

SISÄLLYSLUETTELO

| | |
|---|----|
| LYHENTEET | XI |
| ALKUSANAT | 1 |
| i Muotioikeudesta..... | 1 |
| ii Vastauksia muotialan juridisiin kysymyksiin: inspiroidu, suunnittele, toteuta | 6 |
| iii Kirjoittajat: Hodge ja Härkönen..... | 8 |

BRÄNDI, LUOVUUS JA YKSINOIKEUDET

OSA I MUOTI- JA DESIGN-ALAN MERKIT JA NIMET SEKÄ MAINEEN HYÖDYNTÄMINEN

| | |
|--|----|
| 1 TAVARAMERKKI BRÄNDIN OMISTUKSEN, PUOLUSTAMISEN JA ARVON KANNALTA | 14 |
| 2 TAVARAMERKIN REKISTERÖINNIN EDELLYTYKSISTÄ JA SUUNNITTELUSTA | 22 |
| 2.1 Mitä tarkoittaa tavaramerkin erottamiskyky tai kuvailevuus? | 22 |
| 2.2 Miten erilaisia muotialaan liittyviä merkkejä ja tunnuksia voidaan hyödyntää ja rekisteröidä?..... | 29 |
| 2.3 Miten tavaramerkkihakemus yleensä luokitellaan muotialan toiminnan näkökulmasta? | 40 |
| 2.4 Missä tavaramerkkiä kannattaa hakea rekisteröitäväksi ja mitä haasteita tavaramerkin rekisteröinnille voi tulla? | 42 |
| 2.5 Kannattaako hakemukset tehdä itse? Mitä tarkoittaa estetutkimus?..... | 44 |
| 2.6 Mitä tarkoittaa rekisteröimätön tavaramerkki?..... | 45 |
| 2.7 Mikä on laajalti tunnettu tavaramerkki, sen suoja-ala ja miten laaja tunnettuus osoitetaan?..... | 48 |

