav izraz nesvrishodno tražiti u računalnim programima ili bazama podataka. Stoga je kontinentalno europski pravni krug pristupio empirijskoj koncepciji originalnosti koja je uobičajena u angloameričkom pravnom krugu; riječ je o doktrini *skill, labour and judgement*. Primjena navedene doktrine u Europi uočljiva je upravo u trenutku kada se je tražio adekvatan instrument zaštite za računalne programe i baze podataka.

Radi pružanja autorskopravne zaštite računalnim programima u europskom pravnom krugu, trebalo je prije svega odstupiti od klasičnog tumačenja originalnosti kao kreativnosti, koja je često tumačena kao izraz osobnosti autora, te istu tumačiti temeljem objektivnog koncepta, prema kojemu, se originalnost djela procjenjuje u odnosu na mogućnost izbora koje su pružene njegovu stvaratelju.¹⁰ Glavnina država članica Europske unije, koje su pripadnice kontinentalnoeuropskog pravnog kruga, morale su nakon preuzimanja Direktive Vijeća 91/250/EEZ od 14. svibnja 1991. o pravnoj zaštiti računalnih programa¹¹ u svoja nacionalna zakonodavstva svoja tumačenja originalnosti, kao pretpostavke za autorskopravnu zaštitu, prilagoditi i ublažiti u odnosu prema računalnim programima te napustiti starija stroga stajališta.¹² Donošenjem direktive kojom je autorskopravna zaštita priznata računalnim programima učinjen je enorman konceptualni pomak u autorskopravnoj doktrini time što je objelodanjena širina kategorije književnih djela, i ne samo, već i elastičnost u interpretaciji pojma originalnosti / kreativnosti. Posljedica toga je da se je u posljednjih nekoliko godina vodi intenzivna rasprava o drugim mogućim objektima autorskopravne zaštite.

¹⁰ Kunda, Ivana, Matanovac, Vučković, Romana, Raspolaganje autorskim pravom na računalnom programu – materijalnopravni i kolizijskopravni aspekti, Zbornik Pravnog fakulteta u Rijeci, v. 31, br. 1, 2010., str. 88-89

¹¹ OJ L 122 od 17. svibnja 1991.

¹² „U uvodnom dijelu Direktive o računalnim programima izrijekom je propisano da kvalitativni i estetski kriteriji ne smiju utjecati na ocjenu je li neki računalni program individualna intelektualna tvorevina, tj. je li podoban za autorskopravnu zaštitu.“ loc. cit.

U SAD-u je već 1982. g. (gotovo istodobno s početkom rasprave o autorskopravnoj zaštiti računalnih programa) razmatrana mogućnost da se autorskopravna zaštita pruži sintetičkoj DNK (engl. *engineered DNA*) o čemu je detaljnije pisao Christopher M. Holman, koji je po zvanju doktor biokemije i molekularne biologije te pravnik, stoga se može afirmirati kako je u predmetnu temu upućen dvosmjerno. Spomenuti autor ističe kako je autorsko pravo u pogledu svoga objekta zaštite, pokazalo tendenciju ka ekspanziji radi davanja odgovora problemima u svijetu novih tehnologija, u kojemu je reprodukcija djela mnogo jeftinija od stvaranja istih. Iz ovog posljednjeg su razloga, nove tehnologije podložne zlouporabi od trećih koji svojim postupcima ugrožavaju inovacijski proces. Stoga se nastoji pružiti adekvatna nagrada za kreativnost a to je učinkovit mehanizam zaštite od zlouporabe. Prof. Holman ističe kako, uzevši u obzir da je zaštita računalnim programima pružena temeljem analogije s književnim djelima, treba ukazati na sličnosti između sintetičke DNK i računalnog programa. U tom kontekstu ističe, između ostalog, kako oboje predstavljaju niz instrukcija za izvedbu određenih funkcija i oboje mogu biti izraženi u obliku kojega čovjek može interpretirati. Prof. Holman iznosi i niz drugih sličnosti, no zanimljiva za ovu temu je zasigurno činjenica da troškovi razvoja daleko premašuju troškove kopiranja, kako u slučaju kod računalnih programa tako i kod sintetičke DNK, a osim toga, svaka kopija je identična originalu stoga je i ona podobna za kopiranje što može rezultirati eksponencijalnim rastom u proizvodnji kopija, usporedivo širenju virusa.¹³ S obzirom na probleme koji su proizašli iz patentne zaštite biotehnologija, biti će zanimljivo vidjeti rasplet ove priče, te hoće li SAD priznati autorskopravnu zaštitu u ovome području, toliko važnom za naš opstanak, i samim time toliko ekonomski vrijednom.¹⁴

Iz upravo iznesenog proizlazi kako su se, u pogledu objekta zaštite, autorsko i pravo industrijskog vlasništva veoma približili te povijesno postojeća granica između istih značajno oslabljuje. J. B. Matthews, američki profesor dramske književnosti, istaknuo je

¹³ Holman, Christopher, Copyright for engineered dna: an idea whose time has come?, West Virginia Law Review, vol. 113., 2010. str. 712-715., dostupno na: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1710162> Posjećeno 28. lipnja 2016.

¹⁴ „The rapidly emerging field of synthetic biology has tremendous potential to address some of the most compelling challenges facing our planet by providing clean renewable energy, nutritionally-enhanced and environmentally friendly agricultural products, and revolutionary new life saving cures. However, leaders in the synthetic biology movement have voiced concern that biotechnology’s current patent-centric approach to intellectual property is in many ways ill-suited to meet the challenge of synthetic biology, threatening to impede follow-on innovation and open access technology.“, op. cit. str. 699.

kako će nas „možda osvrt na prošlost razvoja autorskog prava dovesti do pobližeg razumijevanja njegovog stanja u sadašnjosti te do jasnijeg uvida u njegov mogući razvoj u budućnosti.“¹⁵ No, s obzirom na tehnološku revoluciju kojoj svjedočimo, čini se kako je budućnost autorskoga prava postala u potpunosti nepredvidiva.

¹⁵ Izzo, U., op. cit. str. 20.

3. Općenito o autorskopravnoj zaštiti u modnoj industriji

Profit modne industrije u 2014.g. kretao se je u iznosu od 165.3 milijardi eura unutar područja Europske Unije¹⁶ dok je procijenjeno kako je na svjetskoj razini 2015. g. taj iznos bio 1,200 milijardi američkih dolara¹⁷ te je stoga opravdano zaključiti kako navedena industrija predstavlja jednu od najunosnijih na globalnoj razini. Pritom je važno za istaknuti kako u spomenutoj industriji kao i brojim drugima, vrijednost nematerijalnih dobara prevladava nad vrijednošću materijalnih.¹⁸

Upravo iz tog razloga, poduzetnici koji djeluju unutar njezinih struktura, odnosno vlasnici renomiranih modnih kuća (e.g. Chanel, Hermès, Dior i dr.) nalaze se pod konstantnom prijetnjom od parazitskog prisvajanja njihovih intelektualnih tvorevina od strane trećih osoba. Bilo da je riječ o parazitskom prisvajanju od strane krivotvoritelja ili stvarnih konkurenata koji djeluju na istom tržištu¹⁹, činjenica je da su poduzetnici čije je intelektualno vlasništvo na neki način povrijeđeno, uložili vrijeme i napor u stvaranje svojih dizajna te u razvoj vlastitoga *branda*,²⁰ no u konačnici ostvaruju manji profit od očekivanog te stoga trpe ekonomsku štetu. Izvor problema predstavlja cijena; opće je poznato da je cijena krivotvorine čak desetorostruko niža od cijene originalne inačice. Naime, niska cijena replike skupocjenih odjevnih predmeta privlači pozornost potrošača te stoga nastaje velika potražnja za istima, popraćena jednako velikom ponudom što proizvodi negativne učinke u pogledu profita²¹ te ugleda poznatih brandova, koji tom

¹⁶ Dostupno na: <http://www.statista.com/statistics/417688/eu-european-union-textile-clothing-industry-turnover/> posjećeno 28. svibnja 2016.

K. Raustiala i C.J. Springman, „The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual property in Fashion Design“, 2006, 1687. str.

¹⁷ Istraživanje dovršeno 02. veljače 2015.g., dostupno na: <http://www.statisticbrain.com/fashion-industry-statistics/>, posjećeno 28. svibnja 2016.g.

¹⁸ Istraživanje provedeno 2013.g., pokazalo je u kojim postocima vrijednost nematerijalnih dobara prevladava nad vrijednošću materijalnih, kroz bilance nekih važnijih igrača u sektoru mode na talijanskom tržištu, pa je tako procijenjeno da je u slučaju VFG- Valentino Fashion Group to 85.4 %, u slučaju Max Mara Fashion Group 65.1%, 61.8% za Pradu te 52.1% za Tods. v. više u Valdani, E., Il valore di mercato degli asset IP nel settore della moda e dei luxury goods, Il diritto industriale, br. 4 (2013), str. 323.

¹⁹ vidi predmet Tod's d.d., Tod's Francuska d.o.o. protiv Heyraud d.o.o. C-28/04, ECLI:EU:C:2005:418

²⁰ Brand (branded goods) (engl.) naziv koji se uobičajeno koristi za ugledne i potrošačima prepoznatljive proizvode s poznatim (engl. well-known) robnim/uslužnim žigom. Tako se naziv brand uvriježio kao tehnički izraz za ugledne proizvode prepoznatljive potrošačima. U tom je kontekstu taj pojam širi od izvornog značenja pojma robni/uslužni žig (marka) proizvoda. U Hrvatskoj se usporedno koristi izraz marka proizvoda. Dostupno na: <http://limun.hr/main.aspx?id=517325> Posjećeno 06. lipnja 2016.g.

²¹ „Recentna istraživanja pokazala su da krivotvorena roba godišnje nanosi Europskoj modnoj industriji štetu od 5 milijardi funti.“, E.I.P.R., br. 11, 2013., 637. str.

aktivnošću bivaju oštećeni²². No, kao što je već napomenuto, nisu krivotvorine jedini izvor opasnosti; Identičan je scenarij posrijedi i u onim situacijama u kojima prisvajanje tuđeg intelektualnog vlasništva ne rezultira proizvodnjom krivotvorina, odnosno kada proizvodi ne sadrži žig renomirane modne kuće, već su krajnji rezultat imitacije odjevnih predmeta, modnih dodataka i sl., koji izuzetno nalikuju ili su identične prethodno postojećem dizajnu. U tom kontekstu, posebnu prijetnju predstavljaju tzv. low-end dizajneri koji proizvode tzv. brzu modu (engl. *fast fashion*) za proizvođače koji svoje proizvode prodaju pod imenima poput Zare, HM-a, Manga itd.

