

Pienten suunnittelijoiden asema kopiointitapauksissa

Muodin, muotoilun ja luovan työn oikeustutkimus
ON-työ

Laatija:
Kakko Sani

17.12.2025

ON-työ / Tutkielma

Oppiaine: Muodin, muotoilun ja luovan työn oikeustutkimus

Tekijä: Sani Kakko

Otsikko: Pienten suunnittelijoiden asema kopiointitapauksissa

Ohjaaja: Heidi Härkönen

Sivumäärä: 19 sivua

Päivämäärä: 17.12.2025

Tämä tutkielma käsittelee pienten suunnittelijoiden asemaa kopiointi tapauksissa. Immateriaalioikeuksista käsittelyssä ovat tekijänoikeus ja mallioikeus, jotka molemmat sopivat hyvin muotiluomusten suojaamiseen. Tutkielmassa verrataan pienten suunnittelijoiden oikeudellista ja yhteiskunnallista asemaa suurempiin yrityksiin, joilla on suuremmat taloudelliset sekä organisatoriset resurssit käytettävissään. Tutkimus keskittyy pieniin suunnittelijoihin, joilla ei ole taustallaan näitä edellä mainittuja tekijöitä tukemassa luovalla alalla menestymistä. Tutkimus on monitieteinen, jossa keskitytään lainopillista metodia hyödyntäen tarkastelemaan nykyistä oikeustilaa. Tutkimuksessa hyödynnetään lisäksi muodintutkimusta selvittämään muotimaailman hierarkkisia rakenteita. Yrityksen toimintaan syvennyttäessä hyödynnetään oikeustaloustieteellistä näkökulmaa. Tutkielman tutkimuskysymyksenä on selvittää, millaisia eroja pienten suunnittelijoiden ja suurten yritysten oikeudellisessa ja yhteiskunnallisessa asemassa ilmenee kopiointitapauksissa. Keskeisenä havaintona oli, että suuremmat toimijat pystyvät hyödyntämään immateriaalioikeusjärjestelmää tehokkaammin kuin pienemmät suunnittelijat. Pienemmillä tekijöillä ilmeni haasteita oikeuksien täytäntöönpanossa muun muassa psykologisten ja taloudellisten tekijöiden takia. Immateriaalioikeusjärjestelmä voidaan katsoa lainsäädännöllisesti riittäväksi nykyisessä muodossaan. On kuitenkin huomattavissa, että se osaltaan voi jäädä pienelle suunnittelijalle saavuttamattomaksi. Tässä kohdin pohdintaan voisi nousta, että pystyisikö esimerkiksi kilpailuoikeudellisten mekanismien avulla parantaa pienten suunnittelijoiden oikeusasemaa.

Avainsanat: Immateriaalioikeudet, tekijänoikeus, mallioikeus, kopiointi.

Sisällys

Pienten suunnittelijoiden oikeussuoja kopiointitapauksissa	I
Lähteet.....	IV
Lyhenteet.....	VIII
1 Johdanto	1
2 Oikeudelliset suojauskeinot pääpiirteissään.....	4
2.1 Tekijänoikeuden lähtökohdat Suomessa ja EU:ssa.....	4
2.2 Mallioikeuden lähtökohdat Suomessa ja EU:ssa.....	5
3 Kopiointi	8
4 Pienten muotisuunnittelijoiden asema muotimaailmassa.....	11
5 Johtopäätökset	17

Lähteet

Kirjallisuus

Aakko, Maarit – Niinimäki, Kirsi: Fashion designers as entrepreneurs: Challenges and advantages of micro-size companies. *Fashion practise* 10(3), 2018, s. 354–380.

Adler Amy – Fromer, Jeanne C: Taking Intellectual Property into Their Own Hands. *California law review*, 2019–10, Vol.107 (5), s.1455–1530.

Barnard, Malcolm. *Fashion theory: A reader*. 2., painos. Taylor & Francis Group, 2020.

Blaszczyk, Regina Lee - Wubs, Ben (toim.): *The Fashion Forecasters: A Hidden History of Color and Trend Prediction*. Bloomsbury Academic, 2018.

Dahlén, Marianne: Copy or copyright fashion? Swedish design protection law in historical and comparative perspective. *54(1) Business History*. 2012, s. 88–107.

Grant, Robert: Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration. *Organization Science*, 7(4). 1996, s. 375–387.

Haarmann Pirkko-Liisa: *Immateriaalioikeus*. 5., uudistettu painos. Alma talent oy. Helsinki 2014.

Haarmann Pirkko-Liisa – Mansala, Marja-Leena: *Immateriaalioikeuden perusteet*. 2., uudistettu painos. Alma talent oy. Helsinki 2012.

Harenko, Kristiina – Kivistö Martti – Niiranen Valtteri – Tarkela Pekka: *Tekijänoikeus*. 3., uudistettu painos. Alma talent oy. Helsinki 2024.

Hemphill, C. Scott - Suk, Jeannie: The Law, Culture, and Economics of Fashion, *Stanford Law Review* Vol. 61(5). 2009, s. 1147–1199.

Hilton, Brian - Chong Ju Choi - Stephen Chen: “The Ethics of Counterfeiting in the Fashion Industry: Quality, Credence and Profit Issues.”. *Journal of Business Ethics* 55 (4), 2004, s. 345–354.

Hodge Emilia – Heidi Härkönen: Muotioikeus. Edita Lakitieto Oy. 2024.

Härkönen, Heidi: A narrative approach to the standard of originality in EU copyright law: The story of a dress. *IIC - International Review of Intellectual Property and Competition Law*, 56(2), 2025, s. 289–319.

Jankowska, Marlena: *Intellectual Property Rights, Copynorm and the Fashion Industry: A Comparative Analysis*. Taylor & Francis Group. 2024.

Kawamura, Yuniya: *The Japanese revolution in Paris fashion*. Oxford: Berg. 2004.

Letto-Vanamo, Pia: *Johdatus oikeuteen ja oikeudelliseen ajatteluun*. Unigrafia 2020.

Lille, Kirsi: *Tevallako tulevaisuuteen: Selvitys muoti- ja designalan hyödyntämättömistä voimavaroista ja potentiaalista*. Uudenmaan elinkeino-, liikenne ja ympäristökeskuksen julkaisuja, 17/2010.

Monseau, Susanna: *European Design Rights: A Model for the Protection of All Designers from Piracy*. *American business law journal*, 2011, Vol.48 (1), s.27–76.

Noto La Diega, Guido: *Can the law fix the problems of fashion? An empirical study on social norms and power imbalance in the fashion industry*. *Journal of intellectual property law & practice*, 2019, Vol.14 (1), s.18–24.

Palandri Lucrezia: *Fashion as Art: Rights and Remedies in the Age of Social Media, Laws*, 2020.

Raustiala, Kal - Sprigman, Christopher: *The Piracy Paradox Revisited*. *Stanford law review*, Vol.61 (5), 2009/03, s.1201–1225.

Raustiala, Kal - Sprigman, Christopher Jon: *The Knockoff Economy: How Imitation Sparks Innovation*. Oxford University Press. 2012.

Rodwell, Simon - Van Eeckhout Philippe – Reid Alasdair – Walendowski Jacek: *Effects of counterfeiting on EU SMEs and a review of various public and private IPR enforcement initiatives and resources*. Loppuraportti Euroopan unionin elinkeino- ja teollisuuspolitiikan pääosastolle. 2007.

Schalestock, Peter K: Forms of redress for design piracy: How victims can use existing copyright law. *Seattle University Law Review*. 1997.

