

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ ПРАВО, ЧАСТЬ 2

Длительность





ДЛИТЕЛЬНОСТЬ

1. От того, что предмет, покрываемый правом дизайна, настолько широк, вычисление оптимального периода защиты было затруднительным. Некоторые дизайны будут продуктом значительных инвестиций, тогда как некоторые являются результатом минимальных усилий. Некоторые дизайны будут иметь очень короткую коммерческую жизнь, тогда как другие классические дизайны могут просуществовать намного дольше. При том, что было невозможно приспособить длительность ко всем различным видам дизайна, был принят иной подход к зарегистрированным дизайнам, который применяется к незарегистрированным дизайнам.

2. Зарегистрированные дизайны Великобритании и Сообщества. После регистрации зарегистрированные дизайны Великобритании и Сообщества защищены сроком на 5 лет с даты подачи документов. Зарегистрированные дизайны могут быть обновлены (в 5-летний период) на срок максимум до 25 лет. По сравнению с позицией в отношении авторского права, гармонизация которого была «вверх», 25-летний период не был самым долгим, предоставляемым по текущим законам: Франция ранее защищала зарегистрированные дизайны сроком до 50 лет. Европейская Комиссия могла заявлять некоторое международное согласие на 25-летний период: срок соответствует минимальному периоду защиты авторского права на работы прикладного искусства согласно Бернской Конвенции.

3. Незарегистрированные дизайны Сообщества. Незарегистрированные дизайны Сообщества защищены на срок 3 года с даты, когда дизайн впервые стал доступен общественности в пределах ЕС. Период был выбран Европейской Комиссией вместо 2-годичного срока, предложенного Институтом Макса Планка. Примечательно, что период начинается независимо от того, было ли обеспечение доступности общественности законным или нет. Таким образом раскрытия, совершенные в нарушение конфиденциальности или в качестве последствия промышленного шпионажа или кражи, могут порождать существование незарегистрированного дизайна Сообщества. В этом случае бремя доказывания возложено на заявителя для доказывания существования незарегистрированного дизайна Сообщества и, таким образом, для демонстрации момента, когда дизайн был впервые доступен общественности в пределах ЕС.

НАРУШЕНИЕ ПРАВА

4. Здесь мы поговорим о нарушении права зарегистрированного дизайна Великобритании, зарегистрированного дизайна Сообщества и незарегистрированного дизайна Сообщества. С ограниченным количеством исключений, о которых мы поговорим позже, подход, применяемый к нарушению права, одинаковый ко всем трем видам дизайнов.

5. Право «использования» дизайна. Одной из определяющих особенностей права интеллектуальной собственности является то, что защита никогда не является абсолютной. Права ограничены с точки зрения юрисдикции, длительности и области. Одним из самых важных ограничений является то, что правообладатель приобретает способность контролировать нематериальную собственность только в определенных установленных случаях. Таким образом, при том, что обладатель авторского права на книгу может остановить кого-либо от воспроизведения книги, он тем не менее не может остановить третьих лиц от чтения данной книги. Права дизайна не отличаются. Владельцы дизайнов (вне зависимости от вида дизайна: зарегистрированный дизайн Великобритании, Сообщества или незарегистрированный дизайн Сообщества) имеют исключительное право на использование дизайна и на ограничение использования дизайна третьими лицами, не имеющими на то согласия владельца. «Использование» определено таким образом, чтобы охватывать, в частности, «создание предложения, размещение на рынке, импорт, экспорт или использование продукта, по отношению к которому создан или применяется дизайн, или хранение такого продукта для названных целей». Это довольно широкое определение (и не ограниченное), которое могло бы показаться, что охватывает большинство ситуаций, в которых владелец дизайна может хотеть иметь контроль. Таким образом, может выйти так, что список включает торговлю полным комплектом, который после сбора составляет дизайн, по причине и на основании того, что это является «размещением на рынке ... продукта... к которому применяется дизайн». В противном случае такая деятельность вероятно нарушит право на дизайн на основании того, что это «использование» дизайна даже если это такая форма использования, которая явно не указана.