S obzirom na to da dizajn odjevnih predmeta u većini zakona država članica EU nije naveden kao objekt zaštite autorskim pravom (izuzetak je francuski zakon), ta činjenica otvara mogućnost *low-end* dizajnerima da bez zadržke imitiraju modne kreacije *high-end* dizajnera. Ta je mogućnost eskalirala razvojem novih tehnologija poput internetskog prijenosa²³ (engl. *streaming*) zahvaljujući kojemu, *low-end* dizajneri u rekordnom roku dobiju uvid u najnovije trendove prisutne na glavnim modnim događajima u svijetu (*Fashion week* u New Yorku, Parizu i sl.), a potom fotografije odjevnih artikala izloženih na tim modnim događajima gotovo istovremeno prosljeđuju proizvođačima, koji za njih proizvode jeftinu verziju originalnog dizajna. Jedini rizik kojemu je pritom izložen tvorac brze mode jest da ne raspolaže podatkom koji će od svih prezentiranih modela biti prihvaćen na tržištu od strane potrošača, stoga je primoran preuzeti više modela i „iskušati sreću“. S druge strane, velika je prednost trgovaca brzom modom činjenica da nisu izloženi troškovima istraživanja i dizajniranja odjeće s obzirom da se njihova cjelokupna aktivnost u tom kontekstu svodi na imitaciju tuđeg proizvoda.²⁴

Kada govorimo o parazitskom prisvajanju plodova tuđeg intelektualnog rada, u kontekstu modne industrije možemo razlikovati nekoliko vrsta proizvoda koji su prisutni

²² Darcy, J., Under-Regulated or Under-Enforced: Intellectual Property, the Fashion Industry and Fake Goods, *European Intellectual Property Review - E.I.P.R.*, br. 2, 2013., 83. str.

²³ Engleska riječ *streaming* označuje prijenos multimedijских sadržaja putem interneta. Riječ *streaming* najčešće se upotrebljava da bi se označio prijenos uživo, a katkad se razlikuje *live streaming* (prijenos uživo) i *streaming on demand* (prijenos na zahtjev). Dostupno na: <<http://bolje.hr/rijec/streaming-gt-internetski-prijenos/28/>> Posjećeno: 21. lipnja 2016.g.

²⁴ Elavia, Serena, "How the Lack of Copyright Protections for Fashion Designs Affects Innovation in the Fashion Industry". Senior Theses, Trinity College, Hartford, CT 2014.str.

na tržištima. Razlikuju se oni koji tek imitiraju luksuzni proizvod²⁵ i drugi koji inkorporiraju sva obilježja do posljednjeg detalja originalnog proizvoda.

1. Imitacije, odnosno proizvodi koji imitiraju određeni original, na način da izgledom potrošača asociraju na navedeni original; teško ih je zamijeniti s originalnim proizvodom kojeg su imitacija, jer ne sadrže žig koji uobičajeno sadrži navedeni original (npr. imitacija Guccieve torbe, remena, itd.) stoga njihova proizvodnja nije protupravna;
2. *Knockoff fashion* su, za razliku od imitacija, proizvodi koji imitiraju izgled određenog originala u posljednji detalj te ih se stoga može veoma lako zamijeniti za original, doduše, i kod ovih proizvoda nije naznačen žig *branda* originalnog proizvoda. Riječ je o tzv. *fast-fashion* lancima poput Zare²⁶, H&M-a i sl.
3. Krivotvorine su proizvodi izgleda identičnog određenom originalu na kojima je proizvođač, unatoč tome što ne posjeduje ovlaštenje za to, stavio i žig *branda*. Ovo su dakle, proizvodi koji, zbog višedimenzionalne povrede intelektualnog vlasništva (s obzirom da neovlašteno koriste ne samo dizajn već nerijetko i žig) stvaraju najveću konfuziju u percepciji potrošača te stoga predstavljaju i najveću prijetnju vlasnicima renomiranih *brandova*.
4. Originalan proizvod koji se nalazi na tržištu usprkos volji proizvođača ili ovlaštenog distributera. Primjer su proizvodi koji su ušli na tržište putem paralelnog uvoza, ukradeni te potom preprodani proizvodi, ili pak proizvodi koji su rezultat tzv. *over running* procesa (proces u kojemu, u tvornici u kojoj se proizvodi originalan proizvod, biva proizvedeno više proizvoda no što je

²⁵ Luksuzni proizvodi su oni koji imaju karakteristike koje nadmašuju uobičajene karakteristike proizvoda u istoj kategoriji, te se od njih najčešće razlikuju višom kvalitetom, privlačnijim izgledom, posebnosću, manjim serijama te odgovarajućom višom cijenom. Luksuzni proizvodi osim upotrebne vrijednosti imaju i dodatnu simboličku vrijednost, budući da ih se najčešće povezuje s višim društvenim statusom. Kod luksuznih proizvoda znatna količina rada i sredstava ulaže se u osmišljavanje osebujnog, karakterističnog, prepoznatljivog dizajna proizvoda i stvaranje žiga (zaštitnog znaka) koji na tržištu predstavlja prepoznatljiv brand njegovog vlasnika. Dostupno na: <http://www.stop-krivotvorinama-i-piratstvu.hr/hr/krivotvorenje-i-piratstvo/osobito-pogodeni-ind-sektori/luksuzni-proizvodi-odjeca-modni-dodaci/> Posjećeno: 11. svibnja 2016.g.

²⁶ Zara je španjolska tvrtka čija se poslovna filozofija svodi upravo na kopiranje dizajna odjeće i drugih predmeta luksuznih svjetskih brandova, stoga se ne libi u niti jednom trenutku „posuditi“ ideju koja se je pokazala tržišno uspješnom, no to čini na veoma perfidan način. Tako je 2010.g. „posudila“ crveni džon, karakteristično obilježje cipela poznatog francuskog dizajnera cipela Louboutina, nakon čega je on pokrenuo postupak protiv Zare pozivajući se na povredu žiga. No taj postupak nije imao negativan ishod za Zaru. v. više: Fano, E., Tutela del design nella moda tra registrazione e diritto d'autore: una comparazione tra Europa e Stati Uniti, Il diritto industriale, br. 4. (2013), str. 359.

predviđeno ugovorom između naručitelja i pod-dobavljača, a koji su namijenjeni upravo za vlastitu prodaju od strane pod-dobavljača).²⁷

Premda neki autori ističu utjecaj tzv. paradoksa piratstva (engl. *piracy paradox*)²⁸, upravo zbog potencijalnog gubitka profita (ali ne isključivo zbog toga, već i zbog zaštite branda, sprječavanja nezakonite upotrebe njihova ugleda), poduzetnici štite svoje intelektualno vlasništvo različitim sredstvima, nerijetko i kumulativno. Radi zaštite istog, poduzetnicima stoji na raspolaganju zaštita industrijskog vlasništva, u obliku registriranoga odnosno neregistriranoga žiga²⁹ koji omogućava razlikovanje određenog *branda* od ostalih prisutnih na tržištu.

Međutim, zaštita žigom nije uvijek garancija uspješnosti u sporu kada dođe do povrede; sudska praksa svjedoči kako je vjerojatnost da će tužitelj uspjeti dokazati da je došlo do povrede žiga, veoma mala³⁰, a uspješnost u postupcima bilježe tek oni poduzetnici koji su nositelji jednostavnijih žigova (e.g. Adidas).³¹ Premda je žig veoma svrsishodan instrument zaštite u kontekstu sprječavanja protutržišnog ponašanja³² već je i sama registracija određenog znaka kao žiga veoma teška s obzirom da treba dokazati njegovu razlikovnost; tako je nedavno Opći Sud EU presudio u dva predmeta da su dva Louis Vuittonova uzorka (na oboma se nalazi uzorak šahovnice) nevaljano registrirani jer ne zadovoljavaju kriterij dostatne razlikovnosti s obzirom da se taj motiv učestalo koristi u dekorativnom sektoru, posebice za odjeću ili pločice za pod³³.

²⁷ Valdani, E., Il valore di mercato degli asset IP nel settore della moda e dei luxury goods, *Il diritto industriale*, br. 4 (2013), str. 323.

²⁸ Piracy paradox pojam je kojim se označava situacija u kojoj se modne tendencije konsolidiraju i obnavljaju mnogo češće i brže upravo zbog postojanja imitacija. Imitacije naime omogućuju dostupnost mode potrošačima različitih imovinskih prilika, pa i onim najsiromašnijima, čime dolazi do demokratizacije mode. To je trn u oku bogatijih potrošača, koji žele ostati na neki način separirani od siromašnijih slojeva društva upravo po načinu odijevanja. Stoga, to predstavlja ekonomski poticaj za velike modne kuće da konstantno obnavljaju trendove, odnosno modu. Raustiala, Kal, Springman, Christopher u: Fano, Edoardo, op. cit. str. 355

²⁹ Zbog glavnih funkcija koje ga karakteriziraju, poput funkcije oznake podrijetla, kvalitete odnosno garancije te reklamne funkcije, žig je izuzetno korišten od strane subjekata unutar modne industrije. Darcy, J., op. cit., str. 86

³¹ U predmetu Marca Mode CV protiv Adidas AG sud je zaključio da je Adidas imao žig Zajednice, a Marca Mode je upotrijebila znak koji je sadržavao dvije okomite crte što bi moglo dovesti u zabludu potrošače zbog sličnosti Adidasovu znaku te je stoga povrijeđeno pravo Adidasa., *E.I.P.R.*, br. 2., 2013., str. 87.

³² Žig se često koristi radi osnaženja zabrane prodaje dobavljačima u sistemima selektivne distribucije ili radi zaštite teritorijalnih zabrana.

³³ Käseberg, T., *INTELLECTUAL PROPERTY, ANTITRUST AND CUMULATIVE INNOVATION IN THE US AND EU*, Oxford, Hart Publishing Ltd, 2012., str. 13

4. Zaštita dizajna kao autorskog djela

U većini država članica EU autorskim se pravom štite djela primijenjene umjetnosti, za razliku od angloameričkog pravnog sustava u kojem je zbog primjene doktrine „korisnog proizvoda“³⁴, kategorički isključena mogućnost autorskopravne zaštite proizvoda koji imaju pored ornamentalnih i utilitarističke značajke. „Djela primijenjenih umjetnosti (engl. *works of applied art*, franc. *oeuvres des arts appliquées*, njem. *Werke der angewandten Kunst*, tal. *opere delle arti applicate*) autorska su djela izražena dvodimenzionalnim ili trodimenzionalnim oblicima estetskog karaktera na predmetima praktične uporabe“³⁵ te se u taj pojam ubrajaju djela umjetničkog obrta (engl. *artistic handcraft*, franc. *art artisanal*, tal. *arte artigiana*) te uzorci (crteži) i modeli za industrijsku proizvodnju (djela industrijskog dizajna/obličja).³⁶

U Europskoj Uniji, pravo na dizajnu regulirano je nacionalnim zakonodavstvom, konkretnije nacionalnim zakonima o autorskom pravu te pravu tržišnog natjecanja, ali i dvjema instrumentima Zajednice, Direktivom 98/71/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 13. listopada 1998. o pravnoj zaštiti dizajna (dalje: Direktiva o pravnoj zaštiti dizajna)³⁷ te Uredbom Vijeća (EZ) br. 6/2002 od 12. prosinca 2001. o dizajnu Zajednice (dalje: Uredba o dizajnu Zajednice).³⁸ U navedenim dokumentima definicija dizajna je identična te glasi: „izgled cijelog ili dijela proizvoda koji proizlazi iz njegovih obilježja, posebno linija, obrisa, boja, oblika, teksture i/ili materijala samog proizvoda i/ili ukrasa“.