Sipetas, Spydiron: Authorship and re-equilibration of the dynamics in the fashion industry: can the DSM Directive be the leader of a new regime for designers? *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 19(6), 2024, s. 508–513.

Vyas, Ragi, Slow Fashion: Fast Fashion and Intellectual Property Rights. *Stockholm Intellectual Property Law Review*, 2025, s. 43–52.

Wang, Lisa: The copying of independent fashion designers: Perils and potential remedies in a post –'Star Athletica' world. 2023. Vol.75 (4), s.979–1030.

Zerbo, Julie. PROTECTING FASHION DESIGNS: NOT ONLY "WHAT?" BUT "WHO?" *American University Business Law Review*, 2017–01, Vol.6 (3), s.595–626.

Virallislähteet

Komiteanmietintö KM 1953:5.

Oikeustapaukset

Tuomio 12.7.2005, Schempp, C-403/03, ECLI:EU:C:2005:446.

Tuomio 6.6.2007, Walderdorff v. komissio, T-442/04.

Tuomio 16.7.2009, Infopaq, C-5/08, ECLI:EU:C:2009:465.

Tuomio 1.12.2011, Painer, C-145/10, ECLI:EU:C:2011:798.

Tuomio 13.11.2018, Levola Hengolo, C-310/17, ECLI:EU:C:2018:899

Tuomio 11.6.2020, Brompton, C-833/18, ECLI:EU:C:2020:461.

Tuomio 6.3.2024, Puma v. EUIPO, T-647/22, ECLI:EU: T:2024:147.

Medialähteet

Alexandra, Topping: 'Details I Made, They Made': Designers Hit Back at Shein's Imitation Game, *The Guardian* 2023.

<https://www.theguardian.com/business/2023/sep/02/details-i-made-they-made-designers-hit-back-at-sheins-imitation-game>. (Luettu: 17.11.2025)

Farivar, Cyrus: Fast-Fashion Giant Shein's Rise Built on "Systematic" IP Theft: Lawsuit, Forbes 14.7.2023. <https://www.forbes.com.au/news/innovation/fast-fashion-giant-sheins-rise-built-on-systematic-ip-theft-new-lawsuit-claims/>. Luettu: (17.11.2025)

Härkönen, Heidi, Never stop the madness ja kohta vedetään taas – oikeustieteilijän ja suunnittelijan kriittisiä näkemyksiä designmaailmassa säännöllisesti esiintyvistä "plagiointikohuista". Iprinfo 15.10.2024. <https://iprinfo.fi/artikkeli/never-stop-the-madness-ja-kohta-vedetaan-taas-oikeustieteilijan-ja-suunnittelijan-kriittisia-nakemyksia-designmaailmassa-saannollisesti-esiintyvista-plagiointikohuista/> (Luettu: 18.11.2025)

O'Mahony Paul: US fashion designer makes 'plagiarized' scarf payout. The local 4.3.2008. <https://www.thelocal.se/20080304/10260>. (Luettu: 19.11.2025)

Lyhenteet

Tekijänoikeuslaki 404/1961	TekijäL
Mallioikeuslaki 221/1971	MalliL
PRH	Patentti- ja rekisterihallitus
EUIPO	Euroopan unionin teollisoikeuksien virasto

1 Johdanto

”When everything has been done, sometimes the only possibility left to be different is the idea of the traditional and the conservative” – Miuccia Prada¹

Luovilla aloilla teosten syntymisen on nähty perustuvan usein aiempien ideoiden uudelleentulkintaan ja hyödyntämiseen. Inspiroituminen nähdään osana luovaa työtä.² Inspiroitumisen ja suoran kopioinnin välinen rajanveto on kuitenkin nähtävissä käytännössä ongelmalliseksi. Teknologian kehitys ja internet ovat nousseet keskeiseen rooliin kopioinnissa, sillä ne mahdollistavat kopioiden laajamittaista markkinointia ja jakelua.³ Tämä tutkielma käsittelee pienten muotisuunnittelijoiden oikeussuojaa immateriaalioikeuksien loukkaustapauksissa. Tutkin, kuinka immateriaalioikeudet suojaavat muotisuunnittelijoiden luomuksia, ja minkä vuoksi näiden oikeuksien hyödyntäminen voi olla haastavampaa pienemmille toimijoille kuin suurille yrityksille.

Pienellä muotisuunnittelijalla tarkoitan tässä tutkielmassa henkilöä, jonka taustalla ei ole vaikuttamassa suuria taloudellisia tai organisatorisia rakenteita. Pienten suunnittelijoiden markkinointivalta on pienempää verrattuna suuriin tunnettuihin suunnittelijoihin ja heidän brändeihinsä. Pienillä suunnittelijoilla on rajalliset resurssit vaatteiden tuotantoon ja niiden markkinointiin. Pienet yksityiset suunnittelijat valmistavat vaatteita pieninä erinä eivätkä esimerkiksi massatuotantona. Pienillä suunnittelijoilla on harvoin erillisiä immateriaalioikeusstrategioita eikä heillä myöskään ole keinoja suojata ja valvoa oikeuksiaan samalla tavoin kuin suuremmilla tekijöillä.⁴

Viime vuosina ongelmat ovat olleet korostuneessa asemassa erityisesti niin sanottujen pikamuotiyritysten toiminnassa. Pikamuotiketjut ovat joutuneet kopiointisyytösten kohteiksi esimerkiksi siitä, että he ovat käyttäneet itsenäisten suunnittelijoiden kuoseja tai malleja ilman lupaa.⁵ Kopioidut tuotteet ilmestyvät myyntiin vain murto-osalla alkuperäisten luomusten hinnasta. Ongelmia ilmenee myös pienten suunnittelijoiden ja suurempien yritysten välillä.⁶ Pienten suunnittelijoiden tulee suojata innovatiivisia suunnitelmiaan suurempien brändien

¹ Lainaus julkaistu AnOther A/W03: <https://www.anothermag.com/art-photography/544/miuccia-prada>

² Härkönen 2025, s. 303.

³ Dahlén 2012, s. 89.

⁴ Jankowska 2024, s. 99.

⁵ Ks. 'Details I made, they made' – designers hit back at Shein's imitation game. Guardian 2.9.2023

⁶ Ks. Fast-Fashion Giant Shein's Rise Built on "Systematic" IP Theft. Forbes 14.7.2023.

valta-asemaa vastaan, kun suurilla yrityksillä on mahdollisuus hyödyntää laajaa tuotantokapasiteettiä, globaaleja kanavia ja laajaa markkinointia.

Alkuun on myös erotettava sanat *muoti* ja *trendi* toisistaan. Sosiologisesti tarkasteltuna sana *muoti* on ymmärrettävissä jatkuvana ja toistuvana muutoksen prosessina. *Muoti* ei näin ole yksittäinen ilmiö vaan se liittyy laajempiin kulttuurillisiin ja sosiaalisiin syihin. *Trendi* taas voidaan nähdä muodin tulevaisuuden suuntana tai kehityslinjana, joka ennakoii muodin kehitystä.⁷ *Muoti* on jatkuvaa eikä se niin sanotusti pysähdy. *Muotisykleissä* uudet mallit nousevat suosioon, leviävät ja katoavat lopulta markkinoilta.⁸ *Trendien* jatkuva leviäminen on seurausta muotijärjestelmän sisäisistä prosesseista. *Muotimarkkinat* perustuvat systemaattiseen koordinointiin, jossa esimerkiksi muotinäytöksistä inspiroituneet luomukset saattavat löytyä nopeastikin ketjuliikkeiden myymälöistä.⁹ Onkin argumentoitu kopiointin olevan jotain, mitä muotimaailma tarvitsee. Toisena näkökulmana voidaan kuitenkin tuoda esiin, että suora kopiointi on nähtävissä uhkana alkuperäisille suunnittelijoille. *Kopioiden* nopea leviäminen voi estää suunnittelijan saamasta tunnustusta, rakentamasta brändiä sekä hyötymästä taloudellisesti omasta luomuksestaan.¹⁰

