

P

A

R

A

G

R

A

F

Y

M

O

magdalena
niewelt

D

Y

Jestem adwokatem od kilku lat. Kocham swój zawód i mam nadzieję, że będę go wykonywała do końca swoich dni. Podczas podróży z Olegiem, moim partnerem w życiu osobistym i zawodowym, zwiedzanie zagranicznych miast zaczynamy zwykle od... wizyty w sądach. To pokazuje poziom mojego prawnego zakręcenia.

W Polsce nie wyodrębniono prawa mody jako dziedziny prawa. Zadaniem mojej książki jest zasygnalizowanie przedsiębiorcom początkującym w tym obszarze istotnych aspektów prawnych oraz zwrócenie uwagi, że brak prawnej ochrony może wywołać nieodwracalne konsekwencje w wymiarach zarówno finansowym, jak i wizerunkowym.

W każdym rozdziale mojej książki zwracam uwagę na istotne kwestie związane z prawem mody: prawo własności przemysłowej, prawo autorskie, wizerunek marki modowej, zagadnienia podatkowe czy współpraca z influencerami.

Czy istnieje definicja legalna zawodu modelki? Jakimi możliwościami wiąże się z ochroną prawa do wizerunku? Czy warto rejestrować znak towarowy? Czy projektant powinien rejestrować wzory przemysłowe? Czy zapłata za post influencera może stanowić koszt uzyskania przychodu, w sytuacji gdy większość followersów kupiono? Jakimi konsekwencjami może mieć nieujawnianie reklam na Instagramie? Odpowiedzi na te oraz inne pytania znajdują się w książce „Paragrafy mody”.

paragrafy mody

magdalena niewelt

© Copyright by Magdalena Niewelt

Autor: Magdalena Niewelt

Tytuł: Paragrafy mody

Projekt okładki: Anna Nachowska

Redakcja i korekta: Elżbieta Sokołowska | korektelka.pl
Patrycja Bukowska

Skład i łamanie: Anna Nachowska

Zdjęcie na okładce:

ISBN druk oprawa miękka 978-83-953986-0-5

ISBN PDF 978-83-953986-1-2

ISBN MOBI 978-83-953986-2-9

ISBN EPUB 978-83-953986-3-6

Wydawca: Kancelaria Adwokacka Adwokat Magdalena Niewelt

Zabrze 2019

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiejkolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszelkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

spis treści

9	wstęp
17	prawo mody we Francji
25	o prawie mody w Ameryce
36	znak towarowy
60	wzory przemysłowe
71	o modelkach
94	wywiad z właścicielami agencji New Age Models
105	o projektantach
132	wywiad z właścicielkami marki Bizuu
143	o influencerach
161	wywiad z doradcą podatkowym Łukaszem Michnikiem

wstęp

Jestem adwokatem od kilku lat. Kocham swój zawód i mam nadzieję, że będę go wykonywała do końca swoich dni.

Kocham również modę. Już jako dziecko chciałam być projektantką mody, a liczba wynegocjowanych nagród w postaci możliwości oglądania Fashion TV napawała lękiem moich rodziców. Z pierwszych wakacyjnych kolonii przywiozłam magazyn „Vogue” (i zabroniłam go dotykać, żeby się nie pogniół). Swoje zaangażowanie tłumaczyłam genami – jak się okazało, moje drzewo genealogiczne sięga początków XII wieku. Moi przodkowie, pionierzy w geodezji i tkactwie, pochodzili z Holandii; kilkaset lat później przywędrowali do Czech, a następnie do Polski. Jestem pewna, że to tłumaczy moją miłość do mody.

Wiele lat rysowałam pod okiem profesora malarstwa, a na widok rysunku żurnalowego zawsze mocniej bije mi serce. Miałam być projektantką, zostałam adwokatem. Absolutnie nie żałuję, ponieważ miłość do mody nie minęła, a wręcz przybrała na sile.

Podczas pierwszego sympozjum prawa mody w Nowym Jorku (2014 rok) opowiedziałam swoją historię profesor Susan Scafidi – pionierce w prawie mody, która obecnie kieruje Instytutem Prawa Mody na Uniwersytecie Fordham w Nowym Jorku.