Premda je europski zakonodavac izričito naveo mogućnost kumulativne zaštite dizajna (čl. 16 Direktive o pravnoj zaštiti dizajna, čl. 96. st. 1 Uredbe o dizajnu Zajednice) te u odnosu na autorsko pravo posebno istaknuo da je „dizajn zaštićen pravom na dizajn registriran u, ili s obzirom na državu članicu, u skladu s ovom Direktivom, također je

³⁴ Useful article doctrine is a legal principle which gives copyright protection to pictorial, graphic, or sculptural work that has an inherent use apart from its appearance, and which is also an expressive work apart from its utility. The useful article doctrine serves the important policy of keeping patent and copyright separate by preventing parties from using copyright to obtain a "backdoor patent" on a functional article that cannot be patented. This is also known as applied art doctrine. Dostupno na: < <http://definitions.uslegal.com/u/useful-article-doctrine/> > Posjećeno: 05. svibnja 2016. g.

³⁵ e.g. predmeti osobne uporabe poput odjeće, obuće, satovi, nakit i dr.

³⁶ Henneberg, op. cit.

³⁷ SL L 289 od 28. listopada 1998.

³⁸ SL L 3 od 5. siječnja 2002.

pogodan za zaštitu zakonom o autorskom pravu te države od datuma stvaranja dizajna ili utvrđivanja u bilo kojem obliku“ (čl. 17 Direktive o pravnoj zaštiti dizajna, čl. 96 st. 2 Uredbe o dizajnu Zajednice), u velikom broju država, zakonodavci i sudovi odbili su pružiti navedenu zaštitu.

Dok se je s teorijske strane kontinentalno autorsko pravo pokazalo kao hiperprotekcioniističko, s obzirom da prosudba temeljena na kriteriju originalnosti, dozvoljava da svaka tvorevina potencijalno uživa autorskopravnu zaštitu, u mnogim državama nije priznata autorskopravna zaštita dizajna. Takav je primjer Njemačka, u kojoj dizajn nije zaštićen autorskim pravom zbog nedostatka originalnosti. Zaštita je moguća tek kada stranka dokaže da je u stvaranje spornog dizajna uloženi znatan napor, odnosno napor koji premašuje razinu prosječne izvedbe dizajnera. Neke su države poput Francuske i Nizozemske zauzele više protekcioniistički stav te priznaju autorskopravnu zaštitu djelima odnosno proizvodima u spomenutom sektoru mnogo češće. Spomenute razlike proizlaze iz različitosti u pravnim kulturama i njihovom razvoju koje postoje između zemalja EU, a u velikom dijelu ovise i o ekonomskom utjecaju modne industrije na ekonomiju pojedine države.³⁹

³⁹ Suthersanen, Uma, u: Schickl, Lena, Protection of Industrial Design in the United States and in the EU: Different Concepts or Different Labels? The Journal of World Intellectual Property (2013) Vol. 16, no. 1–2, str. 28

5. Autorskoppravna zaštita u modnoj industriji u Francuskoj

U francuskom zakonodavstvu, autorskoppravne odredbe sadržane su u Knjizi prvoj Zakona o Intelektualnom vlasništvu iz 1992. g. Kao i u Bernskoj Konvenciji, ali i svim drugim zakonima država kontinentalne Europe, postoji primjerična lista u kojoj su djela primijenjenih umjetnosti i modni artikli navedeni kao zaštićena. Relevantne odredbe za potrebe ovoga rada su:

Čl. L. 111-1 Autor intelektualne tvorevine, činjenicom stvaranja djela, uživa (apsolutno) pravo nematerijalnog vlasništva.⁴⁰

Čl. L. 112-1 Odredbe ovoga Zakona štite prava autora nad njihovim djelima, neovisno o vrsti, obliku izražavanja, vrijednosti ili svrsi.

Čl. L. 112-2 Autorska su djela, u smislu ovoga Zakona, osobito slijedeća djela:

101 Djela primijenjenih umjetnosti;

Djela primijenjene umjetnosti su ona koja imaju utilitarnu funkciju. Zaštita obuhvaća sva djela osim onih koja su isključivo funkcionalne prirode. Navedeno ograničenje propisano je odredbom čl. 7 Direktive o pravnoj zaštiti dizajna kojom je propisano da se ne mogu zaštititi dizajni čija je svrha isključivo funkcionalna i koja prezentira značajke međupovezanosti.

141 Kreacije sezonskih industrija odjeće i modni artikli.

Sezonske su industrije (*engl. seasonal industries*) one industrije koje, zbog potražnje u sektoru mode, učestalo obnavljaju oblike njihovih proizvoda. Sezonskim se industrijama smatraju proizvodnja odjeće, donjeg rublja, predmeta od pletiva, krzna te kože, šešira, obuće, rukavica, tkanina koje prezentiraju značajnu novost ili su od posebne

uporabe u industriji izrade visoko kvalitetne odjeće, ručno izrađenih predmeta, uključiv odjeću i obuću, i ručno izrađene tkanine za tapeciranje proizvoda.

Pretpostavka autorskopravne zaštite dizajna inherentnog odjeći, modnim dodacima i sličnim proizvodima kao djelima primijenjenih umjetnosti je originalnost, koja vrijedi i za sva druga autorska djela te izuzev toga, francuski zakonodavac nije propisao nikakav dodatni kriterij (za razliku od talijanskog, o čemu će kasnije biti riječi). Elastičnost pri interpretaciji pojma autorskog djela je evidentna iz sudske prakse te je tako 1957. g. kao djelo zaštićena frizura⁴¹ a 1995.g. make-up koji je nosio model⁴².

Prilikom odlučivanja unutar domene autorskoga prava ali i prava na dizajnu, u Francuskoj se primjenjuju dvije teorije: prva, teorija višestrukosti oblika (engl. *theory of multiplicity of shapes*),⁴³ koja kazuje da kadgod postoji mogućnost odabira između više oblika, autorskopravna zaštita je moguća. U autorovu odabiru očituje se njegova osobnost; važno je pritom da autorov cilj prilikom stvaranja djela nije isključivo funkcionalne prirode već da je prilikom odabira vođen u prvom redu estetskim zahtjevima.

Druga je teorija jedinstva umjetnosti po kojoj ne bi trebao postojati kriterij razlikovanja umjetnosti od industrije jer bi u suprotnom, odluka suda bila temeljena na subjektivnoj estetskoj ocjeni. Drugim riječima, umjetnost je posvećena jedinstvu različitih oblika u kojima se manifestira i ne može biti definirana ljepotom niti estetskim osjećajem koji nastoji probuditi.⁴⁴ Ova teorija implicira postojanje potpune kumulacije autorskog prava s pravom industrijskog dizajna. To znači, drugim riječima, da nositelj registriranog modela ima mogućnost pozvati se i na autorsko pravo, pored prava dizajna, dakako ukoliko su ispunjene pretpostavke za takvu vrstu zaštite. Posljedično postojećoj kumulaciji, kako zaštita dizajna traje znatno kraće od autorskog prava (neregistrirani uživa zaštitu tri godine od datuma na koji je dizajn prvi put bio učinjen dostupnim javnosti u Zajednici⁴⁵, dok se za registrirani dizajn trajanje zaštite može produžiti do najduže dvadeset i pet godina od dana podnošenja prijave⁴⁶) nakon isteka te vrste zaštite, ono biva prolongirano autorskim pravom; no to ne znači da će se po isteku autorskopravne zaštite, moći ostvariti zaštita prava dizajna, jer bi u svakom slučaju, nedostajala komponenta novosti koja je

⁴¹ Predmet CA Aix-en-Provence u u: Derclaye, Estelle, French Supreme Court rules fashion shows protected by copyright – what about the UK? *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 3 (5), 2008., str. 318.

⁴² Citing CA Paris, 1995, cited by Kerever, RIDA, October 1995, 241. u : *ibid*.

⁴³ Lucas i Lucas, u: *ibid*.

⁴⁴ Perot-Morel, Marie-Angèle, u: Derclaye, Estelle, *op. cit.*, str. 5.

⁴⁵ Čl. 11 st. 1 Uredbe o dizajnu zajednice

⁴⁶ Čl. 12 Uredbe o dizajnu zajednice

temeljna pretpostavka za tu vrstu zaštite. Stoga, zaštita prestaje u svakom slučaju najkasnije istekom 70 godina od smrti dizajnera.

5.1. Haljina kao autorsko djelo

Eklatantni primjer iz francuske sudske prakse je predmet iz 1994. g. između Yves Saint Laurent-a i Ralph Laurena. Činjenično stanje je bilo sljedeće: Yves Saint Laurent (dalje: YSL) je 1970. g. kreirao dugačku frak haljinu (engl. *tuxedo dress*), koja kreacija biva s oduševljenjem prihvaćena na tržištu te je stoga predstavljala golem uspjeh za spomenutu modnu kuću (v. prilog br. 2). 1992. g. YSL odlučuje ponovno proizvesti svoju uspješnicu iz sedamdesete te ju inkorporira u modnu kolekciju „Diffusion Rive Gauche“. Na zimu te godine, primjećuje u modnom časopisu „*Jours de France Madame*“ sliku haljine modne kuće Ralph Lauren (dalje: Lauren), izgleda identična njegovoj kreaciji iz 1970. g. Uslijed tog događaja, YSL pokreće postupak protiv Lauren-a za naknadu štete zbog povrede prava intelektualnog vlasništva i tržnog natjecanja. Argumenti koje je YSL istaknuo u tužbi su da je YSL predmetnu haljinu zaštitio već 1970.g. sukladno važećem francuskom zakonu o dizajnima i modelima, dok Lauren dokaz o pravu koje datira ranije od navedene godine, ne posjeduje. Zatim, kroj haljine je objektom autorskopravne zaštite zbog toga što je unikatnog dizajna s obzirom da dizajn navedene haljine inkorporira satenski rever koji je karakterističan za muški frak, ista predstavlja originalno autorsko djelo. Lauren je stoga, preuzevši dužinu, crni satenski rever i prednju dugmad te uklonivši rukave, reproducirao djelo YSL-a.