Immateriaalioikeudet edistävät luovuutta ja yksilöllisyyttä sallimalla suunnittelijoiden suojata omia luomuksiaan ja ylläpitää niiden omistusoikeutta. Immateriaalioikeusjärjestelmän hyödyntäminen voi osoittautua haastavaksi erityisesti pienille suunnittelijoille. Ongelmaksi saattaa muodostua esimerkiksi se, että mitä on suojattavissa ja kuinka näitä oikeuksia voidaan valvoa. Tämä ongelma voi liittyä esimerkiksi lain ymmärrettävyyteen.¹¹

Tutkimukseni tarkastelee, miksi immateriaalioikeudet eivät käytännössä suojaa kaikkia muotisuunnittelijoita yhdenvertaisesti ja millaisia rakenteellisia tai prosessuaalisia esteitä tähän liittyy. Tutkimuskysymys on seuraava: Millaisia eroja pienten suunnittelijoiden ja suurten yritysten oikeudellisessa ja yhteiskunnallisessa asemassa ilmenee kopiointitapauksissa? Selvitän, mitä nämä mahdolliset tekijät ovat taustalla estämässä pieniä suunnittelijoita oikeuksiensa täytäntöönpanossa. Tutkimuksessa ei syvennyttä sen tarkemmin esimerkiksi tavaramerkkeihin kuin on johtopäätösten tueksi tarpeellista.

⁷ Wubs - Blaszczyk 2018, s. 4.

⁸ Raustiala - Sprigman 2012, s. 41

⁹ Wubs - Blaszczyk 2018, s. 1–3

¹⁰ Vyas 2024, s. 51

¹¹ Vyas 2024, s. 50

Tutkimusmetodini on monitieteinen. Hyödynnän tutkimuksessa lainoppia, sillä keskityn työssä tulkitsemaan voimassa olevan immateriaalioikeus lainsäädännön sisältöä.¹² Lisäksi hyödynnän muotitutkimusta syventyessäni muotimaailman sisäiseen järjestelmään. Hyödynnän tutkielmassa lisäksi oikeustaloustieteellistä näkökulmaa, jonka avulla pystyn tuomaan esille pienten suunnittelijoiden aseman isompiin tekijöihin verraten.

Tutkielmani koostuu viidestä pääluvusta. Ensiksi esittelen tekijänoikeuden ja mallisuojan lainsäädännölliset pääpiirteet. Luvussa kolme siirrytään tarkastelemaan sanaa kopiointi. Tässä luvussa kerrotaan, mitä kopioinnilla tarkoitetaan ja miten se näyttäytyy tekijänoikeudessa ja mallisuojaissa. Luvussa neljä selvitan, millainen asema pienillä suunnittelijoilla on muotimaailmassa. Tässä luvussa teen erottelua pienten ja suurempien toimijoiden välillä. Luvussa viisi esittelen tutkielmassa esiin tulleet johtopäätökset.

¹² Letto-Vanamo 2020, s.8.

2 Oikeudelliset suojauskeinot pääpiirteissään

Käyttötaitetta eli muotia voidaan suojata eri menetelmin. Näitä suojauskeinoja ovat muun muassa tekijänoikeus ja mallioikeus. Näillä suojausmuodoilla on omat tavoitteensa, ja niiden soveltuvuus vaatii aina tapauskohtaista harkintaa.

2.1 Tekijänoikeuden lähtökohdat Suomessa ja EU:ssa

Maailmassa on olemassa kaksi tekijänoikeusjärjestelmän päälinjaa: author's right- ja copyright -traditiot. Ensimmäisenä mainittuun kuuluu mannermainen Eurooppa ja jälkimmäiseen common law -maat. Author's right- järjestelmät korostavat tekijän asemaa. Common law- maissa teosten vapaa hyödyntäminen nähdään yhteiskunnan etuna.¹³ Tämän takia esimerkiksi muotiluomusten tekijänoikeudellinen asema on Yhdysvalloissa heikompi kuin Euroopassa.

Tekijänoikeutta sääntelee Suomessa tekijänoikeuslaki (myöh. tekijäL). Keskeisin tekijänoikeutta koskeva kansainvälinen sopimus on Bernin yleissopimus. Tekijänoikeus on aineeton oikeus, joka antaa luovan työn tekijälle yksinoikeuden päättää teoksensa käytöstä. (TekijäL 2§) Tekijänoikeus ei vaadi rekisteröintiä vaan se syntyy teoksen luomishetkellä. Tekijänoikeus on voimassa 70 vuotta tekijän kuolemasta. (TekijäL 43§) Jotta teos voi olla tekijänoikeudella suojattu, sen on oltava omaperäinen ja tunnistettavissa tarkasti ja objektiivisesti.¹⁴

Omaperäisyys tarkoittaa sitä, että teos on tekijänsä henkinen luomus.¹⁵ Tekijän tulee ilmaista omia kykyjään tekemällä vapaita luovia ratkaisuja. Näitä luovia ratkaisuja voi tehdä monin eri tavoin luomisprosessin eri vaiheissa.¹⁶ Omaperäisyys on subjektiivinen kriteeri eli siinä tarkastellaan vain tekijän ja hänen teoksen välistä suhdetta.¹⁷ Muotiluomuksissa käyttötarkoitus voi supistaa mahdollisuuksia tehdä itsenäisiä ja omaperäisiä valintoja.¹⁸ Omaperäisyys voi kuitenkin konkretisoidua esimerkiksi siten, että tekijä yhdistelee itsessään tavanomaisia elementtejä luovalla ja persoonallisella tavalla.¹⁹ Näin ei-omaperäisistä

¹³ Hodge – Härkönen 2024, s. 122.

¹⁴ C-310/17, Levola Hengelo, kohta 56.

¹⁵ C-5/08 Infopaq

¹⁶ Painer, C-145/10, kohdat 89–90.

¹⁷ Hodge – Härkönen 2024, s. 132

¹⁸ Haarmann 2014, s. 58.

¹⁹ C-406/10 SAS, kohta 67.

elementeistä koostuva yhdistelmä voi siten saada tekijänoikeuden tarjoamaa suojaa. Pelkästään teoksen käyttötarkoitus ei myöskään estä saamista tekijänoikeussuojaa.²⁰ Omaperäisyyskriteerin arviointi voi olla haastavaa, ja se vaatii olosuhteiden kannalta kaikkien relevanttien seikkojen arviointia. Näyttönä omaperäisyydestä tai itsenäisestä luomisprosessista voi esimerkiksi olla luonnokset, hahmotelmat tai muut dokumentoidut luomistyön vaiheet. Teoksen laadulla tai taiteellisella arvolla ei ole painoarvoa omaperäisyyden arvioinnissa.²¹