Важным вопросом будет «ограничено ли «использование» деятельностью тех же типов перечисленной деятельности, которые относятся к производству и распространению продуктов». Предпочтительнее



является взгляд, что использование должно быть ограничено этим способом, особенно учитывая, что определение дизайна достаточно широкое чтобы охватить предмет, ранее сохраняющий закон об авторском праве и торговых знаках. Например, если мультипликационный персонаж был зарегистрирован как дизайн, то может возникнуть вопрос «используется ли дизайн, когда мультфильм транслируется на телевидении или размещен на веб-сайте?». В Испании перед гармонизацией транслирование дизайна было установлено как не нарушающее право, и такой вывод, согласно гармонизированным режимам стран ЕС, был бы приемлем. Декларативная часть 21 Правил гласит, что право «должно распространяться на торговлю продуктами, воплощающие дизайны, которые нарушают право», и поддерживает мнение, что значение «использования» должно быть ограничено до «торговли продуктами». На основании изложенного, термин «использование» не будет охватывать транслирование.

6. Защита использования любого продукта. Вторым моментом, на который мы обратим внимание, будет то, что нарушение права не ограничено до сделок с одним и тем же продуктом, к которому был использован дизайн или который был упомянут в заявке. Наоборот, права, нарушенные использованием любого продукта, в котором заключается дизайн или к которому применяется дизайн. После того дизайн зарегистрирован, он защищен не только в отношении продуктов, указанных в заявке, но также и в отношении любого продукта, в котором используется дизайн. Так дизайн обоев может быть нарушен в праве изготовлением штор, имеющих похожий узор и дизайном игрушечной машины. Также не имеет значения, если цель или использование продукта меняется. Таким образом заявка на регистрацию дизайна остроконечного шарика, который указывает использование как «утюг и стиральное, чистящее и сушильное оборудование» (при размещении вместе с влажной одеждой в сушилке, шарик улучшает процесс высыхания), не ограничивается использованием как сушильный шарик. Наоборот, регистрация предотвратила использование третьими лицами изготовленного продукта независимо от того, использовался ли дизайн как массажный шарик, игрушка для домашних животных, Рождественское украшение или «что-угодно, о чем может подумать изобретательный продавец». Это было резким изменением для права зарегистрированных дизайнов Великобритании, которое ранее ограничивало область нарушения права до использования, по сути, того же дизайна на предмет, для которого дизайн был зарегистрирован. По сути, это сделало регистрацию намного привлекательнее и уберегло собственников дизайнов от необходимости регистрации дизайна на предметы, к которым они не намеревались применять дизайн, но к которым они подозревали вероятность использования дизайна конкурентами. После некоторой неопределенности позиция в Великобритании одинакова с дизайнами Сообщества.

7. Одна проблема, возникшая юридическим разделением дизайнов от их использования по отношению к определенному продукту, относится к отношению к «книгам» (и другим средствам коммуникации) как к продуктам. Кажется безопасным перейти к предположению, что книги составляют «промышленные изделия или изделия ручной работы», а также продукты. В противном случае режим потерпел бы неудачу в попытке защитить дизайны обложек книг. Если это так, то право дизайна может сейчас быть потенциальным инструментом цензуры. Например, если дизайн зарегистрирован для мультипликационной фигуры, который будет применяться для обоев, то изображение дизайна в книге может составить «использование» дизайна его применением по отношению к продукту. В действительности, в одном немецком деле, владелец права дизайна Сообщества в форме поезда преуспел в возбуждении судебного дела против торговца, который использовал изображение поезда на его брошюре. Хотя, как мы можем наблюдать, и существует защита от «цитирования», она является предметом к определенным ограничениям (в частности, она применяется только к действиям по воспроизведению, а не распространению), и поэтому может не защитить должным образом свободу слова. Для трибуналов было бы предпочтительным интерпретировать закон таким образом, чтобы, прежде всего, избежать необходимости надеяться на такое исключение.

8. Абсолютная и квалифицированная защита. Одно из ключевых различий между нарушением права в отношении зарегистрированного дизайна и нарушением права в отношении незарегистрированного дизайна Сообщества относится к образу действий ответчика. Если быть точнее, оно относится к вопросу того,

- может ли возникнуть нарушение права (как в патентном праве) независимо от того скопировал ли или видел ли вообще ответчик предмет защиты? или
- необходимо ли заявителю доказать (как в авторском праве) факт копирования, как часть действий ответчика?

В зависимости от различных целей защиты зарегистрированных и незарегистрированных дизайнов применяются различные стандарты.