YSL je istaknuo kako je zbog Laurenova čina reprodukcije njegova modela haljine u *spremnjoj-za-nošenje* (engl. *ready-to-wear*)⁴⁷ verziji došlo do smanjenja njezine vrijednosti u *couture*⁴⁸ verziji. YSL je i ekonomski osjetio prisutnost Laurenova proizvoda na tržištu, što ga je primoralo da zaustavi lansiranje predmetne haljine u proljeće sljedeće godine. Sud je odlučio u korist YSL-a te mu dosudio naknadu štete u iznosu od tadašnjih 2.2 milijuna francuskih franaka (današnje protuvrijednosti od 335,387.84 Eura) na ime troškova stvaranja dizajna, troškova

⁴⁷ Ready-to-wear i Prêt-à-Porter su pojmovi koji koriste za označavanje odjeće koja je doista spremna za nošenje. Drugim riječima, to je odjeća koja se prodaje u trgovini, koju potrošač kupi i može ju nositi. To su i dalje proizvodi visoke kvalitete, iako nisu šivani po mjeri, poput Haute Couture odjeće. v. više na: <http://www.apparesearch.com/terms/h/haute-couture-ready-to-wear-pret-a-porter.html> posjećeno: 15. lipnja 2016.

⁴⁸ Haute Couture ili skraćeno Couture jest francuski naziv koji se može prevesti kao *šivanje visoke kvalitete* a uključuje dugotrajan rad te korištenje skupocjenih materijala pri izradi odjevnih predmeta. To je odjeća šivana pretežito ručno te stvorena za određenog pojedinca. Specifično je za Couture, da se prilikom izrade takve odjeće uzimaju mjere kako bi ona pristajala upravo jednoj određenoj osobi. U današnje vrijeme, haute couture je zaštićeno ime koje se koristi samo za označavanje odjeće koja zadovoljava određene standarde u pogledu kvalitete, a korištena je u modnoj industriji diljem svijeta, u prijestolnicama poput Milana, Londona, New Yorka i Tokya.

izgradnje know-howa u području Couture odjeće te izgubljene zarade zbog smanjenja vrijednosti haljine, sukladno propisima o tržišnom natjecanju. Trgovački sud je zauzeo stajalište da je spomenuta haljina uživa zaštitu prema odredbama zakona o dizajnima i modelima, a osim toga, da s obzirom na oblik i inovativnost dizajna haljine, ona predstavlja autorsko djelo njena stvaratelja, YSL-a.⁴⁹

5.2. Modna revija kao autorsko djelo

Sveobuhvatnost pojma autorskog djela pokazala se je kroz recentnu sudsku praksu francuskog Vrhovnog suda, koji je nedavno autorskopravnu zaštitu priznao modnim revijama.⁵⁰ U konkretnom slučaju, veći broj fotografa koji su bili pozvani na više modnih revija imali su dozvolu izraditi fotografije predmetnih modnih revija no samo za račun konkretno određenih press (tiskovnih) agencija i koristiti samo u informativne svrhe, uslijed tome su navedene fotografije a i videosnimke tih revija objavili na internetu. Francuska modna Federacija (franc. Fédération Française de la Couture) je, zajedno s nekoliko drugih trgovačkih društava (uključujući Chanel, Christian Dior i Hermes) uložila žalbu središnjoj jedinici za suzbijanje povreda autorskog prava i prava industrijskog vlasništva, uslijed čemu je francusko tužiteljstvo podiglo tužbu protiv fotografa za povrede autorskog prava. Pariški žalbeni sud (Cour d'appel) je smatrao da je time povrijeđeno autorsko pravo ne samo na odjevnim predmetima koji su bili prikazani na revijama žalitelja već i autorsko pravo na modnim revijama. Tuženici su se tome usprotivili argumentom kako je objava navedenih fotografija dopuštena iznimkom prava na izvješćivanje o događajima. Također su istaknuli da su bili implicitno autorizirani za priopćavanje djela javnosti. Taj je argument sud smatrao nevažecim utoliko što su fotografi bili svjesni akreditacijskog postupka i strogih uvjeta uporabe spornih slika. Od posebne važnosti za odluku suda bila je i činjenica da je jedan dio fotografija objavljenih na internetskim stranicama bio na prodaju; neki autori ističu da bi u situaciji u kojoj bi fotografije bile samo besplatno dostupne, postupak u ovom dijelu imao drukčiji ishod. Sud je u konačnici sve argumente tuženika odbacio i potvrdio drugostupanjsku presudu, rekavši da je ista pravno utemeljena.⁵¹

Sud je modne revije klasificirao u kategoriju koreografskih djela. Za ova posljednja uobičajeno nije propisan uvjet da moraju biti fiksirana na odgovarajuću podlogu da bi bila

⁴⁹ Darcy, J. op. cit.

⁵⁰ Cass., 5 February 2008, Roberts A. D. et al. v Chanel et al., dostupno na <http://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?oldAction=rechJuriJudi&idTexte=JURITEXT000018095801&fastReqId=644344959&fastPos=11> u: Derclaye, Estelle, op. cit. str. 318.

⁵¹ Derclaye, Estelle, French Supreme Court rules fashion shows protected by copyright – what about the UK? Journal of Intellectual Property Law & Practice, 3 (5), 2008 str. 286-287.

zaštićena, no odredbom čl. 112 francuskog zakona o intelektualnom vlasništvu, taj uvjet je propisan kao nužan. Stoga se može zaključiti, da bi dizajneri čija su prava bila povrijeđena, mogli tužiti fotografe isključivo zbog povrede autorskog prava na odjeći, da nisu prethodno fiksirali svoje modne revije. Kako su u konkretnom slučaju to ipak prethodno učinili, ostvarili su i autorskopravnu zaštitu nad istima.

6. Autorskopravna zaštita u modnoj industriji u Italiji

6.1. Pretpostavke autorskopravne zaštite djela industrijskog dizajna

U talijanskom pravnom sustavu, odredbom čl. 2575 Građanskog zakona (tal. *Codice Civile*) br. 262/1942 te odredbom čl. 1 Zakona o autorskom pravu (tal. *Legge sul diritto d'autore*) br. 633/1941, objektom su autorskopravne zaštite intelektualne tvorevine kreativnog karaktera iz područja znanosti, književnosti, glazbe, umjetnosti, arhitekture, kazališta i kinematografije, bez obzira na način i oblik izražavanja. Spomenuti zakon sadržava primjericnu listu autorskih djela na kojoj su navedena, između ostalog i djela industrijskog dizajna

U prošlosti, odredbom čl. 5 st. 4 Zakona 633/1941 bila je isključena mogućnost zaštite industrijskog dizajna autorskim pravom. Vrhovni sud je postojanje navedene odredbe opravdao „zabrinutošću pravnog sustava da bi autorskopravna zaštita mogla stvoriti prepreku širenju i ekspanziji industrijske aktivnosti koja bi bila značajno potisnuta kada bi se privilegirao odnos pripadnosti djela njegovu autoru“.⁵² Zbog postojanja navedenoga pravila, prilikom utvrđivanja kakvu će vrstu zaštite uživati određeni proizvod, bilo je nužno definirati granicu između umjetničkog djela i industrijskog dizajna te je u tu svrhu primjenjivano *načelo razdvojitosti* (tal. *scindibilità*). Princip razdvojitosti nalaže da, ukoliko određena dekoracija/ukras može biti razdvojena od proizvoda s kojim je spojena, a kao samostalna posjeduje umjetničku vrijednost, navedena dekoracija predstavlja umjetničko djelo.⁵³ Međutim, stupanjem na snagu Direktive o pravnoj zaštiti dizajna, koja je implementirana u talijansko zakonodavstvo 2001.g., uspostavljeno je pravilo kumulacije autorskog prava s pravom na dizajnu, stoga je i načelo razdvojitosti uklonjeno iz zakonskog teksta.

Od izmjene zakona iz 2001.g., talijanski sudovi ispravno primjenjuju pravo u pogledu pravila nerazdvojitosti, te u gotovo svakoj presudi podsjećaju kako je to pravilo postalo irelevantno. U revidiranom tekstu zakona o autorskom pravu, u pogledu djela industrijskog dizajna, propisano je kako je zaštićeno ono djelo, koje osim kreativnog

⁵² Odluka od 7. prosinca 1994., br. 10516 u: Sirotti, Gaudenzi, Andrea, *Il nuovo diritto d'autore*, 8. izd., Dogana, Maggioli Editore, 2014., str. 412.

⁵³ Sirotti, Gaudenzi, Andrea, op. cit.

karaktera (tal. *carattere creativo*) ima i umjetničku vrijednost (tal. *valore artistico*)“.⁵⁴ Naime, za djela industrijskog oblića zakonodavac traži ispunjenje navedene dodatne pretpostavke, koja ne vrijedi u odnosu na druga djela. Tome je tako, jer je zakonodavac uzeo u obzir da su djela industrijskog dizajna, za razliku od ostalih umjetničkih djela, namijenjena prvenstveno tržištu, a tržište nije u stanju podnijeti tako čvrst monopol nad djelom (u pogledu vremenskog trajanja) koji proizlazi iz autorskopravne zaštite. Spomenuti monopol potiskuje inovacijski proces te stoga narušava tržišnu utakmicu; zbog tih negativnih nuspojava, zakonodavac je spreman pružiti spomenutu zaštitu samo pod uvjetom da je konkretno djelo istu *zaslužilo*. U korelaciji s time, važno je uvijek uzeti u obzir vrstu dizajna o kojemu je riječ te sagledati kakva ograničenja u tržišnoj utakmici konkretno djelo može prouzročiti. Ako je to ograničenje marginalne važnosti, samim time će i razina zasluge koju djelo mora pokazati, biti snižena.⁵⁵ Značajno ograničenje tržišne utakmice nastupa u trenutku pružanja autorskopravne zaštite naslonjaču ili aparatu za kavu, iz razloga što njihova funkcionalna obilježja nameću značajna ograničenja prilikom stvaranja dizajna.

S druge strane, koncept kreativnosti talijanski sudovi interpretiraju na jednak način kao što to čine sudovi drugih europskih zemalja. Traži se naime, da u djelu bude prisutan osobni otisak autora (tal. *impronta personale dell'autore*). No kao što je rečeno u uvodnom dijelu, ne postoji univerzalno primjenjiv kriterij za procjenu originalnosti. Procjena nerijetko biva izvršena ispitivanjem mogućnosti izbora koja postoji u oblasti kojoj konkretno djelo pripada. U područjima ljudskog stvaralaštva gdje postoji širok dijapazon izbora trebalo je stoga uvesti stroži kriterij procjene originalnosti, nego kod onih djela gdje su mogućnosti kreativnog izbora znatno uže kao što je to slučaj kod računalnih programa, baza podataka i fotografija.

S obzirom na to da značenje pojmova „kreativan karakter“ i „umjetnička vrijednost“ nije propisano zakonom, sudovi su nerijetko suočeni s problemom interpretacije istih. U tom kontekstu, sudska praksa nije homogena, što dovodi do pravne nesigurnosti. Iz sudskih odluka očito je međutim kako pretpostavka „umjetničke vrijednosti“ nije pro forme navedena u odredbi zakona, već kako djelo uistinu mora

⁵⁴ Ferretti, Alessandro, *Diritto d'autore*, 2. izd., Napoli, Esselibri S.p.a, 2008., str. 44.