Tekijänoikeuden tarjoamat yksinoikeudet jaotellaan taloudellisiin ja moraalisiin oikeuksiin. (TekijäL 2§ ja 3§) Taloudelliset oikeudet suojaavat tekijän teoksista mahdollisesti saamaa taloudellista hyötyä. Lisäksi ne estävät muita kaupallisesti hyväksikäyttämästä tekijän teosta ilman hänen suostumustaan. Taloudellisten oikeuksien tarkoituksena onkin varmistaa se, että tekijä saa ansaitun korvauksen tehdystä työstään. Suunnittelija voi itse määrittellä kuka saa valmistaa, myydä, monistaa tai muuten käyttää teosta. Moraaliset oikeudet taas suojaavat persoonaa ja ei-rahallisia intressejä. Moraaliset oikeudet kuitenkin kytkeytyvät taloudelliseen näkökulmaan. Kun suunnittelijan nimi yhdistetään luomuksiin, voi hänen näkyvyytensä kasvaa alalla. Näkyvyydestä saattaa ajan kuluessa tulla taloudellista hyötyä.²² Taloudellisten ja moraalisten oikeuksien keskeinen ero on siinä, että taloudelliset oikeudet ovat lähtökohtaisesti vapaasti siirrettävissä, kun taas moraaliset oikeudet kuuluvat yksinomaan tekijälle itselleen.²³ Moraaliset oikeudet suojaavat tekijän henkilökohtaista suhdetta teokseen. Moraalisiin oikeuksiin kuuluu esimerkiksi oikeus tulla nimetyksi teoksensa tekijänä.²⁴

2.2 Mallioikeuden lähtökohdat Suomessa ja EU:ssa

Mallioikeuslainsäädännön tarkoituksena on edistää uudenlaisten muotoiluratkaisujen syntymistä. Sen tavoitteena on myös turvata niiden toimijoiden asemaa, jotka investoivat suunnittelun lopputuloksiin. Mallioikeuden avulla tuotteen ulkoasusta pyritään tekemään kilpailuetu ja markkinointiväline.²⁵ Mallioikeus tarjoaa tehokkaan suojakeinon tuotteille, jotka eivät täytä tekijänoikeuden edellyttämää omaperäisyyskriteeriä, mutta sisältävät innovatiivisia piirteitä ja ovat siten suojan arvoisia. Mallioikeutta voidaan hyödyntää rinnakkain

²⁰ C-833/18, Brompton

²¹ Hodge – Härkönen 2024, s. 133.

²² Hodge – Härkönen 2024, s. 139.

²³ Hodge – Härkönen 2024, s. 140.

²⁴ Harenko, Kivistö, Niiranen & Tarkela 2024, s. 2.

²⁵ Haarmann - Mansala 2012, s. 79.

tekijänoikeuden tai esimerkiksi tavaramerkkisuojan kanssa. Toisin kuin tekijänoikeus mallioikeus on kiinnostunut ainoastaan luomuksen ja sen yleisön välisestä suhteesta.²⁶

Mallioikeutta säätelee Suomessa mallioikeuslaki (myöh. malliL) ja EU-mallioikeusasetus. Rekisteröity malli antaa haltijalleen laajan yksinoikeuden, joka estää muun muassa muiden valmistamasta, myymästä, markkinoille tuomasta tai käyttämästä mallia ilman lupaa. (Mallioikeusasetus 19 artiklan 1 kohta).

Mallilla tarkoitetaan tuotteen tai sen osan ulkomuotoa, joka ilmenee tuotteen piirteistä, kuten esimerkiksi linjoista, väreistä, muodosta tai materiaaleista. (EU:n mallioikeusasetus, 3 artiklan 1 kohta) Muotiluomuksessa tämä voi tarkoittaa esimerkiksi leikkausta tai kankaan printtiä. Mallioikeudella suojattu malli voi perustua esimerkiksi esteettisiin ratkaisuihin tai käytännöllisyyden määrittämään muotoiluun.²⁷

Malli voi olla rekisteröity tai rekisteröimätön. Rekisteröimättömän mallin etuna on se, että se on suunnittelijan hyödynnettävissä, jos hän ei halua tai pysty investoimaan rekisteröintiin.²⁸ Rekisteröity malli antaa haltijalleen yksinoikeuden käyttää mallia ja estää muita hyödyntämästä sitä ilman lupaa. Tämä kattaa erityisesti tuotteen valmistamisen, myynnin, markkinoille tuomisen, maahantuonnin, maastaviennin, käytön sekä varastoinnin näitä tarkoituksia varten (mallioikeusasetus 19 artiklan 1 kohta). Rekisteröimätön malli antaa oikeuden kieltää samoja toimia vain, jos kiistanalainen käyttö perustuu mallin jäljentämiseen. (mallioikeusasetus, 19 artiklan 2 kohta).

Rekisteröidyn mallin suoja alkaa rekisteröinnistä ja kestää viisi vuotta hakemuksen tekemisestä. Suoja voidaan uusida neljä kertaa, jolloin suojan kesto voi olla kokonaisuudessaan 25 vuotta. (Mallioikeusasetus 12 artikla). Mallioikeuden voi rekisteröidä joko kansallisesti Suomessa (PRH) tai EU-mallina EUIPO:lle. Rekisteröimättömällä yhteisömallilla on suoja-aika kolmen vuoden ajan siitä päivästä, jolloin malli on ensimmäisen kerran tullut tunnetuksi yhteisössä. Malli katsotaan tulleen julkiseksi, mikäli se on ”julkaistu, asetettu näytteille, käytetty liiketoiminnassa tai muuten julkistettu siten, että se on voinut kohtuudella tulla alan toimijoiden tietoon tavanomaisen liiketoiminnan yhteydessä”. (Mallioikeusasetus, 11 artiklan

²⁶ Härkönen 2025, s. 307.

²⁷ Hodge – Härkönen 2024, s. 214

²⁸ Hodge – Härkönen 2024, s. 218

1–2 kohdat). Rekisteröimätöntä mallia ei voida enää rekisteröidä, jos sen julkiseksi tulemisesta on kulunut yli 12 kuukautta. Rekisteröimätöntä mallioikeutta ei voida uudistaa.

Mallin tulee olla luonteeltaan uusi ja yksilöllinen. Rekisteröity malli katsotaan uudeksi, jos samanlaista mallia ei ole ollut yleisön saatavilla ennen rekisteröintihakemuksen jättämispäivää tai etuoikeustapauksissa ennen etuoikeuspäivää. (Mallioikeusasetus, 5 artiklan 1 kohdan a ja b alakohta) Asetuksessa kuitenkin annetaan 12 kuukauden mittainen uutuuden suoja-aika. Tämän ajan aikana suunnittelija voi julkaista mallin ilman, että sen uutuus menetetään.

Rekisteröimätön malli on uusi, jos samankaltaista mallia ei ole tullut tunnetuksi ennen päivää, jolloin kyseinen malli on ensimmäisen kerran julkistettu. (Mallioikeusasetus 5 artikla 1a kohta) Uutuuden arvioinnissa kiinnitetään huomiota kokonaisvaikutelmaan. Uutuuden arvioinnissa ei ole merkitystä sillä, onko mallin julkistaminen tapahtunut tahallisesti vai vahingossa. Esimerkiksi tapauksessa T-647/22 Puma v. EUIPO katsottiin, että laajan yleisön saanut Instagram-julkaisu täytti aiemman julkistuksen kriteerin. Uutuuden voi estää sekä hakijan itse julkaisemat mallit että kilpailijoiden mallit²⁹.

Mallia pidetään luonteeltaan yksilöllisenä, jos asiantuntevan käyttäjän siitä saama yleisvaikutelma poikkeaa muiden, jo tunnetuksi tulleiden mallien yleisvaikutelmasta. Uutuuden arviointiin rinnastettavasti tämä tarkoittaa, että rekisteröimättömien mallien osalta vertailu kohdistuu ennen suojattavan mallin ensimmäistä julkistamispäivää, ja rekisteröityjen yhteisömallien osalta ennen rekisteröintihakemuksen tekemispäivää tai etuoikeustapauksissa ennen etuoikeuspäivää (Mallioikeusasetus 6 artiklan 1 kohdan a ja b alakohta). Yksilöllisyyden arvioinnissa on otettava huomioon, kuinka paljon luojalla on ollut vapautta mallin kehittämisessä. (Mallioikeusasetus 6 artiklan 2 kohta).