Poznałam również Mimi Plange – wybitną projektantkę mody, która próbowała rozwiać prawnicze wątpliwości dotyczące projektowania. Pasja tych kobiet, ich entuzjazm i zaangażowanie spowodowały, że zaczęłam myśleć poważnie o tej branży i publikować również własne artykuły na ten temat.

Okładka książki jest różowa. Różowy to mój ulubiony kolor, postrzegany jako niezwykle kobiecy, choć kilkaset lat temu był wyznacznikiem statusu społecznego europejskiej arystokracji niezależnie od płci.

Z raportu Urzędu Patentów i Znaków Towarowych Stanów Zjednoczonych Ameryki (USPTO), który między innymi zajmuje się badaniem trendów i cech wynalazków wymienionych w patentach USA przyznawanych w latach 1976–2016, wynika, że stopień reprezentacji płci żeńskiej w tej materii jest niedostateczny. Dzieje się tak nawet mimo realizowania przez kobiety trafnych pomysłów, takich jak patentowanie nowoczesnych tkanin.

Problemy branży mody pojawiają się bez względu na płeć osób, które w niej działają, jednak chciałam, aby różowa okładka zwracała uwagę zwłaszcza kobiet. Z moich obserwacji wynika, że część modelek zaczęła walczyć o siebie: zmieniają agencje, wymagają, negocjują warunki umów. Z drugiej strony jednak nie wypełniają obowiązków wobec agencji i zleceniodawców.

Inaczej sytuacja wygląda w wypadku stylistów czy projektantów mody, którzy w obawie przed brakiem zleceń i złą reputacją w branży nie kierują nawet wezwań do zaprzestania naruszeń (co z kolei prowadzi do przeświadczenia o bezkarności osób dokonujących naruszeń). Adeptci w branży muszą mieć świadomość obowiązujących zapisów prawnych, ponieważ rynek w dobie social mediów bywa żarłoczny i brutalny.

W polskim porządku prawnym nie wyodrębniono nawet działu o nazwie „prawo mody”; uznano, że nie ma takiej potrzeby. Równie często profesjonaliści bagatelizują rynek mody.

Niniejsza książka nie jest zachętą do stworzenia nowego ustawodawstwa – moim zdaniem większość kwestii regulują poszczególne akty prawne. Nie jest też komentarzem, który odpowie na wszystkie pytania branży modowej. Zadaniem mojej książki jest zasygnalizowanie przedsiębiorcom początkującym w tym obszarze istotnych aspektów prawnych i zwrócenie uwagi, że brak prawnej ochrony może wywołać nieodwracalne konsekwencje w wymiarach zarówno finansowym, jak i wizerunkowym.

Wzrost świadomości prawnej w sektorze kreatywnym może przynieść wyłącznie dobre skutki. Branża modowa ma ogromne znaczenie i w Polsce, i na świecie. Moda pełni nie tylko funkcję użytkową; moda to miliony dolarów i miliony etatów.

Oscar Wilde twierdził, że każdy z nas marzy o garderobie przewyższającej wartość budżet, którym dysponujemy. Zapominamy jednak o pracy i kreatywności tych wszystkich osób, dzięki którym te elementy znalazły się w kolekcji i dzięki którym ich pożądamy.

Od trzech lat na Śląsku odbywa się jedna z najciekawszych polskich imprez modowych – KTW Fashion Week. Tematem ubiegłorocznej edycji był dialog uznanych projektantów i ekspertów świata mody z młodymi talentami. Młodzi absolwenci mieli możliwość zaprezentowania swoich kolekcji szerokiemu gronu odbiorców.

Na szczęście nie jest to jedyne tego rodzaju wydarzenie. Młodzi coraz śmielej zabierają głos. Co rusz powstają sklepy internetowe, które na Instagramie pokazują nie tylko nowe, lecz także używane rzeczy luksusowe. Cena ubrań z drugiej ręki – choć nadal wysoka – staje się przystępna dla tych, których dotąd nie było stać na zakup ubrań premium bezpośrednio w butikach danej marki. Popularność

używanych przedmiotów potwierdza również fakt, że w internetowych second handach torebki Zofii Chylak osiągają nawet o kilkaset złotych wyższe ceny niż egzemplarze oferowane przez projektantkę.

Szacuje się, że do roku 2025 wartość rynku modowego w Europie wyniesie ponad 400 mld dolarów. To pokazuje, jak ważna jest to gałąź gospodarki, a tym samym jak wiele problemów prawnych może się w niej pojawić.