⁵⁵ Odluka suda u Veneciji – sekcija za intelektualno vlasništvo, od 19. listopada 2007. g., predmet T. A.Martino protiv F.Ili Menegatti d.d., AIDA, 2009, odluka br. 1271., str. 511-514.

posjedovati „nešto više“ od kreativnog karaktera. U nekim je odlukama posebno naglašeno na koji je način izvršena ocjena u pogledu umjetničke vrijednosti djela, dok u drugima je crta razgraničenja između dvaju pretpostavki nedorečena.

Tako je 2003.g. u predmetu Tekno protiv Tecnolumena, sud u Firenci priznao autorskopravnu zaštitu svjetiljke⁵⁶, no pritom u presudi nije detaljno elaborirao koncept umjetničke vrijednosti. Prije svega treba istaknuti, kako dizajn svjetiljke koja je bila predmetom rasprave, potječe iz 1924. g., stoga se tužitelj pozvao upravo na svoja autorska prava nad istim, uzevši u obzir vremensku komponentu zaštite. Sud je prilikom ocjene može li predmetna svjetiljka biti objektom spomenute zaštite, ustanovio da ista predstavlja djelo kreativnog karaktera te da posjeduje umjetničku vrijednost, a taj stav je argumentirao na slijedeći način: „zbog posebnosti njena oblika i strukture te harmonije i ravnoteže njezinih obrisa, predmetna svjetiljka predstavlja umjetnički izražaj kreativnog i estetskog istraživanja u okviru *Bauhaus*⁵⁷ pokreta.⁵⁸ Razvidno je dakle, da nije napravljena distinkcija između dvaju pretpostavki koje postoje u talijanskom pravu. Naime, „kreativni karakter“ te „umjetnička vrijednost“ postoje, prema riječima suda, ukoliko oblik koji je predmetom odluke predstavlja „plod estetskog proučavanja u okviru kojeg je njen stvaratelj odabrao jedan od mogućih oblika“.⁵⁹

6.2. Nakit kao objekt zaštite

U predmetu iz 2007.g. tužiteljica, gđa. Martino, potražuje naknadu štete od trgovačkog društva Fratelli Menegatti d.d. zbog povrede autorskog prava nad dizajnom nakita. Ista je, nekoliko godina ranije, kreirala kolekciju nakita, konkretno privjesaka, koji su bili inspirirani djelima poznatih slikara, tako je prvi bio inspiriran djelima Picassa,

⁵⁶ Slika predmetne svjetiljke, dostupno na:

<http://www.tecnolumen.de/12/Wilhelm_Wagenfeld_Table_lamp.htm> Posjećeno 24. lipnja 2016.

⁵⁷ Bauhaus je bila škola za arhitekturu i primijenjenu umjetnost u Njemačkoj koju su osnovali Weimar i Dessau, 1919. g. Intencija osnivača bio je razvoj kreativnih umova u sektoru arhitekture i industrije te osposobiti ih da proizvode uređaje praktične uporabe koji inkorporiraju umjetničke i tehničke elemente. Glavni cilj Bauhaus pokreta je obnova arhitekture kroz njenu sintezu s tehnologijom i funkcionalnošću. Pod vodstvom Waltera Gropiusa i Ludwiga Mies van der Rohe-a, Bauhaus stil proširio se je diljem svijeta. Dostupno na: <<http://germanculture.com.ua/german-facts/bauhaus-school/>> Posjećeno 24. lipnja 2016.g.

⁵⁸ Odluka suda u Firenci od 6.kolovoza 2003.g., predmet Tekno v Technolumen GmbH & Co KG i Peter Strobel, AIDA, 2004, odluka br. 987., str. 770.

⁵⁹ Komentar uz gore spomenutu odluku, AIDA, 2004, str. 773.

drugi Miròa, a treći Modiglianija. Tužitelj je osporio navode tužiteljice da predmetni privjesci posjeduju kreativni karakter i umjetničku vrijednost.

Sud je u prvom redu ispitaio je su li predmetni privjesci modeli industrijskog oblička. Prvo je potvrdio da su kao modeli industrijskog dizajna, zaštićeni ne samo dvodimenzionalni crteži već i trodimenzionalni oblici. Prema zakonskoj definiciji, model industrijskog oblička predstavljaju linije određenog proizvoda koje tvore njegov oblik, usklađujući estetske i funkcionalne vrijednosti istog.

U pogledu kreativnog karaktera, sud nije smatrao relevantnom činjenicu da je tužiteljica u svome dizajnu reproducirala umjetničke oblike (slikarska djela) iz prošlosti. Sud pronalazi kako je ispunjena pretpostavka kreativnog karaktera time što tužiteljica uspijeva kroz dizajn predmetnih privjesaka otisnuti svoju vlastitu viziju umjetnosti Picassa, Miròa te Modiglianija. Tome je tako, obrazlaže sud, utoliko što gđa. Martino nije preuzela cjelovita djela navedenih slikara, već je identificirala osnovne elemente umjetničkih djela spomenutih slikara te u dizajnu svoga nakita ponudila reinterpretaciju umjetničkih pravaca u kojima su spomenuti slikari djelovali (kubizam, ekspresionizam i nadrealizam). Kroz boje i oblike predmetnog nakita koje su karakteristične za spomenute umjetničke pravce, kreatorica priziva umjetnost prošlosti, ali to čini na inovativan način.

U pogledu umjetničke vrijednosti, sud odbija izvršiti procjenu iste na način da odgovori na pitanje „bi li predmetno djelo industrijskog oblička moglo biti cijenjeno na tržištu umjetnina isključivo radi svoje estetske vrijednosti, odnosno odvojeno od svojih funkcionalnih obilježja?“. Sud zauzima taj stav jer takav pristup spornom pitanju predstavlja primjenu načela razdvojitosti, što bi na praktičnoj razini vratilo na snagu odredbu koja je na formalnoj već 2001. g. eliminirana iz zakona o autorskom pravu.

Sud je također istaknuo kako učinak priznanja kolektiva putem pozitivnih recenzija o proizvodu i mišljenja stručnjaka, može biti tek sporedni element procjene umjetničke vrijednosti jer bi u suprotnom slučaju, mogućnost procjene autorskopravne naravi svakog djela industrijskog dizajna bila odgođena do trenutka u kojemu takve kritike i mišljenja bivaju iznesene. Sud se je zato osvrnuo na prethodno spomenuti *ratio* zakonodavčeve norme.⁶⁰ Uzevši u obzir da je funkcionalno obilježje nakita je samo da služi kao ukras, sud zaključuje kako su mogućnosti u pogledu oblika u kojemu može biti realiziran, gotovo

⁶⁰ vidi supra, str. 17

beskrajne, stoga ne postoji mogućnost ugroze tržišne utakmice. Iz tog razloga sud je snizio kriterij u procjeni kako kreativnog karaktera tako i umjetničke vrijednosti, te u konkretnom slučaju dodijelio autorskopravnu zaštitu predmetnom nakitu.⁶¹

⁶¹ Odluka suda u Veneciji – sekcija za intelektualno vlasništvo, od 19. listopada 2007. g., predmet T. A.Martino protiv F.lli Menegatti d.d., AIDA, 2009, odluka br. 1271., str. 511-514.

7. Autorskoppravna zaštita parfema

Nezaobilazni element modne industrije tvori tržište parfema, čija se vrijednost na globalnoj razini godišnje kreće u iznosu od 40.1 milijardi američkih dolara⁶², a s obzirom na dostupne statističke podatke, uočljiva je konstantna tendencija porasta te brojke.⁶³ Sa stajališta kreatora parfema, zaštita njihovih tvorevina, koje su nedvojbeno proizvod intelektualnog rada, itekako je potrebna, u prvom redu iz prethodno navedenih ekonomskih prinosa koji karakteriziraju navedeni proizvod. S druge strane, pored ekonomskih čimbenika, treba istaknuti da svaki autor zaslužuje priznanje za svoje djelo, pa tako i autor parfema. Postupcima obrnutog inženjeringa⁶⁴, konkretno masene spektrometrije i plinske kromatografije, izuzetno je lako dobiti uvid u sastojke određenog parfema. Navedene metode nerijetko su korištene u industriji parfema radi otkrivanja formule parfema koji su najprodavaniji na tržištu i posljedično tome, uporabe navedenih formula radi izrade replika.⁶⁵

No, prilikom teorijskog razmatranja o mogućnosti pružanja autorskoppravne zaštite ovoj vrsti proizvoda, treba učiniti prije svega distinkciju između pojedinca koji samostalno radi na stvaranju parfema (kojega je moguće poistovjetiti sa slikarom koji u svom atelijeru slika) te tvornicu u kojoj se proizvode parfemi sukladno naručiteljevoj želji, a naručitelj je najčešće modna kuća (Gucci, Dior, itd.) koja proizvođaču dostavi jednostavan opis parfema kakvog bi trebalo proizvesti. Spomenuti proizvođač uobičajeno nije specijalizirani *kreator* parfema, već kao što je rečeno, tvornica koja u većini slučajeva proizvodi robu široke namjene poput higijenskih proizvoda, sredstava za čišćenje i sl. Uslijed te distinkcije može se zaključiti da se samo prvi spomenuti proizvođač parfema

⁶² Statistički podatak veličine tržišta parfema na globalnoj razini za 2016.g.

⁶³ Statistički podaci dostupni na: < <http://www.statista.com/statistics/259221/global-fragrance-market-size/> >
Posjećeno: 12. lipnja 2016.

⁶⁴ Više o postupcima obrnutog inženjeringa dostupno na: <https://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjTxJ7B4czNAhXG7hoKHVVTAQgQFggBMAA&url=http%3A%2F%2Fpeople.ischool.berkeley.edu%2F~pam%2Fpapers%2F1%26e%2520revenge3.pdf&usg=AFQjCNEpnyoVs1Kf9kqaCkbiO92KjXDnYA&sig2=D5I9L-Xmrp38tbosYy09Yw> Posjećeno 20. travnja 2016.

⁶⁵ Hernandez-Marti Perez, Cristina, The possibility of IP protection for Smell, E.I.P.R. br. 10, 2014., str. 672.

može smatrati autorom čiji konačan proizvod predstavlja autorsko djelo te stoga uživa predmetnu zaštitu.⁶⁶

Neovisno o svojstvima pojedinog proizvođača, autorskoppravna zaštita je veoma zanimljiva svim proizvođačima u ovom sektoru, s jedne strane zbog toga što se je svaki drugi instrument zaštite pokazao kao neadekvatan i/ili neprimjenjiv (zaštita žigom,⁶⁷ patentom, poslovnom tajnom i sl.) a s druge, i zbog vremenske komponente trajanja zaštite koje daleko premašuje trajanje svih drugih prava intelektualnog vlasništva.