²⁹ Hodge – Härkönen 2024, s. 221.

3 Kopiointi

Ennen kuin voidaan puhua tarkemmin pienten muotisuunnittelijoiden asemasta kopiointitapauksissa, on hyvä selvittää, mitä kopiointilla varsinaisesti edes tarkoitetaan. Suunnittelijoiden tunneperäinen suhde omaan luomukseen saattaa altistaa heidät tulkitsemaan samankaltaisuuksia kopiointina myös tilanteissa, joissa oikeudelliset edellytykset eivät loukkaukselle täyty. Tällöin käsitys kopiointista voi sekoittua subjektiiviseen kokemukseen. Julkisesti esitetyt plagiointisyytökset ilman oikeudellista perustaa voivat aiheuttaa suhteettomia seurauksia yksittäisille suunnittelijoille.³⁰ Nykypäivänä ei ole harvinaista turvautua sosiaaliseen mediaan. On ollut nähtävissä, että ”itseapu” tarjoaa nopeamman ja edullisemmän tavan oikeudenloukkaustilanteisiin. Saavutettavuus sosiaalisessa mediassa on laajempaa, mutta tämä ei kuitenkaan tarjoa oikeudellisia turvamekanismeja eikä huomioi lainsäädännön tasapainottavaa roolia. Itseapu saattaa mahdollistaa ”häpäisyn” rikkojalle, mutta kopiointisyytösten esittäminen sosiaalisessa mediassa ei ole riskitöntä.³¹ Julkinen syyttely näin ollen voi myös kääntyä itseään vastaan, jos tulee ilmi, ettei oikeudenloukkaus juridisesti arvioiden ole käsillä.

Muotisuunnittelussa kopiointi voi ilmentyä eri tavoin ja sen oikeudellinen arviointi riippuu kopiointin laajuudesta ja luonteesta. Rärkeimmillään suorassa kopiointissa toiselta suunnittelijalta otetaan identtinen tuote. Osittainen kopiointi tarkoittaa yksittäisten elementtien tai yksityiskohtien lainaamista (kuten leikkaus tai koristelu). Varsinainen kopiointi on nähtävissä suoraviivaisena tekemisenä, jossa alkuperäistä teosta pyritään jäljittelemään. Kopioija ei käytä näin ollen lainkaan omaa luovaa panostaan.³² Esimerkiksi trendeihin osallistuminen on hyväksyttävää. Inspiraation hyödyntäminen voidaan nähdä osana luovaa työtä.³³ Inspiroitumisen voi nähdä nostavan alkuperäisen työn merkitystä: se voi nostaa alkuperäisen suunnittelijan asemaa trendin luoja. Tarkat kopiot voivat kuitenkin johtaa alkuperäisen työn korvaamiseen ja vähentää sen arvoa.³⁴ TekijäL:n esitöissä onkin linjattu, että taiteellinen luomistyö saa yleensä vaikutteita samalla alalla tapahtuneesta

³⁰ Ks. Never stop the madness ja kohta vedetään taas – oikeustieteilijän ja suunnittelijan kriittisiä näkemyksiä designmaailmassa säännöllisesti esiintyvistä ”plagiointikohuista” Iprinfo 15.10.2024.

³¹ Adler – Fromer 2019, s. 1459

³² Monseau 2011, s.41

³³ Härkönen 2025, s. 303

³⁴ Hemphill & Suk 2009, s. 1159–1160

vanhemmasta tuotannosta. Myöhemmät taitelijat käyttävätkin hyväkseen olemassa olevia tyylipiirteitä, aatteita ja taiteellisia vaikutteita.³⁵

Huomionarvoista onkin muotialalla itse työskentelevien henkilöiden suhtautuminen kopioimiseen. Muotiyritykset saattavat ryhtyä merkittäviin toimiin suojatakseen tavaramerkkiään, mutta suunnittelujen kopioiminen saatetaan hiljaisesti hyväksyä.³⁶ Kopiointia voidaan pitää alalla melkeinpä vakiintuneena käytäntönä. Tämä voi johtua siitä, että johdannaisten ja alkuperäisten teosten erottaminen voi olla haastavaa, minkä takia voi olla vaikeaa määritellä, millainen luomus on edes suojattavissa.³⁷ Kopioijat saattavat toimia valikoivasti välttääkseen mahdolliset seuraukset, ja kohteeksi voivat joutua esimerkiksi sellaiset luomukset, jotka ovat teknisesti ja juridisesti helposti kopioitavissa.³⁸

Jotta kopiointi voi tulla kyseeseen tekijänoikeudella suojatussa teoksessa, teoksen on saatava ensinnäkin tekijänoikeuden tarjoamaa suojaa. Kopiointi voi kohdistua itse luomukseen tai sen yksittäiseen osaan. Loukkauksen arviointia voidaankin pitää vaativana. Tekijänoikeuden arvioinnissa väitettyä kopiota ei verrata muihin teoksiin vaan siinä keskitytään tekijän suhteeseen teokseensa.³⁹

Tekijänoikeudessa ei ole aikaprioriteettia eli henkilö ei voi argumentoida väitettyä kopioijaa vastaan sillä, että hän olisi tehnyt teoksen aiemmin. Tekijänoikeudessa riittää, että se on tekijälleen uusi. Tekijänoikeudessa myös kaksoisluomus tilanne on mahdollinen. Tässä siis kaksi suunnittelijaa voivat toisista tietämättään päätyä identtiseen lopputulokseen, ja nämä molemmat teokset voivat saada itsenäisesti tekijänoikeussuojaa. Jos suunnittelijan luomus muistuttaa kahden eri tekijän teoksia, tekijänoikeuden loukkaus syntyy vain sen luomuksen osalta, jota on suoraan kopioitu.⁴⁰

Kopiointi ei ole tiedostamatonta toimintaa eikä se näin ollen voi tapahtua vahingossa. Myös tiedostamaton tekijänoikeuden loukkaus voidaan katsoa mahdolliseksi. Loukkauksen toteaminen edellyttää tällöin näyttöä siitä, että kopioijalla on ollut tosiasiallinen mahdollisuus tutustua kopioiduksi väitettyyn teokseen esimerkiksi näkemisen kautta. Tämänkaltaisen

³⁵ Komiteamietintö 1953:5 s. 50.

³⁶ Hilton - Choi - Chen 2004, s. 345

³⁷ Monseau 2011, s. 35

³⁸ Hemphill & Suk 2009, s. 1175–1176

³⁹ Hodge – Härkönen 2024, s. 165

⁴⁰ Hodge – Härkönen s. 166

näytön antaminen ei kuitenkaan ole yksiselitteistä.⁴¹ Tekijänoikeuden yhdeksi haasteeksi voikin osoittautua pienen suunnittelijan kannalta sen täytäntöönpano. Vaikkakin tekijänoikeus ei edellytä rekisteröintiä, sen täytäntöönpanon kustannukset voivat nousta suurestikin, kun suunnittelijan itse tulee hankkia näyttöä väitetyn loukkauksen tueksi.⁴²

Malleja taas pidetään samanlaisina, jos niiden piirteet eroavat vain epäolennaisilta yksityiskohdiltaan (Mallioikeusasetus 5 artiklan 2 kohta). Kysymys on kokonaisvaikutelman saamisesta. Rekisteröidyn mallin loukkaustilanteessa kopioituksi väitettyä mallia verrataan rekisterissä olevaan kuvaan. Rekisteröimättömien mallien ollessa kyseessä vertaillaan kopioituksi väitettyä mallia rekisteröimättömään malliin, joka on saatettu julki.⁴³ Satunnainen samankaltaisuus aiemmin julkiseksi tulleeseen rekisteröimättömään malliin ei ole kiellettyä. Kiistanalaista käyttöä ei kuitenkaan pidetä jäljentämisenä, jos se on tulosta itsenäisestä luovasta työstä, jonka tekijä ei voinut kohtuudella tietää olevan suojatun mallin kopio. (Malliasetus 19 artiklan 2 kohta).