9. Независимое создание: зарегистрированные дизайны Великобритании и Сообщества. Отражая взгляд Европейской Комиссии, что зарегистрированным дизайнам следует быть «эффективными и сильными правами, востребованными индустрией», защита, присваиваемая зарегистрированным дизайнам Великобритании и Сообщества, является «абсолютной»: права являются исключительными (сродни патентам) скорее чем квалифицированные права в том виде, в котором они предоставлены авторским правом и которые контролируют только использование репродукций зарегистрированных дизайнов. Так как защита распространяется на независимые создания не имеет значения скопировал ли ответчик зарегистрированный дизайн. Все что имеет значение это то, что ответчик использовал дизайн (и то, что дизайны «одинаковы»). В итоге, собственнику зарегистрированного дизайна необходимо быть обеспокоенным о том, скопировал ли ответчик дизайн или пришел к дизайну независимо.

10. Копирование: незарегистрированный дизайн Сообщества и неопубликованный/необнародованный зарегистрированный дизайн Сообщества. По сравнению с зарегистрированным дизайном Великобритании и Сообщества, права, присваиваемые незарегистрированным дизайном Сообщества ограничены до ситуаций, когда ответчик скопировал защищенный дизайн. По сути доказательство копирования является важным элементом в деле о нарушении права, в котором вовлечен незарегистрированный дизайн Сообщества. Следует отметить, что ситуация такая же как с зарегистрированным дизайном Сообщества, которые еще должны будут быть опубликованы/обнародованы. Доказательство копирования является также необходимым в деле о нарушении права, в которое вовлечен неопубликованный зарегистрированный дизайн Сообщества.

Решение сделать копирование элементом дел о нарушении права незарегистрированного дизайна Сообщества и зарегистрированных дизайнов, которым еще предстоит быть опубликованными, основано на мнении, что было бы неправильным остановить третьих лиц в использовании дизайна, который они разработали в обстоятельствах, при которых эти третьи лица не смогли бы убедиться, что дизайн уже защищен. В отсутствие средств, которыми пользователи могли бы быть уведомлены о ранних правах, лицо должно быть остановлено в использовании дизайна, если оно скопировало дизайн у заявителя. Собственник дизайна должен доказать копирование, взвешивая вероятности, и суд, рассматривающий дизайн Сообщества, основывается на своих собственных правилах о доказательствах.

Вопрос «был ли скопирован дизайн?» является вопросом факта. В некоторых случаях это может быть легко доказано. Однако, в большинстве случаев будет затруднительным продемонстрировать сам факт копирования. Чтобы преодолеть данную проблему, суды изъясляли готовность сделать вывод о копировании из обстоятельств дела: уместные факторы включали схожести между дизайнами, доказательства о доступе ответчика к работе заявителя, правдоподобность независимого создания. Таким образом, в деле Джей Чу против Тауэрстоун, Верховный Суд Великобритании сказал, что, когда сумки заявителя и ответчика рассматриваются параллельно (лицом к лицу), «вывод о копировании» был «непреодолимым». Это случилось, потому что «вероятность, что эти два дизайна могли быть разработаны независимо друг от друга, учитывая, что огромное множество идентичных особенностей в части дизайна так же свободны как нынешний, кажется для меня по-настоящему фантастической». Статья 19(2) Правил конкретизирует такое использование:

Не должен считаться результатом копирования защищенный дизайн, если он является результатом независимого творчества дизайнера, который может обоснованно думать, что не является схожим с дизайном, ставшим доступным общественности владельцем дизайна.

Хоть Правила и явно налагают требование о копировании для незарегистрированных дизайнов Сообщества и для зарегистрированных дизайнов Сообщества, которым предстоит быть опубликованными, но Правила не приводят ничего в отношении следующих двух вопросов:

1. Первое, Правила не указывают может ли копирование быть как косвенным, так и прямым.
2. Второе, правила не указывают является ли лицо, продающее продукт, к которому применен дизайн, ответственным за нарушение права даже если данное лицо было в неведении о факте, что продукт нес в себе дизайн, который скопирован с защищенного дизайна.

При буквальном чтении в обоих ситуациях «оспариваемое использование исходит из копирования защищенного дизайна» и находится вне пункта, проясняющего момент, когда использование «не должно считаться результатом копирования». Тем не менее, кажется жестким признать второстепенного нарушителя права виновным в отсутствие какой-либо вины, и по крайней мере один комментатор утверждал, что применимая Статья может быть истолкована в соответствии с общими принципами во избежание такого исхода.