Prawo mody obejmuje wiele aspektów – od problemów związanych z podróbkami, przez licencje, sprzedaż, promocję, rywalizację i współpracę projektantów, po własność intelektualną, a nawet problematykę imigracyjną.

W każdym rozdziale mojej książki zwracam uwagę na istotne kwestie związane z prawem mody: prawo własności przemysłowej, prawo autorskie, wizerunek marki modowej, zagadnienia podatkowe czy współpracę z influencerami.

Nie ma rozdziału o historii prawa mody w Polsce, ponieważ ta historia właśnie się zaczyna. Nie omawiam również historii polskiej mody, ponieważ pozycja Aleksandry Żebrowskiej „Polskie piękno. Sto lat mody i stylu” całkowicie wyczerpuje temat.

Ela Sokołowska, korektorka mojej książki, po jej przeczytaniu powiedziała: „Pokazuje Pani, że nie można być bezradną – i nie jesteśmy bezradne! Że w każdym aspekcie mamy wpływ. I wybór. Że można walczyć o siebie w każdym obszarze, nawet jeśli inni traktują modę jako sferę, której niekiedy nie daje się zdefiniować ani ująć w ramy. Apaszka czy marynarka wprowadzone przez Chanel nie były tylko apaszką czy marynarką, lecz świadectwem czasów. Odzwierciedlały kulturę, przemiany społeczne i były wyznacznikiem zmian – głównie w świadomości i myśleniu o kobietach. Pokazanie, że można zastosować reguły (i ich przestrzegać) w tak trudnych obszarach jak twórczość i projektowanie, to kolejny krok w rozwoju ludzkości.

Brzmi patetycznie, ale według mnie to cegiełka, która przeloży się na działania w innych dziedzinach. I uświadomi innym, że to nie tylko wybieg, nie tylko pokaz, nie tylko modelki, lecz przede wszystkim trud, wysiłek, wizja, chęć odkrycia czegoś nowego lub zaprezentowania czegoś w inny sposób” .



Rybnik 2019

**What you wear
is how you present
yourself to the
world, especially
today, when human
contacts are so
quick. Fashion is
instant language.**

Miuccia Prada

prawo mody we Francji

Podwaliny dzisiejszego prawa mody stworzyła Francja. To właśnie Francja niemal każdemu kojarzy się z modą, co dla Francuzów stanowi powód do dumy.

Louis Vuitton, Coco Chanel, która u szczytu kariery zatrudniała ponad 3500 osób i posiadała własną fabrykę tkanin, Christian Dior, Yves Saint Laurent, Jean Paul Gaultier, Hubert de Givenchy to tylko kilka nazwisk najślynniejszych francuskich projektantów.

Francuzi już w XIX wieku dostrzegli potrzebę uregulowań prawnych (w niektórych krajach dopiero trwają prace nad stworzeniem ustaw chroniących odzież). Kluczowy okazał się podział odzieży na haute couture oraz prêt-à-porter.

Haute couture w dosłownym tłumaczeniu oznacza „wysokie krawiectwo”. To luksusowa odzież najwyższej jakości, wykonywana w pojedynczych egzemplarzach. Cechują ją niezwykła dbałość o szczegóły oraz ręczne przyszywane elementy.

Przeciwieństwem haute couture jest prêt-à-porter, czyli ubrania produkowane seryjnie, do natychmiastowego noszenia, oferowane również przez uznane marki. Produkcja tańszej odzieży rozpoczęła się tuż po II wojnie światowej. Ubrania sztyto wówczas w ilościach hurtowych, bez zdejmowania miary z potencjalnych klientów.

Początki haute couture datuje się na koniec XIX wieku. Przyjaciółka cesarzowej Eugenie de Montijo, księżna Paulina de Metternich, w 1858 roku sprowadziła do Pałacu Tuleryjskiego angielskiego krawca – Charlesa Frederica Wortha¹. We Francji panował wtedy zwyczaj szycia strojów na miarę, zgodnie z życzeniami klienteli. W swoim sklepie Charles Worth zatrudniał dziewczęta, których wygląd przypominał jego najważniejsze klientki – stąd ówczesne modelki nazywano w Paryżu sobowtórami. Worth zaprezentował nowatorską ideę przygotowania całej kolekcji, a dokładniej – kilkunastu wzorów sukien dla poszczególnych klientek.