Esimerkiksi tapauksessa *Edwards v. Boohoo* walesilainen suunnittelija Sonia Edwards väitti, että hänen rekisteröimättömiä mallejaan oli kopioitu. Tapauksessa kanne ei menestynyt, koska kopioinnin mahdollisuus oli katsottu erittäin rajalliseksi sen vuoksi, että Sonian näkyvyys sosiaalisessa mediassa oli alhaista. Nouseville suunnittelijoille omistajuuden vaatiminen ja tunnustuksen saaminen ei näin ollen ole aina yksinkertaista.

Tyypillisesti mahdolliset riita-asiat selvitetään osapuolten välillä ilman tuomioistuinta. Suomessa markkinaoikeus toimii ensimmäisenä asteena teollis- ja tekijänoikeudellisissa riita-asioissa. Markkinaoikeudella ei kuitenkaan ole toimivaltaa immateriaalioikeuksiin liittyvissä rikosasioissa, jotka käsitellään Helsingin käräjäoikeudessa. EU:ssa ei ole säädetty erikseen vahingonkorvausvastuusta tekijänoikeuden tai EU:ssa rekisteröityjen immateriaalioikeuksien loukkauksissa vaan se on katsottu kansallisen lainsäädännön määriteltäväksi. EU:n Enforcement-direktiivin mukaan jäsenvaltioiden tulee kuitenkin varmistaa, että toimivaltaiset viranomaiset voivat määrätä loukkaajan maksamaan oikeudenhaltijalla vahingonkorvausta. Direktiivi myös määrittelee, että oikeudenkäyntikulut tulee pääsääntöisesti hävinneen osapuolen maksettaviksi, jollei se ole kohtuutonta.

⁴¹ Hodge – Härkönen 2024, s. 167.

⁴² Vyas 2025, s. 48.

⁴³ Hodge – Härkönen 2024, s. 241.

4 Pienten muotisuunnittelijoiden asema muotimaailmassa

On selkeää, että pienemmillä toimijoilla ei välttämättä ole samanlaisia sosiaalisia tai taloudellisia resursseja kuin suuremmilla toimijoilla. Lisäksi immateriaalioikeudellisen suojan laji voi vaikuttaa ratkaisevasti siihen, minkä tasoista suojaa voi tilanteeseen saada: suuret brändit voivat esimerkiksi hyödyntää tavaramerkkilainsäädäntöä suojatakseen tavaramerkkiään. Alan uusille ja pienille tekijöille ei välttämättä ole samalla tavalla selvää, minkälaista suojaa on oikeudellisesti tarjolla. Lisäksi muotialan käytännön toiminta ei määräydy aina pelkästään lakien mukaisesti, vaan ympäristössä erottautuu sosiaalinen valta.⁴⁴

On esitetty, että muotialan valta-asemat rakentuvat pitkälti epävirallisten sosiaalisten normien varaan. Muodin suljettuna pidetty ja henkilökohtaisiin verkostoihin rakentuva kulttuuri ylläpitää järjestelmää, jossa esimerkiksi pienten toimijoiden sopimusoikeudellinen asema heikentyy. Uudet tekijät eivät välttämättä uskalla kyseenalaistaa tehtyjä sopimuksia ja niiden vaikutuksia. Oikeudelliset mekanismit, kuten esimerkiksi nämä sopimukset, eivät välttämättä yksin riitä tasapainottamaan valtasuhteita, kun alan sisäinen kulttuuri rajoittaa niiden toteutumista.⁴⁵ Suuremmat yritykset voivat määritellä sopimusehdot itselleen tuottolisemmiksi. Maine ja tunnettavuus ovat tunnistettavissa keskeisiksi tekijöiksi menestyksen kannalta. Alan sisäisten normien voidaan nähdä vaikuttavan päätöksentekoon melkein yhtä voimakkaasti kuin oikeudellisten sääntöjen.⁴⁶ Tällöin pieniä toimijaa voi niin sanotusti sosiaalisen edestä suostua tehtyihin sopimuksiin, jotta hänen maineensa ei alalla vahingoitu.

Yhteisön epävirallisten sääntöjen lisäksi suunnittelijoiden käyttäytymistä esimerkiksi myös *psykologiset tekijät ja polkuriippuvuus*. *Psykologiset tekijät* yksinkertaisuudessaan viittaavat juuri yksilöiden taipumukseen välttää konflikteja. Oikeudellisiin toimiin ryhtyminen voidaan kokea sosiaalisesti leimaavaksi. *Polkuriippuvuudella* taas tarkoitetaan sitä, että vanhat toimintatavat ohjaavat nykyistä ja tulevaa käyttäytymistä. Lain tarjoamat keinot eivät jää käyttämättä siksi, etteikö ne olisi saatavilla. Tilanne konkretisoituu siten, että poikkeaminen vakiintuneesta toimintamallista voidaan kokea jopa haitalliseksi.⁴⁷ Pieni suunnittelija voi joutua sosiaalisen paineen vuoksi harkitsemaan, onko esimerkiksi nostetulla kanteella

⁴⁴ Dahlen 2012, s. 91–92.

⁴⁵ Noto La Diega 2019, s. 20–21.

⁴⁶ Palandri 2020, s. 15–16.

⁴⁷ Noto La Diega 2019, s.22.

vaikutusta omaan maineeseen ja näin omaan sosiaaliseen asemaan verkostossa. Esimerkiksi vuonna 2008 Marc Jacobsia syytettiin ruotsalaisen suunnittelijan Gösta Olofssonin luoman huivin plagioinnista. Olofsson oli luonut huivin 1950-luvulla. Olofssonin huivissa oli kankaaseen kuvattuna esimerkiksi kaksi karhua ja vaakuna, jotka olivat Pohjois-Ruotsissa sijaitsevan maakunnan symboleja. Huiveissa oli nähtävissä eroavaisuutena vain niissä olevat tekstit: Olofssonin versiossa luki ”Linsell”, joka on ruotsalainen kylä. Jacobsin versiossa tämän kohdalla luki ”Marc Jacobs since 1934”. Asia ratkaistiin sovinnolla, jossa Jacobs maksoi Olofssonin pojalle rahallisen korvauksen.⁴⁸ Pienemmät tekijät saattavatkin sopeutua tarjottuihin sovintoihin ymmärtämättä sen tarkemmin, mitä oikeudellisia mahdollisuuksia heillä todellisuudessa olisi.