| | | |
|---------------|---|-----|
| 3 | TAVARAMERKKIOIKEUDELLISIA TILANTEITA MUOTI- JA DESIGN-ALAN NÄKÖKULMASTA | 54 |
| 3.1 | Mitä tarkoittaa tavaramerkin käyttö yksityisessä käytössä ja mikä merkitys tällä on loukkausten kannalta?..... | 54 |
| 3.2 | Rinnakkaiselosopimukset..... | 56 |
| 3.3 | Mitä tarkoittaa rekisteröinnin este tai väitemenettely?..... | 57 |
| 3.4 | Tavaramerkkien välinen sekaannusvaara: mitä se tarkoittaa ja miten sitä arvioidaan? | 58 |
| 3.5 | Tavaramerkin käytön osoittaminen | 71 |
| 3.6 | Voiko aihetunnisteen ja avainsanan käytössä syllistyä toisen tavaramerkkioikeuden loukkaukseen? | 81 |
| 3.7 | Miten "dupeja" tarkastellaan tavaramerkkioikeuksien näkökulmasta? | 86 |
| 3.8 | Miten parodiaa tarkastellaan tavaramerkkioikeuksien näkökulmasta? | 90 |
| 3.9 | Voiko tavaramerkkioikeus estää ylellisyustuotteiden myynnin halpamyymäläketjun valikoimassa tai markkinoinnissa?..... | 93 |
| 4 | TOIMINIMI, APU TOIMINIMI, DOMAIN-NIMI JA MUUT TUNNUKSET BRÄNDIN SUOJAN TÄYDENTÄJINÄ | 96 |
| 4.1 | Miten toiminimi ja aputoiminimi kannattaa valita ja rekisteröidä? | 96 |
| 4.2 | Mitä sukunimeä brändin nimenä hyödynnettäessä kannattaa muistaa?..... | 98 |
| 4.3 | Verkkotunnukset sekä muut nimet ja käyttäjätunnukset | 103 |
| 5 | SOPIMATON MENETTELY ELINKEINOTOIMINNASSA MUOTIALAN NÄKÖKULMASTA | 107 |
| 5.1 | Miten sopimattomuutta arvioidaan tuotteiden ja tuotepakkausten jäljittelyn osalta?..... | 107 |
| 5.2 | Miten sopimattomuutta arvioidaan toiseen toimijaan liittyvän muun markkinoinnin osalta? | 113 |
| 5.3 | Voiko markkinointitrendiin osallistuessa syllistyä hyvän tavan vastaiseen menettelyyn? Esimerkkinä Käärijä-ilmiö..... | 117 |
| OSA II | SUUNNITTELU, LUOVUUS JA KEKSINNÖT | |
| 6 | TEKIJÄNOIKEUS: YKSINOIKEUS OMAPERÄISEEN MUOTILUOMUKSEEN | 122 |
| 6.1 | Muoti ja tekijänoikeus: lähtökohdat | 122 |
| 6.2 | Mitkä ovat tekijänoikeuden edellytykset? | 128 |
| 6.3 | Miten omaperäisyys ilmenee muodin kontekstissa? | 131 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 6.4 | Tekijänoikeuden kaksi puolta..... | 140 |
| 6.4.1 | Jako taloudellisiin ja moraalisiin oikeuksiin..... | 140 |
| 6.4.2 | Mitä taloudellisia oikeuksia tekijänoikeus sisältää?..... | 141 |
| 6.4.3 | Miten moraaliset oikeudet ilmenevät muodissa?..... | 144 |
| 6.4.4 | Onko muotisuunnittelijalla oikeus tulla nimetyksi suunnittelijana?..... | 147 |
| 6.4.5 | Mitä respektioikeus muotialalla tarkoittaa?..... | 153 |
| 6.5 | Miten tekijänoikeus syntyy? | 155 |
| 6.6 | Tekijänoikeuden luovutus..... | 158 |
| 6.6.1 | Tekijän oikeuksien jaettavuus ja luovutettavuus..... | 158 |
| 6.6.2 | Mitä suunnittelijan ja yrityksen on huomioitava tekijänoikeuden luovutuksessa?..... | 158 |
| 6.6.3 | Millä edellytyksillä luovutuksensaaja voi luovuttaa teoksen edelleen tai muokata sitä?..... | 161 |
| 6.7 | Millaiset rajat tekijänoikeus asettaa muotiluomusten kopioinnille?..... | 164 |
| 6.8 | Tekijänoikeuden poikkeukset ja rajoitukset..... | 172 |
| 6.8.1 | Yksinoikeuden rajoittamisen taustaa | 172 |
| 6.8.2 | Saako muotiluomuksesta valmistaa yksityisen kopion?... .. | 172 |
| 6.8.3 | Millä edellytyksillä muodissa saa parodioida? | 178 |
| 6.8.4 | Saako muotia siteerata? | 185 |
| 6.9 | Tekijänoikeuden kesto | 189 |
| 6.10 | Tekijän levitysoikeuden sammuminen..... | 195 |
| 7 | OIKEUDET MUOTIVALOKUVIIN..... | 197 |
| 7.1 | Erilaiset yksinoikeudet muotikuvien suojana | 197 |
| 7.2 | Valokuvien tekijänoikeussuoja | 198 |
| 7.3 | Valokuvaajan lähioikeussuoja..... | 200 |
| 7.4 | Muotiluomuksen tai muun teoksen esittäminen valokuvassa..... | 202 |
| 8 | MUOTINÄYTÖKSIIN LIITTYVIÄ TEKIJÄNOIKEUSKYSYMYKSIÄ..... | 206 |
| 9 | MALLIOIKEUS: YKSILÖLLISEN JA UUDEN MUOTOILUN SUOJAKEINO..... | 209 |
| 9.1 | Mallioikeus ja muoti..... | 209 |
| 9.2 | Mitä mallioikeus suojaa? | 211 |
| 9.3 | Miten rekisteröity ja rekisteröimätön malli eroavat toisistaan? | 217 |
| 9.4 | Mallioikeuden edellytykset: uutuus ja yksilöllisyys..... | 220 |
| 9.5 | Miten mallit luokitellaan? Mikä on luokituksen merkitys? | 229 |
| 9.6 | Mallin etuoikeuspäivä ja tunnetuksi tuleminen | 232 |
| 9.7 | Miten ja kenelle mallioikeus syntyy? | 235 |

