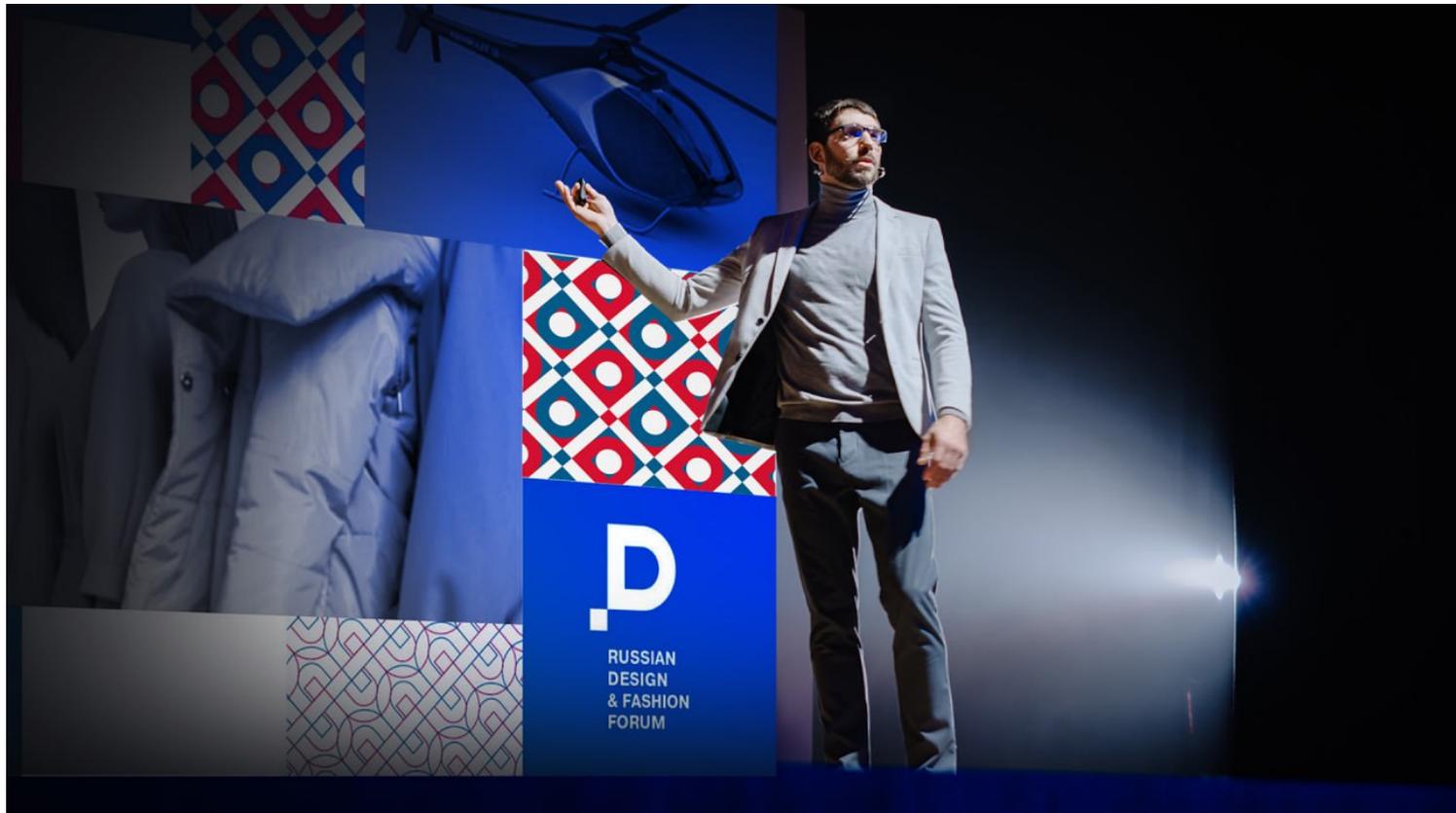


Дизайн: от услуги к управлению правами

29.04.2023

НОВОСТИ КОМПАНИЙ



Дизайн состоится как индустрия, когда все участники рынка будут в полной мере использовать свои интеллектуальные права, зарабатывать за счет роялти, формировать нематериальные активы и привлекать под них финансирование. К таким выводам пришли участники сессии «Интеллектуальное право и экономика индустрии дизайна» на Российском форуме дизайна и моды.

Интеллектуальная собственность — «под капотом» любой креативной индустрии. В развитых индустриях, таких как музыкальная, интеллектуальное право выступает не только для защиты коммерческих интересов. Оно является мощным инструментом защиты автора как слабой стороны сделки: именно на это ориентированы институты справедливого вознаграждения, расширенной лицензии и т. д. В дизайне же роль автора и возможности монетизации этой роли не так очевидны: большинство

дизайнеров не продают права на результаты творческой деятельности, а просто оказывают бизнесу услуги, в лучшем случае сразу отчуждают исключительные права в пользу заказчика.