Pravna pitanja intelektualnog vlasništva nad parfemom već su neko vrijeme predmetom rasprave pred Europskim sudom pravde (dalje: ESP), a predmeti *Coty v. Simex*⁶⁸, *L'Oréal v. eBay*⁶⁹, *L'Oréal v. Bellure*,⁷⁰ *Dior v. Evora*⁷¹ svjedoče o nastajanju zasebne domene prava koju neki nazivaju parfemskim pravom (eng. *perfume law*).⁷² Međutim, u navedenim predmetima ESP je razmatrao pravna pitanja povrede registriranog žiga, komparativno reklamiranje i iscrpljenje žigovnih prava, no ono o čemu se na toj instanci nije raspravljalo su mogućnosti zaštite parfema, odnosno tekućine koja se nalazi u ambalaži, nekim od instrumenata prava intelektualnog vlasništva.

Rasprava o mogućnosti zaštite parfema upravo autorskim pravom vodila se je pred sudovima pojedinih država članica EU a u ovom radu izloženo je nekoliko primjera iz sudske prakse francuskih i nizozemskih sudova.

7.1. Francuska sudska praksa

⁶⁶ Quaedvlieg, Antoon, COPYRIGHT AND PERFUME: NOSE, INTELLECT AND INDUSTRY, str. 1. Dostupno na: < <http://www.klos.nl/en/what-we-do/publications/copyright-and-perfume-nose-intellect-and-industry>> Posjećeno: 25. lipnja 2016.

⁶⁷ U predmetu Europskog suda pravde C-273/00 (predmet Sieckman) sud je zauzeo stajalište da je načelno moguća registracija mirisa žigom, no u konkretnom slučaju nije zadovoljen kriterij opisa: koji bi, prema riječima Suda trebao biti: jasan, precizan, samostalan, lako dostupan, trajan i objektivan“. Ovakav stav zauzeo je kasnije 2005.g. i Opći Sud u predmetu T-305/04 *Eden SARL v. OHIM*.

⁶⁸ Predmet *Coty Prestige Lancaster Group protiv Simex Trading*, C-127/09 ECLI:EU:C:2010:313

⁶⁹ Predmet *L'Oréal i dr. protiv eBay International i dr.*, C-324/09, ECLI:EU:C:2011:474

⁷⁰ *L'Oréal, Lancôme parfums et beauté i Cie SNC i Laboratoire Garnier i Cie protiv Bellure NV, Malaika Investments i Starion International*, C-487/07, ECLI:EU:C:2009:378

⁷¹ *Parfums Christian Dior i Parfums Christian Dior BV protiv Evora BV*, C-337/95, ECLI:EU:C:1997:517

⁷² Machnicka, A., *The Perfume Industry and Intellectual Property Lay in the Jurisprudence of the Court of Justice of the European Union and of National Courts*, IIC, 2012., vol 43., br.2., str. 126.

U Francuskoj, pitanje autorskopravne zaštite parfema pojavilo se je u sudskom postupku iz 1974 g. Tvrтка Soci t  anonyme Fabrique de Produits de Chimie Organique de Laire (dalje: de Laire) dugi je niz godina opskrbljivala tvrtku Soci t  des Parfums Marcel Rochas (dalje: Rochas) sastojcima za parfemske proizvode. De Laire je proizvela dva parfema „Sirdar“ i „AJA 63“ te je temeljem ugovora iz 1953.g. otkrila formulu parfema „Sirdar“ Rochasu koji se je obvezao zauzvrat, da će deset godina od otkrivanja formule nabavljati određene sastojke isključivo od De Lairea. Uslijed sklapanja navedenog ugovora i obostranog ispunjenja obveza, tvrtke su pristupile pregovorima u pogledu formule drugog parfema, „AJA 63“. Dogovoreno je da će Rochas po primitku formule, radi izrade parfema, nabavljati određene vrste osnovnih sastojaka, poштуju i dogovorene minimalne količine, te da će biti pod tom obvezom dok god bude proizvodio taj parfem. Tijekom pregovaranja, de Laire je istaknuo kako ne želi da Rochas upotrebljava *notu*⁷³ navedenog parfema za neke druge proizvode poput sapuna, krema i sl. Mjesec dana uslijed razotkrivanja formule, Rochas je izjavio da nije imao namjeru nabavljati sastojke za izradu navedenog parfema isključivo od de Lairea, u pogledu količine koja je prelazila onu dogovorenu (kao minimalnu) ugovorom. Osim toga, anticipirao je i namjeru kupnje od drugog dobavljača te uvođenje određenih adaptacija u formulu, zbog kojih parfem više neće imati identičnu *notu* kao original. Uslijed tih događaja, de Laire je tužio Rochas tražeći da zastane s proizvodnjom navedenog parfema, pozivajući se na svoja prava intelektualnog vlasništva nad formulom istog. Naime, de Laire je tvrdio da je formula navedenog parfema *tvorevina duha (franc. une cr ation de l'esprit)* s obzirom da proizlazi iz napora njezina stvaratelja, koji je, „odabravši određene sastojke (...) ostvario druge arome, različite od baznih a raspored tih aroma predstavlja originalan i arbitraran izbor.“⁷⁴ Stoga, tvrdio je de Laire, navedena formula predstavlja objekt zaštite autorskim pravom koje je tada bilo na snazi⁷⁵.

⁷³ Ovdje je korišten pojam nota sukladno terminu koji je korišten u izvorniku (note of perfume) a pritom se taj pojam odnosi na utisak, dojam koji određeni parfem ostavlja u potrošača.

⁷⁴ „de Laire claimed that it had a proprietary right in the perfume formula, which – according to its argumentation-constituted „une creation de l'esprit“ resulting from a personal effort of its creator, who, by choosing different essences and other ingredients whose time and conditions of evaporation are diverse, obtains several successive aromas and their sequence and evolution constitutes an original and arbitrary choice“. Machnicka, A., op. cit. str. 144.

⁷⁵ Loi n. 57-298 du 11 mars 1957 sur la propri t  litt raire et artistique

Prvostupanjski sud je odlučio kako navedena formula nije autorsko djelo, što je potvrdio drugostupanjski sud; no valja istaknuti razmatranja pojedinih kritičara, s obzirom da pokazuju kako su ovom presudom vrata mogućnostima zaštite parfema autorskim pravom ostala napola otvorena.

U prvom redu valja istaknuti da je sud zauzeo stav da je autorskoppravna zaštita parfema načelno moguća, jer činjenica da se na primjeričnoj listi zaštićenih djela nalaze isključivo djela koja je moguće percipirati vidom i sluhom, automatski ne isključuje mogućnost da djelo koje se percipira nekim drugim osjetilom (njuhom, opipom ili okusom) uživa zaštitu. Ovakvo je stajalište suda bilo temelj za brojne kritike: J. Calvo i G. Morelle tvrde da je veoma teško stvoriti umjetnička djela koja će biti percipirana putem drugih osjetila, a osim toga ističu i da „gdje su druga osjetila uključena, naglasak je stavljen na čulnom opažanju (engl. *sensation*) i osobnom utisku (engl. *impression*), ali ne na umjetnosti“⁷⁶. Pariški prvostupanjski sud konstatirao je kako činjenica da je parfem podložan subjektivnoj percepciji pojedinca, ne dozvoljava da istovremeno taj parfem bude sagledan kao objektivan i opisan umjetnički oblik. Ovakva je konstatacija prema mnogima pogrešna, iz razloga što prilikom ocjene je li neki objekt autorsko djelo ili ne, nije poželjno osvrtni se na pitanja percepcije istoga od strane javnosti, već bi se trebalo primarno fokusirati na ideju i čin stvaranja samoga djela.⁷⁷

Najvažniji razlog zbog kojega je sud odbio dodijeliti zaštitu navedenoj formuli je činjenica da je formula parfema zapravo industrijska metoda koja dozvoljava ostvarenje finalnog proizvoda i kao takva se ne može smatrati umjetničkim djelom. Suprotno tome, A. Lucas i H.-J. Lucas tvrde da industrijski karakter parfema nije od važnosti za konkretnu raspravu utoliko što određeni kreativan napor je svakako prisutan i u postupku stvaranja parfema, kao što je to slučaj kod stvaranja glazbe i dr. djela, dočim je primjena određenog *know-howa* potrebna i u procesu stvaranja umjetničkih i književnih djela.⁷⁸

I konačno, efemerna priroda, odnosno kratkotrajnost parfema te izostanak stabilnosti, te stoga nepostojanje mogućnosti da bude prenesen s prethodne generacije na slijedeću bio je dovoljno jak razlog da sud ne prizna zaštitu. Sud je istaknuo razliku između parfema i umjetničkih djela, smatrajući da su umjetnička ona djela koja

⁷⁶ Machnicka, A. op. cit., str. 145.

⁷⁷ Bassard, u: Machnicka, A., op. cit., str. 146

⁷⁸ Lucas, A. i Lucas, H., J., *Traité de la propriété littéraire et artistique*, u: Machnicka, A., op. cit. str. 147

*kristaliziraju neke aspekte osobnosti (autora), stabilna su i kao takva mogu prenositi vrijednosti i osjećaje ne samo kroz generacije, već i civilizacije.*⁷⁹

Mnogi kritičari tvrde da efemernost, kao karakteristika parfema nije dovoljan razlog za odbijanje zaštite. Bassard A.⁸⁰ primijetio je analogiju glazbe i parfema, konkretnije, stabilnosti notnog teksta i parfemske formule, te s druge strane, prolaznosti zvuka kao i parfema. Jedino što je potrebno da bi parfemska formula ostala stabilna i stoga prenosiva kroz generacije, jest mogućnost izrade samog parfema što ovisi jedino o dostupnosti sirovina od kojih je sastavljen.

Francuska sudska praksa, kada je riječ o autorskopravnoj zaštiti parfema nije međutim homogena. Naime, trideset godina nakon donošenja odluke u postupku između de Laire i Rochas, 2004 g. Pariški okružni sud u predmetu L'Oréal v. Bellure NV iznosi drukčije stajalište u pogledu ocjene parfema kao autorskog djela. U navedenom postupku sud je odlučio da je zbog netaksativnog karaktera primjerične liste u kojoj su navedena moguća autorska djela, zakonodavac ostavio mogućnost da predmetom zaštite budu i druga djela koja je moguće percipirati drugim osjetilima, a ne isključivo vidom i sluhom. Nadalje, značajka industrijske primjenjivosti koja karakterizira parfemsku formulu nalazi se i kod djela primijenjene umjetnosti, koja uživaju spomenutu zaštitu. Sud je također istaknuo analogiju između notnog zapisa i parfemske formule te glazbe i parfema. Stav da je parfem umjetničko djelo, sud je opravdao argumentom da je i parfem, poput svih ostalih autorskih djela, rezultat istraživanja njegovog autora, koji uporabom svoga znanja i mašte ostvaruje originalno/kreativno djelo koje posjeduje estetsku svrhu. Činjenica da se utisak koji parfem ostavlja kod različitih ljudi razlikuje, nije važna s obzirom da je i percepcija drugih djela uvijek subjektivne naravi te se znatno razlikuje od pojedinca do pojedinca. Ono što je važno, ističe sud, jest da parfem mora zadovoljiti kriterij originalnosti a to može u trenutku kada je primjetan kreativni doprinos njegova autora. U konačnici međutim, prvostupanjski sud odbio je priznati zaštitu navedenom parfemu smatrajući da spomenuti parfem ne zadovoljava kriterij originalnosti. Drugostupanjski je sud potvrdio mogućnost pružanja autorskopravne zaštite onome djelu koje je moguće percipirati, neovisno o obliku u kojemu je izraženo, stoga takva mogućnost postoji i za parfeme. U

⁷⁹ Calvo, J., Morelle, G., u: Machnicka, A., loc. cit.