11. Одинаковое общее впечатление на информированного пользователя. Одним из ключевых вопросов, возникающих в деле о нарушении права, является «одинаков ли якобы нарушающий право дизайн с рассматриваемым дизайном?». В своеобразном языке права дизайна ЕС дизайны будут одинаковыми (и, соответственно, нарушающими право), когда они создают «одинаковое общее впечатление» на информированного пользователя. В соответствии со Статьей 10(1) Правил область защиты «включает любой дизайн, который не производит на информированного пользователя иного общего впечатления». Как мы отмечали ранее, проверка на нарушение права является отражением проверки на определение индивидуального характера. Используемые концепты и задаваемые вопросы, с учетом временной разницы, идентичны (или очень близки). По сути, здесь нет необходимости повторять то, что было сказано ранее. Все комментарии в отношении расследования индивидуального характера в равной степени применяются и здесь. С учетом сказанного также имеется множество дополнительных моментов о нарушении права дизайна, которые следует затронуть.

Первым моментом является то, что дата, на которую будет сравниваться дизайн (якобы нарушающий право) на общее впечатление с рассматриваемым дизайном, это дата регистрации, а не дата нарушения права. Это может быть важным при определении свода дизайнов и свободы дизайнера. Предположительно, логика была бы такой же для незарегистрированных дизайнов. В этом случае применимой датой была бы дата, когда дизайн стал впервые доступен общественности в рамках ЕС.

Также важно отметить, что при сравнении дизайна ответчика, якобы нарушающего право, с дизайном заявителя вопросы, добавленные ответчиком, будут проигнорированы. Это потому, что при сравнении дизайнов информированный пользователь будет игнорировать аспекты дизайна, которые рассматриваются как дополнительные аксессуары, как например трейлер присоединенный к (защищенному) игрушечному цементовозу или ремешок на обуви. При том, что эти дополнения могут оправдать ответчика, регистрирующего новый дизайн (индивидуально к дополнениям), они тем не менее не могут приниматься в расчет при решении вопроса «был ли дизайн идентичным или производил ли иное общее впечатление на информированного пользователя?».

Также следует отметить, что в данном контексте, по крайней мере, размер не имеет значения. Таким образом не имеет значения являются ли одного размера рассматриваемый дизайн и дизайн, нарушающий право: «Он может быть половины размера или больше во сто раз. Использование дизайна запрещено».

Следуя логике, широко применяемой в праве интеллектуальной собственности, идея или концепт стоящие за дизайном не защищены. Наоборот, защита ограничена до материальных физических форм (или внешнего вида) дизайна, который воплощен либо в предмете или в документах дизайна. Также важно отметить, что дизайн, который заявляет только форму, будет нарушать право путем создания продукта (или совершенной сделкой в отношении продукта) такой формы. Это значит, что дизайн трехмерного продукта как, например, дизайн автомобиля не будет нарушен в правах использованием на двухмерных продуктах, как например, постеры или настольные коврики. Это объясняется тем, что в данном контексте дизайн (что в данном случае форма) не применялся к постерам и настольным коврикам. По этой же причине книга с изображениями дизайна не нарушит прав дизайнера, хотя как мы уже наблюдали, это может быть иначе, если дизайнер не только заявил форму, но также и особенности цвета, линий, узоров.

Хоть защита и не ограничена продуктом, для которого дизайн был зарегистрирован, имеются независимые ограничения к принципам «неуместности продукта». Особенно хорошо это прослеживается в случае, когда дизайн содержит форму трехмерного продукта. В таких случаях дизайн и продукт будут неразделимы, в связи с чем использование похожего дизайна к другому продукту обычно будет терпеть неудачу в производстве одинакового общего впечатления на информированного пользователя. Это может быть прослежено, если мы рассмотрим два дизайна, которые предназначены для того, чтобы быть дополнительными, как например обеденный стол и сервант. Каждый может быть сделан из похожих материалов, использовать простые очертания и выделять крепкий внешний вид, но все же было бы трудно для информированного пользователя в такой ситуации сказать что два дизайна производят одинаковое «общее впечатление», потому что один дизайн имеет полки и ручки тогда как другой имеет плоскую поверхность и четыре ножки. Дизайны могут быть в одном стиле, но внешность двух продуктов будет отличаться. Где внешность продукта и природа продукта имеют неразделенную связь, продукт будет иметь значение.