Насколько такое положение дел удовлетворяет интересам отрасли и можно ли ожидать, что ситуация переменится? Такой вопрос поставил перед участниками беседы модератор — президент Федерации интеллектуальной собственности (ФИС), член Совета по вопросам интеллектуальной собственности при Председателе Совета Федерации РФ **Сергей Матвеев**. Он привел в пример практику, распространенную в ряде стран с успешной киноиндустрией: *«У гильдии продюсеров есть договоренность с гильдиями сценаристов, композиторов, актеров и так далее, которая устанавливает, что после того, как сборы фильма превысили затраты на его создание, авторы начинают получать дополнительное вознаграждение. Это вознаграждение втягивает людей в профессию и позволяет жить свободнее. Есть ли шанс нечто подобное увидеть в сфере дизайна?»*

Главный конструктор и основатель Karfidov Lab **Алексей Карфидов** рассказал, что раньше в его компании права на дизайн в самом деле всегда по умолчанию переходили заказчику. Однако все изменилось, когда Karfidov Lab начала работать с клиентами из Европы, в частности из Германии. *«Они неожиданно стали выступать как бы на нашей стороне. Мол, неужели вам неинтересно побороться за ваши права и хотя бы часть интеллектуальной собственности оставить себе?»* — рассказал он.

Оказалось, что в Европе распространена практика, при которой часть права на получение вознаграждения за дизайн, технологии, конструктивные элементы остается за подрядчиком, а бывает, когда исключительное право не отчуждается, а передается заказчику на основании лицензии на определенный срок. В итоге дизайнеры могут в дальнейшем сами использовать элементы своих разработок или извлекать дополнительную выгоду от продажи лицензий.

Далеко не всегда стоимость дизайна и других объектов интеллектуальных прав поддается точной оценке, особенно на стадии их создания, отметила директор Центра креативной экономики НИУ ВШЭ, научный руководитель Института развития креативных индустрий НИУ

ВШЭ Татьяна Абанкина: *«В креативной экономике помимо собственно результатов интеллектуального труда и креативных продуктов постоянно создается еще и некая сверхценность, которую обычно обозначают словом “бренд”. В дизайне и моде значение этого символического компонента особенно велико».*

По словам ученого, именно поэтому так важно охранять не только имущественные права, но и личные неимущественные (моральные), такие как право на имя, право на авторство. Так, из личного неимущественного права на неприкосновенность произведения вытекает право на авторский надзор в архитектуре. К сожалению, на практике архитекторы крайне редко располагают реальной возможностью такого контроля, а соответствующие нормы российского законодательства просто игнорируются застройщиками и промышленностью.

Не менее остро в дизайне стоит проблема безопасности правоотношений, отметил руководитель магистерской программы «Правовое обеспечение безопасности личности, общества, государства» РГУ им. А.Н. Косыгина **Семен Лебедев:** *«Ради интеллектуальной собственности люди идут не только на нарушение интеллектуальных прав, но даже на вымогательство, грабеж и убийство. При этом следователи не любят дела по 146-й статье УК РФ, потому что санкция по ней слишком мала».*

Статья 146 «Нарушение авторских и смежных прав» и в самом деле сегодня применяется не так часто, а в тех случаях, когда дела по ней все же заводят, обоснованность уголовного преследования часто вызывает у юристов и общества серьезные вопросы. Так, на слуху дело Rambler против разработчика веб-сервера Nginx Игоря Сысоева. Компания сочла, что бывший сотрудник неправомерно распорядился служебным произведением, однако никаких доказательств того, что программный продукт был создан в рабочее время в рамках должностных инструкций, предоставить не смогла. В итоге компания предпочла сама обратиться к правоохранителям с просьбой закрыть дело.

Возможность заработка на роялти и, соответственно, существенного повышения стоимости продукта за счет дизайна во многом определяется известностью дизайнера, отметил руководитель направления промышленного проектирования «Трансмашхолдинга»

Владимир Шипилов

: «Подобное происходит, когда не бренд производственной компании работает на дизайнера, а личный бренд дизайнера — на его индустриального партнера. Если дизайн для вашей продукции сделает Филипп Старк или кто-то из итальянцев, ее стоимость увеличится явно, и заработок на роялти для дизайнера будет вполне логичен. Пока же дизайн воспринимается как сервис, производитель воспользуется услугами там, где это будет сделать проще».

По его словам, легко представима досадная и несправедливая ситуация, в которой разработчик дизайна зубной щетки получает за свои услуги 100 000 рублей, а щетка в дальнейшем выпускается миллионными партиями. Однако не менее печальным будет случай с поездом, который никак не может тронуться из-за того, что дизайнер, к примеру, фары «выкручивает заказчику руки» и пытается извлечь из исключительного права максимальную ренту.

Так или иначе, интеллектуальная собственность остается приводным ремнем всех креативных индустрий. Именно она позволяет формировать нематериальные активы, наращивать капитализацию бренда, привлекать инвестиции и поощрять творцов выкладываться на все сто в расчете на пропорциональное вознаграждение. Отсюда так важно образование представителей творческих отраслей в сфере интеллектуального права,

Константин Бучнев: *«Мы подступились к этой теме в конце позапрошлого года и выделили для себя несколько основных пунктов. Во-первых, креативный предприниматель должен владеть навыками работы с интеллектуальными правами, во-вторых, понимать, как использование интеллектуального права помогает больше зарабатывать, в-третьих, грамотно защищать свои права и не нарушать чужие».*

Не менее важно для креативного предпринимателя ориентироваться в профильном законодательстве и умело использовать цифровые сервисы управления интеллектуальными правами, которые сегодня развиваются на базе общественно-государственной блокчейн-инфраструктуры РЦИС.РФ. Все эти умения можно совершенно бесплатно приобрести на образовательных проектах АКИ, таких как Школа интеллектуального права «Креатус», онлайн-курс «Креатус Онлайн» и своего рода мини-MBA для руководителей творческих бизнесов «ПРО.Креатус».

НОВОСТИ КОМПАНИЙ