⁸⁰ Bassard, A. u: Machnicka, A., loc. cit.

pogledu originalnosti, sud je u konkretnom slučaju konstatirao da predmetni parfemi zadovoljavaju kriterij originalnosti i element kreativnog doprinosa njihovih autora te da se stoga smatraju autorskim djelima. Sud je smatrao da unatoč tome što se predmetni parfemi kategoriziraju u jednu od brojnih vrsta parfema (cvjetni, voćni i sl.), to nije prepreka da isti budu zaštićeni kao autorska djela, s obzirom da je kombinacija esencija od kojih su sastavljeni originalna te stoga se krajnji olfaktorni rezultat može smatrati kreativnim doprinosom autora.

Kasnije je Vrhovni sud (*Cour de cassation*) odlučio da predmetni parfemi ne posjeduju originalan karakter jer predstavljaju rezultat isključivo primjene *know-how*⁸¹ te stoga nije moguće ustanoviti postojanje kreativnog doprinosa stvaratelja. Kako nije zadovoljen kriterij originalnosti, navedeni parfemi ne mogu uživati autorskopravnu zaštitu. Taj stav je Vrhovni sud potvrdio i u kasnijim presudama.⁸²

Taj zaključak je bio predmetom oštih kritika, posebice u španjolskoj pravnoj doktrini, a glavni argument je da je prilikom stvaranja određenog proizvoda, primjena *know-how* u većini slučajeva barem djelomično nužna, s obzirom da se tek primjenom stručnog znanja može stvoriti djelo koje je atraktivno potrošaču. Drugim riječima, stvaranje proizvoda primjenom prethodno usvojenih, naučenih vještina, zasigurno ne opstruira mogućnost autorskopravne zaštite nekog djela a priori, a eklatantni primjer takvih autorskih djela su skladbe klasične glazbe, u kojem slučaju skladatelj nužno mora posjedovati glazbeno obrazovanje.⁸³

Primjetno je da su u konkretnom predmetu, presude sudova različite jer svaki od navedenih sudova svoju odluku temelji na različitom segmentu. Tome je tako jer je prilikom procjene originalnosti određenog objekta nužno u prvom redu specificirati komponentu koja će biti objektom procjene, što u konkretnom slučaju sudovi nisu učinili. P. Sirinelli ističe kako je problem zaštite parfema praktične, a ne teoretske naravi s obzirom na to da objektom zaštite, a samim time i objektom procjene, nisu formula ili sastojci, već olfaktorna poruka parfema. U tom kontekstu je važno istaknuti da ista

⁸¹ Izraz *know-how* (hrv. znati kako) označava primijenjeno tehničko i drugo stručno znanje, metode i podatke potrebne za ostvarenje nekog gospodarskog cilja. To su znanja koja nisu zaštićena patentom, a neophodna su za primjenu nekog patentiranog ili nepatentiranog izuma, nove tehnologije, novih metoda rada i organizaciju. Vidaković Mukić, Marina, Opći pravni rječnik, Zagreb, Narodne Novine, 2006. str. 412. U kontekstu parfema to je parfemska formula, koja opisuje kemijski sastav proizvoda te na taj način omogućava reprodukciju parfema.

⁸² *Sté Senteur Mazal v. SA Beauté Prestige International*, u: Machnicka, A. op. cit., str. 151.

⁸³ Machnicka, op. cit., str. 152.

olfaktorna poruka može biti ostvarena putem različitih formula, a slične formule mogu rezultirati veoma različitim olfaktornim porukama.⁸⁴ Drugi je problem predstavljala odsutnost pravila za procjenu originalnosti te su stoga, sudovi istu izvršili putem kromatografske analize, a konačan zaključak je ovisio u prvom redu, o njihovom subjektivnom uvjerenju. Stoga je ishod u postupcima uvijek nesiguran.

7.2. Nizozemska sudska praksa

U Nizozemskoj, s druge strane, parfem uživa autorskopravnu zaštitu ne samo, kao što je to slučaj u Francuskoj na teorijskoj razini, već i praktičnoj. Jedna od važnijih presuda donesena je u predmetu Lancôme protiv Kecofae⁸⁵ u kojemu su sudovi, u čak tri stupnja donijeli identičnu odluku: parfem je autorsko djelo te stoga uživa predmetnu zaštitu sukladno nizozemskom zakonu o autorskom pravu (*Auteurswet*). Argumentacija koja je iznesena u navedenim presudama je izuzetno zanimljiva utoliko što su nizozemski suci uklonili nedostatak koji se je pojavio prilikom odlučivanja u francuskoj: specificirali su objekt zaštite. Prvo je istaknuta razlika između supstancija, odnosno sastojaka (engl. *scent*) koji proizvode određeni miris i s druge strane, mirisa (engl. *fragrance*) koji biva percipiran putem osjetila njuha. Kako je objektom zaštite identificirana ova prva komponenta, ona mora zadovoljiti određene pretpostavke da bi se smatrala djelom u smislu zakona o autorskom pravu; mora biti podobna za percepciju osjetilom (njuha) te dovoljno stabilan i specifičan. Tužitelj je istaknuo da je prilikom izrade predmetnog parfema učinio odabir između stotina mogućih sastojaka, te je isti sastavljen od 26 sastojaka koji zajedno tvore kombinaciju „svježeg cvjetnog mirisa bijelih ruža te ljiljana osnaženog puderastim mirisom irisa, cvijeta marelice sa podtonom jantara, sandalovine i mošusa“.⁸⁶ Sud je, uzeo navedeni argument kao relevantan te odlučio da navedeni parfem

⁸⁴ Machnicka, op. cit., str. 151.

⁸⁵ Presuda na engleskom jeziku dostupna na: <http://www.schwimmerlegal.com/2006/02/protection-of-scent-in-the-netherlands.html>, posjećeno 11. svibnja 2016.

⁸⁶ „For the substantiation of its assertion that the perfume Trésor has an own, original character and bears the personal stamp of the author, Lancôme has *inter alia* asserted that the perfume Trésor - has arisen from a particularly creative development path: from hundreds of possible olfactory elements, the perfume maker has selected a number (as the court of appeal understands: about 25) olfactory elements, which has lead to a very specific combination;

- is a combination of *inter alia* the fresh flower perfume of white roses and lilies-of-the-valley, boosted by the powder-like perfume of iris, apricot blossom and heliotrope and with a background of storax, sandal and musk;

posjeduje originalan karakter te izražava osobnost njegova autora. S druge strane, sud nije uzeo u obzir argument Kecofea kako je predmetni parfem usporediv s drugim, otprije postojećim parfemima, te je istaknuo kako parfem, kao i svako drugo djelo, ne mora biti nov u objektivnom smislu; postojanje određenog stila i tradicije kod izrade parfema ne poriče njegovu originalnost. Sud je dakle u ovom predmetu donio odluku da navedeni parfem uživa autorskopravnu zaštitu sukladno nacionalnom zakonodavstvu, a sporni parfem tuženika „Female treasure“ (sastavljen od čak 24 od ukupnih 26 sastojaka koje sadrži „Trésor“) predstavlja povredu tužiteljevih autorskih prava.

Vrhovni sud u Nizozemskoj potvrdio je presude nižih stupnjeva te presudio u korist autorskopravne zaštite navedenog parfema. Imajući pred očima činjenicu da identičan miris može biti ostvaren različitim sastojcima, sud je ukazao da je objektom zaštite miris, a ne tekuća supstancija koja proizvodi navedeni miris. Ovaj dio odluke je važan i iz razloga što je potvrđena bit zaštite autorskim pravom: zaštita krajnjeg rezultata namijenjenog javnosti, odnosno konačne siluete parfema kao umjetničkog djela.

- is the result of the fact that in the composition Lancôme has intentionally sought to make a distinctive and unique perfume;
- was popular already immediately at its introduction because of the scent“ op.cit. str. 7.

8. Zaključak

Pravo intelektualnog vlasništva područje je prava koje u današnje vrijeme, više nego ikada prije, privlači interes kako pojedinaca tako i zajednice u cjelini. Razlozi za to su i više nego očiti. Tvorevine ljudskog stvaralaštva, zbog svoje ekonomske vrijednosti s jedne strane te s druge, zbog pozitivnih učinaka u svakodnevnicu svakog pojedinca, predstavljaju „naftne bušotine“ trećeg milenija. Proizvodi ljudskog intelektualnog napora nisu samo olakšali život pojedinca u značajnoj mjeri (dovoljno je pritom prisjetiti se izuma električne energije ili automobila), već igraju i značajnu ulogu u kontekstu duhovnog razvoja svakoga od nas, te oplemenjuju naše živote svojim postojanjem (prisjetimo se djela likovnih umjetnosti ili glazbe, bez kojih bi naša egzistencija bila svedena na puko preživljavanje). Stoga, može se zaključiti da plodovi intelektualnog stvaralaštva u velikoj mjeri doprinose sreći svakog pojedinca.

Autorsko pravo predstavlja izuzetno snažan mehanizam zaštite intelektualnih tvorevina. Iz perspektive stvaratelja djela, autora, ono pokazuje izuzetne prednosti spram ostalih instrumenata zaštite tvorevina ljudskog stvaralaštva; u prvom redu zbog vremenske komponente zaštite koja značajno premašuje trajanje svih ostalih sredstava zaštite, a potom i zbog nezanemarive činjenice da su pretpostavke zaštite u pravilu samo dvije. Prva, djelo treba biti iz područja jedne od triju veoma širokih kategorija, odnosno književne, znanstvene te umjetničke oblasti te druga, djelo treba biti originalno, odnosno kreativno. Istovremeno, autorskoppravna zaštita ima izuzetno razarajući potencijal, utoliko što se njome stvara monopol koji predstavlja prepreku u stvaralačkom procesu i može dovesti do usporavanja ili do, u ekstremnom slučaju, potpunog zaustavljanja inovacijskog procesa. Monopol, kako u drugim oblastima, tako i u kontekstu autorskog prava, može prouzročiti narušavanje tržišne utakmice. Zbog takve karakteristike autorskoga prava, zakonodavci su oduvijek bili oprezni prilikom formulacije odredaba predmetnih zakona, a s jednakom oprežnošću postupaju i sudovi u primjeni istih te tumačenju pojedinih pojmova poput originalnosti. Unatoč strogim kriterijima postavljenih nacionalnim zakonima te međunarodnim ugovorima, stvaratelji diljem svijeta trude se, upravo zbog prethodno spomenutih prednosti, ostvariti autorskoppravnu zaštitu svoga djela.