Menestyksen kannalta keskeiseksi tekijöiksi voidaan nimetä myös suunnittelu ja markkinointi maineen lisäksi. Nämä osa-alueet yhdessä mahdollistavat kilpailuetua nopeasti muuttuvilla markkinoilla. Suuremmat yritykset hyödyntävät laajoja yritysverkostoja niin alihankkijoiden kuin valmistajien kanssa.⁴⁹ Kilpailuedun syntyminen ei perustu pelkästään yksittäiseen tietoon vaan siihen, miten yritys kykenee hyödyntämään erilaista osaamista kokonaisvaltaisesti.⁵⁰ Jos muotibrändi haluaa menestyä liiketoimintana eikä pelkästään esimerkiksi taiteellisena projektina, sen on varmistettava vakaus useilla eri osa-alueilla. Näitä osa-alueita ovat esimerkiksi talouden hallinta, liiketoiminnan johtaminen, tuotteen laatu sekä brändin imago. Näiden osa-alueiden avulla muotibrändi kykenee täyttämään muun muassa kuluttajien ja median odotukset.⁵¹

Tähän menestykseen liittyy myös erottautuminen muista joko brändin tai tuotteen avulla.⁵² Muotituotteiden menestys perustuukin osaltaan siihen, että ne tuottavat lisäarvoa kuluttajille ja herättävät tunteita. Uusien erilaisten tuotteiden avulla pyritään koskettamaan ihmisten mielikuvia, rakentamaan vahvaa brändiä sekä tavoittamaan laajemmin ihmisiä.⁵³ Muotialalla brändiä kasvattavan on saatava tietty jalansija yhteisössä sekä herättää kuluttajien kiinnostus.⁵⁴

⁴⁸ US fashion designer makes 'plagiarized' scarf payout. TheLocal 4.3.2008.

⁴⁹ Grant 1996, s. 377.

⁵⁰ Grant 1996, s. 380.

⁵¹ Aakko & Niinimäki 2018, s. 364.

⁵² Lille 2010, s. 10.

⁵³ Lille 2010, s. 11.

⁵⁴ Aakko & Niinimäki 2018, s. 365.

Pienille suunnittelijoille voi nousta haasteeksi identiteetin rakentaminen markkinoilla, kun markkinoille päätyneet kopiot heikentävät alkuperäisen luomuksen eksklusiivisuutta. Kopiot eivät ainoastaan vähennä potentiaalista myyntituloa vaan voivat vaikuttaa myös brändin heikentymiseen. Alan suurena haasteena voidaan tulevaisuudessa nähdä esimerkiksi erottautuminen tarjonnasta, kun kopiot ovat ehtineet levitä ennen alkuperäistä tuotetta.⁵⁵ Immateriaalioikeudellinen suoja on myös heikentynyt sen myötä, että alkuperäisen luomuksen julkaisemisen ja sen kopioimisen välinen aikaero on kadonnut lähes kokonaan. Jos kopiointi alkaa vaikuttamaan jo varhaiseen myyntiin, on nähtävissä, että uusien luomuksien kehittäminen ei välttämättä näissä tilanteissa ole taloudellisesti kestävä. Erityisen haavoittuvassa asemassa ovat pienet suunnittelijat, joiden liiketoiminta perustuu ennen kaikkea heidän omaan luovaan panokseensa eikä laajoihin markkinointiresursseihin.⁵⁶ Luova työ jo itsessään voi olla kuluera pienelle suunnittelijalle. Kopioijat hyötyvätkin taloudellisesti alkuperäisen suunnittelijan tekemästä työstä.

Muotialan ainut kannustin ei ole taloudelliset tekijät. Esimerkiksi moraalisten oikeuksien laiminlyönnit voivat vaikuttaa merkittävästi suunnittelijoiden asemaan ja saamaan tunnustukseen. Kun tekijä saa ansaitsemaansa tunnustusta ja hänen nimensä liitetään teoksiin, se vahvistaa väistämättä suunnittelijan näkyvyyttä. Tämä voikin tuottaa taloudellista hyötyä parempien työmahdollisuuksien ja vahvemman neuvotteluaseman kautta.⁵⁷ Muotimaailmassa moraaliset oikeudet voivat jäädä usein tunnustamatta. Näitä oikeuksia saatetaan kohdistaa brändin ”tähtisuunnittelijaan” tai ne eivät toteudu laisinkaan.⁵⁸ Muodin keskeinen arvo ei perustukaan pelkästään luomusten materiaaliseen olemukseen. Tekijälleen ne saattavat merkitä paljon enemmän. Ne ilmentävät tekijän älyllistä ja symbolista tuotantoa, eikä itse fyysinen malli välttämättä liity suoraan suojan tarpeeseen.⁵⁹ Tämä tarkoittaakin, että pienelle suunnittelijalle kopiointi ei ole vain pelkän fyysisen muodon varastamista vaan kopioinnin vaikutus yltää myös henkiseen puoleen. Moraaliset oikeudet takaavat, että esimerkiksi työtä ei muunnella tavalla, joka voi loukata tekijää. Voidaan kuvitella tilanne, jossa suunnittelijalle itselleen esimerkiksi ympäristöystävällisyys ja kestävä kehitys ovat tärkeitä arvoja. Hänen mallistonsa silloin viestii kuluttajille vahvasti eettisyydestä. Suuri pikamuotiyritys kopioi tämän malliston käyttämällä halvempia materiaaleja massatuotantona ilman kestävyys -

⁵⁵ Lille 2010, s. 17

⁵⁶ Schalestock 1997, s. 115.

⁵⁷ Hodge – Härkönen 2024, s. 140.

⁵⁸ Sipetas 2024, s. 510.

⁵⁹ Kawamura 2004, s. 11.

näkökulmaa. Tämänkaltaisessa tilanteessa alkuperäisen luomuksen ja kopioiden välinen ero voivat hämärtyä. Kuluttajat voivat nähdä samanlaisia tuotteita ketjuliikkeissä, eivätkä he välttämättä yhdistä tuotetta alkuperäisen suunnittelijan tarkoittamaan kestävyuteen.

On esitetty, että immateriaalioikeus lainsäädännön vahvistaminen ei välttämättä lisäisi luovan työn suojaa pienille suunnittelijoille. On argumentoitu, että se pikemminkin saattaisi siirtää kilpailuedun suoraan suurille yrityksille, jotka kykenevät paremmin hyödyntämään oikeudellisia resursseja hyväkseen.⁶⁰ Immateriaalioikeuksien arvo suunnittelijoille voidaan nähdä riippuvan niiden saavutettavuudesta, kohtuuhintaisuudesta ja tehokkuudesta. Itsenäiset suunnittelijat voivat kokea, että immateriaalioikeuksien hakeminen ja valvominen ei ole taloudellisesti tai ajallisesti kannattavaa. Vaikkakin tekijänoikeus ja rekisteröimätön mallisuoja ovat voimassa ilman taloudellista investointia, tekijät voivat kokea erityisesti niiden täytäntöönpanon kuormittavaksi.⁶¹ Rekisteröidyn mallioikeus ja esimerkiksi tavaramerkki vaativat etukäteisen sijoituksen ja strategisen ajoituksen.⁶² Suuremmat toimijat pystyvät paremmin kattamaan myös toimeenpanon kustannukset. Suurilla yrityksillä on tutkitusti enemmän kokemusta kopiointi tapauksista, jolloin he tiedostavat eri tavalla oikeuksien rekisteröinnin merkityksen. Jotkut pienemmät yritykset saattavat nähdä immateriaaliloukkauksien ehkäisyn enemmän kustannuksena kuin investointina, koska alalla on esimerkiksi vaikea ennustaa, menestyykö tietty tuote.⁶³ Tällöin esimerkiksi rekisteröinti saattaa jäädä tekemättä. Pienet yritykset eivät myöskään pysty resurssien kannalta ennakoimaan mahdollisia oikeudenloukkauksia tai täytäntöön panna rikkomuksia. Tällöin eteen nousut oikeudenloukkaustapaus voi olla taloudelliselta näkökulmaltaan yllättävä. Näissä olosuhteissa pienemmät toimijat joutuvat usein turvautumaan vaihtoehtoisiiin strategioihin, kuten jatkuvaan, asteittaiseen innovointiin tai riskin tietoiseen hyväksymiseen, koska perinteiset oikeudelliset keinot ovat niille liian kalliita, hitaita tai epävarmoja.⁶⁴

Tämän lisäksi pienillä yrityksillä saattaa olla puutteita oikeudellisen tuen ja immateriaalioikeustuntemuksen saatavuudessa. Näiden osatekijöiden katsotaan korreloivan yrityksen koon ja liikevaihdon kanssa.⁶⁵ Mahdollinen seuraus immateriaalioikeuksien tiukentamisessa olisi, että immateriaalioikeusvaatimuksia käytettäisiin pieniä suunnittelijoita

⁶⁰ Raustiala, Sprigman 2009, s. 1221.

