

Scherre van lingerie label La Fille d'O slaat steil achterover als ze haar best verkopende behamodel voorbij ziet komen op de catwalk bij Nicky Zimmerman. Het ontwerp – met kenmerkende V-vormige beugel tussen de cups – lijkt als twee druppels water op haar eigen bestseller. Het verschil tussen Scherre en Zimmerman zit slechts in twee kleine details: de beha van La Fille d'O is naadloos, die van Zimmerman niet. Tweede verschil: waar de beugels elkaar raken, plaatst Zimmerman een klein horizontaal stukje.

Plagiaatkwesties komen veel voor in de modewereld en doen telkens weer stof op-

waaien. Is er sprake van bewust of onbewust kopiëren? En waar eindigt dan artistieke vrijheid? Soms is het plagiaat overduidelijk, in andere gevallen valt erover te twisten. Om meer helderheid te krijgen klopte *Kwintessens* aan bij Evert van Gelderen, advocaat en partner bij De Gier | Stam & Advocaten en

gespecialiseerd in het intellectuele eigendomsrecht. Hij is medeoprichter van *mode-recht.nl*, een website die de mode-industrie voorziet van relevante informatie over dit onderwerp.

### Originaliteitseis

Het intellectuele eigendomsrecht is een verzamelaar van rechten op het gebied van creatie, zoals auteursrecht, modellenrecht en merkenrecht. Het auteursrecht is laagdrempelig en kosteloos en wordt automatisch verkregen op het moment dat je een werk maakt. Dit werk moet voldoen aan de originaliteitseis: draagt het een per-

soonlijke stempel van de maker en heeft het een eigen oorspronkelijk karakter? Als vuistregel voor de beantwoording van die vraag wordt wel gehanteerd dat het ontwerp niet zo voor de hand liggend mag zijn dat iemand (onafhankelijk van de maker) tot precies hetzelfde werk had kunnen komen. "Bij kleding is het lastig dat de

# COPYRIGHTCONFLICT



Christian Louboutin

randvoorwaarden beperkt zijn: zo heeft een longsleeve per definitie mouwen", zegt Van Gelderen. "Deze niet-originele elementen alsook technische en functionele details – zoals een standaard vormgegeven rits of een knoopje – zijn uitgesloten van auteursrechtelijke bescherming. Een stijl, trend of idee komt evenmin in aanmerking voor bescherming. Dat kan wel gelden voor de concrete uitwerking van een idee of de creatieve combinatie van bestaande elementen."

Graag wil hij de mythe uit de wereld helpen dat een ontwerp op minimaal zeven punten moet afwijken om geen inbreuk te maken op een bestaand ontwerp. Er bestaat géén wiskundige formule die uitwijst of iets namaak is of niet. Wanneer twee kledingstukken worden vergeleken zal de rechter eerst kijken of het kledingstuk in kwestie überhaupt beschermd is. Vervolgens buigt hij zich over de inbreukvraag: stemt de totaalindruk van beide kleding-

stukken voldoende overeen? Natuurlijk zit daar een subjectieve toets in. De uitkomst is nooit met zekerheid te voorspellen en moet goed worden beargumenteerd. Een aan-

dachtspunt bij het auteursrecht is de bewijsvoering. De maker zal, in geval van een conflict of als een inbreuk wordt geconstateerd, mogelijk moeten hardmaken dat hij inderdaad de maker is – en dat is niet altijd even gemakkelijk. Van Gelderen heeft wel een tip: "Bewaar concepten of ontwerpen goed, maak back-ups en voorzie ontwerpen van een datumverificatie. Dat kan bijvoorbeeld bij een notaris of via *bewijsstempel.nl*." Modeontwerpen kunnen ook worden geregistreerd als model. Dat gebeurt vaker bij producten die naar verwachting langer dan een seizoen meegaan. Er moeten een strategische keuze en een commerciële afweging worden gemaakt omdat dit vrij duur is. Wel geldt er een respijttermijn: na openbaarmaking kun je een jaar lang 'testen' of het model interessant genoeg is om te registreren. Als je binnen dat jaar alsnog een model aanvraagt, dan kun je het ontwerp 25 jaar beschermen.



La Fille d'O AW13 – Nicky Zimmerman SS14

## Versiering of merk?

Merkenrecht voorkomt dat een ander er met jouw merk vandoor gaat of een teken gebruikt dat te veel overeenstemt. Adidas brengt sinds jaar en dag een driestrepent patroon op zijn sportkleding aan, dat het label zo herkenbaar maakt. Dankzij diverse registraties kan het merk zich verzetten tegen derden die op soortgelijke wijze drie (of twee) strepen op hun sportkleding aanbrengen. Voor deze rechten heeft Adidas ruim twaalf jaar gestreden. Want ziet het publiek de strepen als versiering of als merk? Daar wringt meestal de schoen. Een klassiek voorbeeld is de 'rode zolenoorlog' tussen Christian Louboutin en Yves Saint Laurent. De rechter oordeelt aanvankelijk dat Louboutin onvoldoende kan aantonen dat zijn rode zool merkbescherming verdient: "In de mode-industrie speelt kleur een versierende en esthetische rol die essentieel is voor een gezonde concurrentie." De Franse ontwerper trekt in hoger beroep uiteindelijk toch aan het langste eind en heeft daarmee het alleenrecht om schoenen met rode zolen te verkopen. Critici vinden dat een kleur niet gemonopoliseerd kan worden om de vrijheid van innovatie en concurrentie te behouden. Van Gelderen: "Bij een basaal gegeven zoals een kleur of strepen kun je je inderdaad afvragen of er niet iets origineler te verzinnen was. Een vorm- of kleurmerk is dan ook niet makkelijk te beschermen, tenzij door intensief gebruik 'inburgering' ontstaat. In de praktijk is dit dus pas te doen als je heel bekend bent."

De afgelopen jaren is de transparantie rond het topic toegenomen: bijna alle uitspraken in het modevakgebied zijn openbaar. Het intellectuele eigendomsrecht krijgt bovendien steeds meer aandacht van ondernemers, wat mogelijk tot meer conflicten leidt. Het economische klimaat heeft daar ook mee te maken. Bedrijven laten een zaak sneller varen als daar simpelweg geen tijd voor is of er toch voldoende omzet wordt ge-

draaid. Nu zijn ondernemers volhardender en beschermen zij hun producten zo goed mogelijk. Een positieve of negatieve ontwikkeling voor de groei en bloei van de sector? Johanna Blakley, onderzoeksdirecteur bij The Norman Lear Center, stelt in haar TED-lezing *Lessons from fashion's free culture* dat de modesector floreert dankzij de afwezigheid van copyrightmaatregelen. Van Gelderen draait dit uitgesproken standpunt om: "Voor de modebranche bestaat geen op maat gesneden wet, maar er zijn wel degelijk goede beschermingsmogelijkheden. Hierdoor kunnen ontwerpers nieuwe producten met een gerust hart op de markt brengen en wordt innovatie juist gestimuleerd."

— [www.mode-recht.nl](http://www.mode-recht.nl)

Natasja Admiraal



Adidas SS13. Foto: Pierre Debusschere

**Y-3**



Geoffrey Beene FW04-05 – Celine FW13-14