Modna je industrija izuzetno dobar primjer za prikaz neujednačenosti autorskoppravnih normi u Europi (ali i u svijetu). Iz ovoga je rada vidljiva tendencija kako

autorskoppravna zaštita biva priznata čak i u tzv. *borderline* slučajevima, gdje bi to bilo najmanje očekivano, kao što je npr. unutar industrije parfema. Postavlja se pitanje, koji je element ponukao francuskog zakonodavca da pruži zaštitu modnim predmetima. Na to pitanje odgovor koji se nameće jest isključivo jedan: profit. Evidentno je da će država čiju glavninu ekonomskog prihoda tvori spomenuta industrija, nastojati nacionalnim propisom pružiti najsnažniji oblik zaštite.

Nakon iscrpnog istraživanja, uzevši u obzir prednosti i probleme koje može prouzročiti autorskoppravna zaštita u modnoj industriji zauzela sam stav kako autorskoppravna zaštita nije u potpunosti adekvatan instrument zaštite predmeta u navedenom sektoru, upravo zbog kočnice koju stvara u stvaralačkom procesu. S druge strane, s obzirom na profit koji proizlazi iz aktivnosti razočaravajuća je činjenica da u većini država predmeti modne industrije ne uživaju zaštitu, što omogućava poduzetnicima poput Amancia Ortege, vlasnika modne kuće Zara, da na tuđem trudu i ulaganjima, grade svoje vlastito carstvo. Iz tog razloga smatram kako bi adekvatno rješenje bila *sui generis* zaštita, koja bi postavila odgovarajuće pretpostavke zaštite uzevši u obzir posebnosti sektora, i čije bi trajanje prava bilo znatno kraće od onoga koje uživaju autorska djela.

Prilozi

Prilog 1. Art Buff – Banksy



Prilog 2. Tuxedo dress – Yves Saint Laurent



Popis kratica

| | |
|------|--|
| AIDA | Annali italiani del diritto d'autore, della cultura e dello spettacolo |
| br. | broj |
| čl. | članak |
| ECLI | europska identifikacijska oznaka sudske prakse |
| EIPR | European Intellectual property Review |
| ESP | Europski sud Pravde |
| EU | Europska unija |
| IIC | International Review of Intellectual Property and Competition law |
| SL | Službeni list Europske unije |
| st. | stavak |
| str. | stranica |
| tzv. | takozvani |

Popis literature

Knjige:

- Ferretti, Alessandro, *Diritto d'autore*, 2. izd., Napoli, Esselibri S.p.a, 2008., str. 44.
- Henneberg, Ivan, *Autorsko pravo*, 2 izd., Zagreb, Informator d.d., 2001.
- Izzo, Umberto, *Alle origini del copyright e del diritto d'autore: Tecnologia, interessi e cambiamento giuridico*, 1. izd., Roma, Carocci editore S.p.a., 2010.
- Käseberg, T., *INTELLECTUAL PROPERTY, ANTITRUST AND CUMULATIVE INNOVATION IN THE US AND EU*, Oxford, Hart Publishing Ltd, 2012.
- Sirotti, Gaudenzi, Andrea, *Il nuovo diritto d'autore*, 8. izd., Dogana, Maggioli Editore, 2014.
- Vidaković Mukić, Marina, *Opći pravni rječnik*, Zagreb, Narodne Novine, 2006.

Članci:

- Darcy, J., *Under-Regulated or Under-Enforced: Intellectual Property, the Fashion Industry and Fake Goods*, E.I.P.R, br. 2, 2013., 83. str.
- Derclaye, Estelle, *French Supreme Court rules fashion shows protected by copyright – what about the UK?* *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 3 (5)., 2008.
- Elavia, Serena, *"How the Lack of Copyright Protections for Fashion Designs Affects Innovation in the Fashion Industry"*, Senior Theses, Trinity College, Hartford, CT 2014.
- Fano, Edoardo, *Tutela del design nella moda tra registrazione e diritto d'autore: una comparazione tra Europa e Stati Uniti*, *Il diritto industriale*, br. 4. (2013)
- Hernandez-Marti Perez, Cristina, *The possibility of IP protection for Smell*, E.I.P.R. br. 10, 2014.
- Holman, Christopher, *COPYRIGHT FOR ENGINEERED DNA: AN IDEA WHOSE TIME HAS COME?*, *West Virginia Law Review*, izd. 113., 2010. g.
- Kunda, Ivana, Matanovac, Vučković, Romana, *Raspodaganje autorskim pravom na računalnom programu – materijalnopravni i kolizijskopravni aspekti*, *Zbornik Pravnog fakulteta u Rijeci*, v. 31, br. 1, 2010.
- Machnicka, A., *The Perfume Industry and Intellectual Property Lay in the Jurisprudence of the Court of Justice of the European Union and of National Courts*, *IIC*, vol 43., br.2.,2012.

- Raustiala, Kal i Springman, „The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual property in Fashion Design“, 2006.
- Schickl, Lena, Protection of Industrial Design in the United States and in the EU: Different Concepts or Different Labels? The Journal of World Intellectual Property Vol. 16, no. 1–2., 2013.
- Silverman, Iona, Copyright and Fashion: Friends at last?, E.I.P.R., br. 11, 2013.
- Valdani, Enrico, Il valore di mercato degli asset IP nel settore della moda e dei luxury goods, Il diritto industriale, br. 4, 2013.
- Vučković, Matanovac, Romana, Gliha, Igor, Pravni položaj stranaca kao nositelja autorskog i srodnih mu prava, Zbornik Hrvatskog društva za autorsko pravo, br.10, 2009.
- Wickenden, Stephanie, Graffiti Art: The Rights of Landlords, Tenants and Artists: Creative Foundation v. Dreamland Leisure Ltd, E.I.P.R., br. 2, 2016.

Internetski izvori:

- <<http://www.schwimmerlegal.com/2006/02/protection-of-scent-in-the-netherlands.html>>, posjećeno 11. svibnja 2016.
- < <http://www.statista.com/statistics/259221/global-fragrance-market-size/>> Posjećeno: 12. lipnja 2016. Quaedvlieg, Antoon, COPYRIGHT AND PERFUME: NOSE, INTELLECT AND INDUSTRY, str. 1. Dostupno na: < <http://www.klos.nl/en/what-we-do/publications/copyright-and-perfume-nose-intellect-and-industry>> Posjećeno: 25.lipnja 2016.
- Samuelson, Pamela i Scotchmer, Suzanne, THE LAW & ECONOMICS OF REVERSE ENGINEERING, Dostupno na: <<https://www.google.hr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjTxJ7B4czNAhXG7hoKHVVTAdgQFggbMAA&url=http%3A%2F%2Fpeople.ischool.berkeley.edu%2F~pam%2Fpapers%2F1%26e%2520reveng3.pdf&usg=AFQjCNEpnyoVs1Kf9kqaCkbiO92KjXDnYA&sig2=D5I9L-Xmrrp38tbosYy09Yw>>Posjećeno 20. travnja 2016.
- <http://www.tecnolumen.de/12/Wilhelm_Wagenfeld_Table_lamp.htm> Posjećeno 24. lipnja 2016.
- < <http://germanculture.com.ua/german-facts/bauhaus-school/> > Posjećeno 24.lipnja 2016.g.

- <http://www.apparesearch.com/terms/h/haute-couture-ready-to-wear-pret-a-porter.html>
posjećeno: 15. lipnja 2016.
- <<http://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?oldAction=rechJuriJudi&idTexte=JURITEXT000018095801&fastReqId=644344959&fastPos=1i>>
- <<http://definitions.uslegal.com/u/useful-article-doctrine/>> Posjećeno: 05. svibnja 2016. g.
- <<http://www.stop-krivotvorinama-i-piratstvu.hr/hr/krivotvorenje-i-piratstvo/osobito-pogodeni-ind-sektori/luksuzni-proizvodi-odjeca-modni-dodaci/>> Posjećeno: 11. svibnja 2016.g.
- <<http://bolje.hr/rijec/streaming-gt-internetski-prijenos/28/>> Posjećeno: 21. lipnja 2016.g
- <<http://limun.hr/main.aspx?id=517325>> Posjećeno 06. lipnja 2016.g.
- <<http://www.statista.com/statistics/417688/eu-european-union-textile-clothing-industry-turnover/>> posjećeno 28. svibnja 2016.
- <<http://www.statisticbrain.com/fashion-industry-statistics/>>, posjećeno 28. svibnja 2016.g.

Pravni akti:

Konvencije

- Bernska konvencija za zaštitu književnih i umjetničkih djela od 9. rujna 1886. godine

Uredbe

- Uredba Vijeća (EZ) br. 6/2002 od 12. prosinca 2001. o dizajnu Zajednice, SL L 3 od 5. siječnja 2002.

Direktive

- Direktiva 98/71/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 13. listopada 1998. o pravnoj zaštiti dizajna, SL L 289 od 28. listopada 1998.
- Direktive Vijeća 91/250/EEZ od 14. svibnja 1991. o pravnoj zaštiti računalnih programa, OJ L 122 od 17. svibnja 1991.

Sudska praksa:

Predmeti Suda EU-a

- Predmet Ralf Sieckmann protiv Deutsches Patent- und Markenamt, C-273/00 , ECLI:EU:C:2002:748
- Predmet Marca Mode CV protiv Adidas AG and Adidas Benelux BV. C-425/98, ECLI:EU:C:2000:339
- Predmet Coty Prestige Lancaster Group protiv Simex Trading, C-127/09 ECLI:EU:C:2010:313
- Predmet L'Oréal i dr. protiv eBay International i dr., C-324/09, ECLI:EU:C:2011:474
- Predmet L'Oréal , Lancôme parfums et beauté i Cie SNC i Laboratoire Garnier i Cie protiv Bellure NV, Malaika Investments i Starion International, C-487/07, ECLI:EU:C:2009:378
- Predmet Parfums Christian Dior i Parfums Christian Dior BV protiv Evora BV, C-337/95, ECLI:EU:C:1997:517
- Predmet Tod's d.d., Tod's Francuska d.o.o. protiv Heyraud d.o.o. C-28/04, ECLI:EU:C:2005:418

Presude talijanskih sudova

- Presuda suda u Veneciji – sekcija za Intelektualno vlasništvo, od 19. listopada 2007. g., predmet T. A. Martino protiv F.lli Menegatti d.d., AIDA, 2009, odluka br. 1271., str. 511-514.
- Odluka suda u Firenci od 6. kolovoza 2003.g., predmet Tekno protiv Technolumen & Co i Peter Strobel, AIDA, 2004, odluka br. 987., str. 770.