Charles Worth był pomysłodawcą i inicjatorem założonego w 1868 roku paryskiego związku zawodowego La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne – nowatorskiej organizacji promującej paryskie domy mody oraz udzielającej swoim członkom pomocy w zakresie między innymi pośrednictwa pracy. Po roku 1900 w przemyśle odzieżowym było tak wiele miejsc pracy, że rząd francuski zaczął nakłaniać banki do udzielania domom mody nieograniczonych pożyczek.

Celami La Chambre Syndicale de la Couture Parisienne były również ochrona produkowanej odzieży przed kopiowaniem, monitorowanie warunków pracy oraz utrzymywanie wysokich standardów wykonania poszczególnych modeli odzieży². Właśnie dzięki staraniom związku zapewniono ochronę prawną nazwy „haute couture”.

9 kwietnia 1910 roku wydano dekret regulujący sprzedaż odzieży³. Rosnąca międzynarodowa reputacja paryskiego haute couture sprawiła, że w 1927 roku paryski związek zawodowy założył szkołę École de la chambre syndicale de la couture parisienne⁴, uznając potrzebę kształcenia kolejnych projektantów mody. Obecnie szkoła zajmuje trzecie miejsce w rankingu najbardziej prestiżowych

szkół w Europie.

6 kwietnia 1945 roku wydano rozporządzenie⁵, które regulowało działalność związku zawodowego haute couture. Stanowiło ono, że „haute couture” jest nazwą prawnie chronioną zarezerwowaną dla elitarnych domów mody. Jeśli dom mody chciał posługiwać się tym tytułem, musiał ubiegać się o członkostwo w związku. Co roku związek zawodowy paryskiego haute couture weryfikował listę swoich członków. Warunkami *sine qua non* członkostwa były paryska siedziba domu mody oraz prezentowanie kolekcji ubrań na modelkach, nie manekinach. Wizytacje przedstawicieli owego związku odbywały się raz w roku. O prestiżu związku świadczyła również znaczna liczba donosów, które poszczególne domy składały na swoich konkurentów, chcąc pozbawić ich możliwości posługiwania się przedmiotowym tytułem.

Z upływem lat zmianie uległy również zadania związku, który w głównej mierze zaczął koncentrować się na uregulowaniu zasad produkcji odzieży oraz rozpowszechnianiu haute couture. Z uwagi na fakt, że ekskluzywna odzież była kosztowna, a przez to nie miała zbyt wielu nabywców, związek uruchomił sprzedaż praw do projektów. Mimo to udało się utrzymać obraz haute couture jako ekskluzywnego wzornictwa, wzrostu i przewagi technicznej.

Ze względu na ciągły rozwój domów mody związek zawodowy paryskiego haute couture wymagał przekształcenia. Dlatego w 1973 roku zawiązała się federacja haute couture, prêt-à-porter oraz krawców i projektantów mody⁶, która obecnie dzieli się na trzy izby: izbę ekskluzywnego krawiectwa⁷, izbę strojów gotowych do noszenia, krawców i projektantów mody⁸ oraz izbę mody męskiej⁹. Federacja liczy ponad stu członków i jest odpowiedzialna za lokalizację oraz terminy francuskich tygodni mody.

W 2001 roku we Francji znowelizowano przepisy dotyczące hau-

te couture przez wprowadzenie *Regulaminu*. Akt ten ponownie potwierdza, że „haute couture” jest tytułem prawnie chronionym.

Powyższą nowelizacją wprowadzono znaczące zmiany. Kluczową modyfikacją było zmniejszenie liczby modeli w kolekcjach z minimum 50 sztuk do 25. Pierwotny wymóg zatrudnienia nie mniej niż 20 osób nie dotyczy już tylko krawców; definicję pracownika zatrudnionego w domu mody haute couture poszerzono o ekspedientów (dzięki temu domom mody łatwiej spełnić ten wymóg).

Choć przepisy odnoszące się do sposobu prowadzenia tej specyficznej działalności pozostały niezmienione, ciekawą nowością jest możliwość niespełnienia któregoś z kryterium *Regulaminu*. Komisja przy Ministerstwie Przemysłu może wyrazić indywidualną zgodę na posługiwanie się tytułem „haute couture”, o ile związek zawodowy wyda pozytywną opinię o wnioskodawcy.

