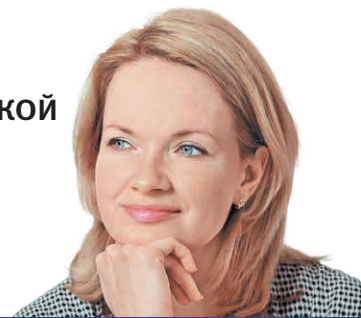


НАЛОГОВЫЕ СПОРЫ: ТРЕНДЫ 2016 Г.
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ БИЗНЕСА
FASHION LAW

«НАШ ОТДЕЛ — ЧАСТЬ
ГЛОБАЛЬНОЙ ЮРИДИЧЕСКОЙ
ФУНКЦИИ „ТАКЕДЫ“»

ИНТЕРВЬЮ С ДАРЬЕЙ ФИЛИПОВОЙ,
РУКОВОДИТЕЛЕМ ЮРИДИЧЕСКОГО ОТДЕЛА
«ТАКЕДА ФАРМАСЬЮТИКАЛС»



Legal Insight

№ 1 (57) Февраль 2017

НАСЛЕДОВАНИЕ БИЗНЕСА



Закон Моды



Анна Заброцкая,
советник «Борениус», основатель Fashion Law Russia

Мода, будучи явлением социокультурным, исторически всегда так или иначе была подвержена нормативному регулированию, начиная от вопросов, кому и что подобает носить, и заканчивая вопросами торговых ограничений и налогом на роскошь. Так, например, видящий во всей французской одежде символ буржуазной революции, российский император Павел I издал указ о запрете широкополых дамских шляп и мужских цилиндров; во времена Наполеона во Франции был издан указ, запрещающий женщинам надевать «мужскую одежду» в виде брюк, который формально был отменен лишь несколько лет назад, а во многих мусульманских странах до сих пор действует запрет на короткие юбки.

Однако правовое обеспечение моды как самостоятельное направление в мировой практике появилось относительно недавно. Потребность в отдельном комплексном регулировании данной отрасли обусловлена, прежде всего, ее колоссальными темпами роста. Так, на сегодняшний день индустрия моды занимает пятое место среди наиболее капиталоемких отраслей современной экономики, и, по прогнозам Boston Consulting Group, к 2020 году мировой рынок предметов роскоши, должен достигнуть оценки в 1,18 триллиона долларов.

В западных правовых порядках, очевидно, наметилась тенденция к формированию новых направлений в праве вслед за наиболее бурно растущими секторами экономики, исходя из потребностей рынка. Так, были сформированы и активно развиваются спортивное право, энергетическое право, право развлечений и т. д.

В российской правовой традиции принято выделять отрасли права на основании самостоятельно предмета и метода регулирования. Это привело к тому, что бесспорным с научной точки зрения осталось лишь выделение публичного и частного права. Все остальные специализации выделяются как отрасли законодательства, исходя из предмета, например, все, что связано с предпринимательской деятельностью, вне зависимости от индустрии или сектора, называется всеобъемлющим термином «коммерческое право». В западных юрисдикциях, особенно в странах англо-саксонской правовой семьи, наоборот, используется подход от частного к общему, где в основе лежит именно индустрия или сектор экономики, на него «нанализуются» соответствующие нормы права, и все вместе называется отраслью права. Именно такой «секторальный» подход позволяет сформировать правовое регулирование, отвечающее специфическим потребностям конкретной отрасли. Так получилось и с модным правом, которое является ничем иным как совокупностью норм, регулирующих индустрию моды.

До недавнего времени рынок модных товаров и предметов роскоши изучался только с точки зрения маркетинга и особенностей управления, но не с точки зрения применимого права и нормативного регулирования. Как писал Business Insider еще 2 года назад, даже странно, что юристам потребовалось такое количество времени, чтобы обратить свое внимание на эту глобально развивающуюся индустрию.

Считается, что выделение модного права в качестве самостоятельной отрасли началось с диссертационной работы «Международное право моды»,


опубликованной на французском языке в 2000 году (Jeanne Belhumeur, “Le Droit International de la Mode”). В 2004 году вышла еще одна солидная работа группы французских юристов, посвященная праву роскоши (“Droit du luxe”).

Затем ветвь первенства перешла к американцам, когда в 2006 году профессор Сьюзан Скафиди открыла первую магистерскую программу (LLM) в области модного права в нью-йоркской Fordham Law School, а уже в 2010 году при поддержке известного дизайнера Дианы фон Фюрстенберг и Американского совета модельеров был открыт отдельный институт, посвященный изучению модного права — Fashion Law Institute.

Соответственно, в английской и американской правовой литературе это направление получило название «fashion law» — право моды или модное право, которое является общепринятым на сегодняшний день во всем мире. Fashion law определяется как отрасль, которая включает в себя правовое содержание стиля, включая вопросы, которые могут возникнуть на протяжении всей «жизни» предмета одежды, начиная с появления оригинальной идеи у дизайнера и заканчивая попаданием этого предмета одежды в гардероб покупателя. Помимо индустрии одежды и аксессуаров, модное право также касается таких отраслей, как легкая промышленность (производство текстиля), модельный бизнес, медиа, косметическая и парфюмерная промышленность.

Более того, последнее время понятия «мода», «стиль» и «люкс» давно уже вышли за пределы только внешнего вида, сейчас это скорее образ жизни в целом. Поэтому модные бренды все больше заинтересованы в том, чтобы поддерживать высокие стандарты и образ жизни своих клиентов и за пределами бутиков. Так, например, Moschino, Armani и Missoni, Louis Vuitton решили инвестировать в собственный отельный бизнес, а PRADA и LVMH — приобрели сети старинных миланских кондитерских.

Таким образом, модное право — это комплексное специализированное направление, основу которого составляют нормы права интеллектуальной собственности, гражданского и коммерческого права, таможенного, международного и трудового права. Особую значимость в модном праве также приобретают вопросы, связанные с недвижимостью, рекламой и маркировкой, борьбой с контрафактными товарами, коммерческой тайной, защитой прав потребителей и т. д.

Ввиду такого разнообразия предмета регулирования, говорить о концептуальной сформированности направления fashion law, пока преждевременно, однако бизнес-аналитики предрекают модному праву золотое будущее не только за рубежом, но и в России. 

Модное право — это комплексное специализированное направление, основу которого составляют нормы права интеллектуальной собственности, гражданского и коммерческого права, таможенного, международного и трудового права