| | | |
|----------------|--|------------|
| 9.8 | Ketä pidetään mallin suunnittelijana?..... | 237 |
| 9.9 | Mallioikeuden loukkaus | 240 |
| 9.9.1 | Miten mallioikeusloukkausta arvioidaan?..... | 240 |
| 9.9.2 | Kuka on "asiaan perehtynyt käyttäjä"?..... | 243 |
| 9.10 | Mallioikeuden poikkeukset ja rajoitukset..... | 245 |
| 10 | MALLIOIKEUDEN JA TEKIJÄNOIKEUDEN KAKSOISSUOJA | 250 |
| 11 | MUODIN KEKSINTÖJEN SUOJAAMINEN..... | 254 |
| 11.1 | Lähtökohtia muoti- ja design-alan keksinnöllisten innovaatioiden suojaamiseen..... | 254 |
| 11.2 | Voidaanko muotialan innovaatioita patentoida?..... | 254 |
| 11.3 | Voidaanko muotia ja muotoilua suojata hyödyllisuusmallilla?..... | 258 |
| 12 | MUOTI JA KULTTUURINEN OMIMINEN | 260 |
| 12.1 | Voidaanko kulttuuriperintöä suojata kopiointia vastaan?..... | 260 |
| 12.2 | Kulttuuristen vaikutteiden ottaminen suunnittelutyössä ja markkinoinnissa..... | 269 |
| OSA III | RIITATILANTEET | |
| 13 | MITEN PUOLUSTAT JA PUOLUSTAUDUT?..... | 274 |
| 13.1 | Yleisiä huomioita riidan alkamisesta | 274 |
| 13.2 | Suunnittelijoille: erityisiä vinkkejä tekijänoikeudellisiin loukkaustilanteisiin | 278 |
| 13.2.1 | Miten kannattaa toimia, jos huomaa omaa suunnittelutyötään kopioidun?..... | 278 |
| 13.2.2 | Miten kannattaa toimia, jos on itse syytettynä kopioinnista?..... | 280 |
| 13.3 | Perustietoa oikeudenkäynneistä markkinaoikeudessa..... | 282 |
| 13.4 | Voiko kieltokirje merkitä hyvän tavan vastaista menettelyä?..... | 283 |
| 13.5 | Oikeuspaikan määräytymistä ja täytäntöönpanoa koskevia seikkoja (IPR) – mitä jos loukkaus tapahtuu ulkomailla ja kohdistuu Suomeen?..... | 286 |
| 13.6 | Korvauksen ja hyvityksen määrittely sekä uhkasakon suuruus immateriaalioikeuksien loukkausasioissa Suomessa | 291 |
| 13.7 | Turvaamistoimet muotialan näkökulmasta | 295 |

TUOTANTO, JAKELU JA KAUPALLINEN YHTEISTYÖ

| | |
|---|-----|
| 14 SOPIMUKSISTA | 300 |
| 14.1 Millaisia ehtoja harkittavaksi muotialan tuotanto- ja ostosopimuksiin?..... | 300 |
| 14.2 Vastuullisuusvelvoitteiden varmistaminen <i>Code of Conduct</i> -ehdoin | 302 |
| 14.3 Mitä eroa on jälleenmyyntisopimuksilla ja agenttisopimuksilla?.. | 304 |
| 14.4 Vaikuttajayhteistyössä sovittavaa – tyypillisiä ehtoja ja mainonnan tunnistettavuuden näkökohtia | 308 |
| 15 MITEN LIIKESALAISUUDET HUOMIOIDAAN MUOTIALAN LIIKETOIMINNASSA? | 318 |