Komisja kontroli oraz klasyfikacji *couture création* składa się z prezesa izby haute couture oraz dziewięciu członków powoływanych przez ministra przemysłu (trzech przedstawicieli domów mody haute couture, trzech przedstawicieli domów mody prêt-à-porter oraz trzech osób wykwalifikowanych w zakresie włókiennictwa). Kadencja członków trwa trzy lata. Podczas corocznych zebrań członkowie w tajnym głosowaniu decydują o tym, który dom mody może posługiwać się tytułem „haute couture”. Co roku komitet przy Ministerstwie Przemysłu weryfikuje listę domów mody, które mogą posługiwać się ww. tytułami.

Co ciekawe, każdy dom mody, który składa wniosek o akceptację, musi przedłożyć czek na 100 euro, wiele oświadczeń (włącznie z liczbą pracowników), jak również zapewnienie, że dom mody co najmniej przez cztery sezony będzie przygotowywał kolekcje haute couture.

Ochrona prawna odzieży nie została określona wyłącznie w rozporządzeniu z 1945 roku oraz późniejszym *Regulaminie*. Znalazła ona odzwierciedlenie również we współczesnych kodyfikacjach. Pozostałymi francuskimi aktami prawnymi dotyczącymi szeroko rozumianego prawa mody są *Convention collective régionale de la couture parisienne du 10 juillet 1961*, będące porozumieniem zbiorowym regulującym modę paryską.

Aktualnie we Francji jednym z najważniejszych aktów z zakresu własności intelektualnej jest ustawa z 1 lipca 1992 roku¹⁰, którą podzielono na osiem ksiąg (prawa autorskie, prawa pokrewne do praw autorskich, zagadnienia z zakresu własności literackiej i artystycznej, administracyjnej i zawodowej organizacji własności przemysłowej, ochrona wynalazków i wiedzy technicznej, znaki towarowe oraz przepisy dotyczące zastosowania do terytoriów zamorskich). W części dotyczącej własności intelektualnej i prawom autorskim czytamy, że zgodnie z art. 112-2 kodeksu własności intelektualnej za dzieła intelektualne rozumie się m.in. kreacje sezonowe przemysłu odzieżowego oraz kreacje dodatków. To innowacyjne stanowisko pozwala Francuzom traktować kreacje haute couture jak dzieło sztuki.

Francuzi jako pierwsi dostrzegli konieczność uregulowania pewnych kwestii. Kolejnymi przykładami są akty prawne z 2017 roku: rozporządzenie nr 2017-738 z 4 maja 2017 roku w sprawie przeznaczonych do użytku komercyjnego fotografii modelek, których wygląd fizyczny został poprawiony¹¹, nakładający między innymi obowiązek informowania o wyretuszowaniu zdjęcia wykorzystanego w reklamie, oraz rozporządzenie z 4 maja 2017 roku w sprawie zaświadczenia medycznego pozwalającego na wykonywanie zawodu modela lub modelki,¹² nakładające na modelki obowiązek posiadania odpowiedniego zaświadczenia lekarskiego o stanie zdrowia, a w szczególności o właściwej wadze, o czym szerzej w rozdziale o modelkach.

- 1 Boucher F., *Historia mody*, Warszawa 2005, s. 369.
- 2 Herald J., *Fashion of a decade the 1920s*, Nowy Jork 1991, s.13.
- 3 Palmer A., *Couture and Commerce: The Transatlantic Fashion Trade in 1950s*, Vancouver 2001, s. 14.
- 4 Zob. <https://www.ifmparis.fr/en/news/lancement-officiel-du-nouvel-institut-francais-de-la-mode>. Data dostępu: 11.02.2019.
- 5 *Arrete du 6 Avril 1945*.
- 6 Fédération Française de la Couture, du prêt-à-porter des couturiers et des Créateurs de mode.
- 7 La Chambre Syndicale de la Haute Couture.
- 8 La Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode.
- 9 La Chambre Syndicale de la Mode Masculine.
- 10 *Loi n 92-597 du 1 juillet 1992 relative au code de la propriété intellectuelle*.
- 11 *Décret n° 2017-738 du 4 mai 2017 relatif aux photographies à usage commercial de mannequins dont l'apparence corporelle a été modifiée*.
- 12 *Arrêté du 4 mai 2017 relatif au certificat médical permettant l'exercice de l'activité de mannequin*.