MARKKINOINTI JA TUOTTEIDEN MYYNTI

| | |
|--|-----|
| 16 VERKKOKAUPAN SÄÄNTELYSTÄ | 326 |
| 16.1 Kuluttajansuojalain tiedonantovaatimuksia verkkokaupassa | 326 |
| 16.2 Kaupan syntyminen | 330 |
| 16.3 Kaupan ehdot..... | 332 |
| 16.4 Hinta- tai saatavuusvirhe verkkokaupan tiedoissa tai ehdoissa.... | 335 |
| 17 ERÄITÄ VELVOITTEITA ASIAKASSUHTEESSA JA KULUTTAJAMARKKINOINNISSA | 338 |
| 17.1 Markkinointia koskevia yleisiä velvoitteita ja huomioita muotialan näkökulmasta | 338 |
| 17.2 Hinnanalennukset ja vertailuhinnat markkinoinnissa..... | 348 |
| 17.3 Vastuullisuus- ja ympäristövaihtämät | 355 |
| 17.4 Kosmetiikan markkinointi..... | 366 |
| 17.5 Tavaravirhe | 368 |
| 17.6 Tuotemerkinnoista ja -turvallisuudesta | 374 |
| 17.7 Heijastavat tuotteet..... | 379 |
| 18 TIETOSUOJAN HUOMIOIMINEN MUOTIALAN LIIKETOIMINNASSA | 382 |

KIERTOTALOUS - KESTÄVÄÄ MUOTIALAN LIIKETOIMINTAA

| | |
|--|-----|
| 19 KIERTOTALOUS MAHDOLLISTAA KESTÄVÄN MUOTIALAN TOIMINNAN | 392 |
| 19.1 Kiertotalouden sääntely ja sitä koskevat tulevaisuuden odotukset | 392 |
| 19.2 Second hand- ja vintage-myynti | 400 |
| 19.3 Verkon markkinapaikan järjestämisessä huomioitavaa – käytettyjen tavaroiden myynti | 403 |
| 19.4 Alihankkijan käyttäminen kiertotalousprojekteissa | 406 |
| 19.5 Korjaustoiminta | 407 |
| 19.6 Vaatteiden ja asusteiden vuokraus..... | 409 |
| 19.7 Kiertotalous: tavaramerkkioikeuden sammuminen ja toisen tavaramerkkiin viittaaminen markkinoinnissa..... | 411 |
| 19.8 Kiertotalous: Tekijän levitysoikeuden sammuminen ja teoskappaleen "upcycling" | 415 |
| 19.9 Käytetyn tavaran keräämiseen ja jatkoehdyntämiseen liittyviä näkökohtia jätelainsäädännön näkökulmasta..... | 418 |

TYÖKALUT

Mallipohja ja ohjeita

| | |
|---|-----|
| MALLI 1: Lisenssisopimuksen sisältöesimerkki | 422 |
| MALLI 2: Rinnakkaiselosopimuksen sisältöesimerkki | 423 |
| MALLI 3: Ohje vakiintumis-, käyttö- ja omaperäisyysnäytön keräämiseen... | 424 |
| MALLI 4: Code of Conduct -liitteen sisältöesimerkki 1.) ja noudattamista koskeva sopimusehtoesimerkki 2.) | 426 |
| MALLI 5: Vaikuttajamarkkinointia koskeva sopimus | 427 |
| MALLI 6: Salassapitosopimus..... | 431 |
| MALLI 7: Suostumus henkilön kuvan käyttöön markkinoinnissa | 433 |
| MALLI 8: Tietosuojaselostemalli/ohje | 436 |
| MALLI 9: Tarkistuslista: käytetyn tavaran kuluttajakauppa verkossa..... | 441 |
| | |
| LÄHDELUETTELO | 443 |
| ASIAHAKEMISTO | 465 |