⁶¹ Vyas 2024, s. 51.

⁶² Vyas 2024, s. 51.

⁶³ Jankowska 2024, s. 69.

⁶⁴ Rodwell – Van Eckhout – Reid ym. 2007, s. 14.

⁶⁵ Vyas 2024, s. 52.

vastaa. Itsenäiset suunnittelijat voisivat useammin haastaa toisiaan oikeuteen väitetystä kopioinnista. Entistä tiukempi oikeussuoja voisi madaltaa kynnystä tulkita toisen suunnittelijan luomus oikeutta loukkaavaksi. Käytännössä kuitenkin tällaisten kanteiden yleistyminen näyttyy epätodennäköisenä. Oikeudenkäyntien kustannukset, prosessin hitaus ja epävarmat lopputulokset muodostavat kokonaisuudessaan kynnyksen toimiin. Vaikka teoreettinen mahdollisuus keskinäisiin kanteisiin kasvaisi, todellinen vaikutus saattaisi olla sama kuin nykyisellä tekijänoikeus lainsäädännöllä.⁶⁶ Kiristyminen voisi epäsuorasti lisätä myös pienten toimijoiden haavoittuvuutta. Oikeudenkäynnin uhkan tietoisuus voi heikentää suunnittelijoiden neuvotteluasemaa ja lisätä varovaisuutta työskentelyssä. Tässä mielessä kiristytvä sääntely voisi muokata suunnittelijoiden käyttäytymistä ennen kuin kanteita edes nostettaisiin. Mainittakoon kuitenkin, että isommat brändit ovat yleisesti enemmän huolissaan tavaramerkkiloukkauksista.⁶⁷

Vaikka immateriaalioikeuksien suojan nykyinen taso todettaisiin sisällöllisesti riittäväksi, se ei pelkällä olemassaolollaan tee järjestelmää tehokkaaksi. Vaikuttavana esteenä on esimerkiksi edellä mainittu ajan rajallisuus oikeuksien hyödyntämisessä. Oikeusprosessit etenevät hitaasti. Muotisuunnittelijan teokset voivat joutua kopioinnin kohteeksi ja menettää kaupallisen arvonsa jo viikkojen kuluessa. Oikeuksien toimeenpano vaatii myös suunnittelijan omaa aikaa. Pienelle suunnittelijalle voi olla myös haastavaa kattaa pitkittyneestä oikeudenkäynnistä johtuvia kustannuksia, kuten asianajopalkkioita ja asiantuntijalausuntoja. Esiin on nostettu myös oikeudenkäyntien emotionaalinen kuormittavuus. Toimeenpanoa on kuvailtu esimerkiksi pelottavaksi ja kuluttavaksi kokemukseksi. Tämänkaltaiset tunteet saattavat johtaa siihen, että on helpompaa vain hyväksyä tullessa kopioiduksi.⁶⁸ Tässä kohdin onkin syytä pohtia, että millaisia vaikutuksia voi olla sillä, että pienet tekijät niin sanotusti vain tyytyvät tilanteisiin.

Ongelma näyttää kiteytyvän monilta osin siihen, että järjestelmä koetaan osittain monimutkaiseksi. Jos suunnittelija ei ole tietoinen siitä, että hänen työnsä voi saada immateriaalioikeuksien tarjoamaa suojaa, ei voida olettaa, että hän osaisi hyödyntää immateriaalioikeus järjestelmää tehokkaasti. Ratkaisuna voitaisiin tarjota esimerkiksi vielä selkeämpiä EU-tasoisia neuvontapalveluita muotisuunnittelijoille. Myös

⁶⁶ Wang 2023, s. 1015

⁶⁷ Wang 2023, s. 1016–1017.

⁶⁸ Vyas 2024, s. 52.

immateriaalioikeusjärjestelmä toimii usein vasta kopioinnin jälkeen, jolloin vahinko on jo tapahtunut. Mielestäni mielenkiintoisen näkökulman tuokin se, että joltain osin oikeusjärjestelmä näyttäisi suosivan suurempia toimijoita, jotka pystyvät valvomaan ja puolustamaan oikeuksiaan paremmin. Immateriaalioikeudellinen lainsäädäntö nykyisessä muodossaan mahdollistaa muotisuunnitelmien suojaamisen Euroopassa edellä esitellyn mukaisesti asianmukaisesti. Muotiluomukset saavat immateriaalioikeuksien suojaa yhtäläisin edellytyksin kuin muutkin taiteenmuodot. Kuitenkin järjestelmä näyttäisi jäävän osiltaan saavuttamattomaksi pienille toimijoille joko sosiaalisten, taloudellisten tai oikeudellisten resurssien puuttumisen vuoksi.

5 Johtopäätökset

Vaikka immateriaalioikeusjärjestelmän tavoite, eli luovan työn suojaaminen, on kaikille lähtökohtaisesti sama, eri kokoluokan yritysten välillä voi silti esiintyä erilaisia tarpeita. Pieni suunnittelija voi olla jo valmiiksi haavoittuvammassa asemassa. Tämän vuoksi voi nähdä, että pienemmille tekijöille immateriaalioikeudet ovat vahvempi kannustin toteuttaa itseään ja saada jalansijaa luovalla alalla. Muista erottautumisen pystyy helpommin toteuttamaan, kun muut eivät ole viemässä ”kunniaa” tehdystä työstä. Isolle yritykselle brändin hallinta on helpompaa jo pelkästään taloudellisten näkökulmien kautta. Tunnetut brändit pystyvät hyödyntämään järjestelmää laajemmalla tasolla. Suuremmat yritykset pystyvät lisäksi hyödyntämään heille muotimaailmassa muodostunutta sosiaalista valta-asemaansa, johon pienemmät toimijat saattavat vain mukautua.

Pienyritysten kilpailukyky ei perustu yksinomaan luovaan osaamiseen vaan yhä enenevässä määrin kykyyn hallita oikeudellisia ja liiketoiminnallisia kokonaisuuksia. Esimerkiksi sopimus- ja immateriaalioikeuksien hallitseminen voi korostua strategisena välineenä, joiden avulla pienet toimijat voivat hallita riskejä, vahvistaa markkina-asemaansa ja rakentaa toiminnalleen pitkäjänteistä kestävyyttä. Oikeudellinen osaaminen ei näyttäydy siis pelkkänä tukitoimintona vaan keskeisenä kilpailutekijänä nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä.⁶⁹ Juridisista keinoista hyödynnettävissä ovat erilaiset rekisteröinnit, sopimukset, lisensointi ja liikesalaisuudet. Immateriaalioikeuksiin liittyvät investoinnit tulee tehdä ajoissa, koska myöhästyneet toimet voivat aiheuttaa merkittäviä kustannuksia ja oikeudellisia riskejä.⁷⁰

Tutkielma toi esiin pienten suunnittelijoiden näkökulmaa kopiointitapauksiin hyödyntäen tekijänoikeuden ja mallioikeuden tarjoamaa suojaa. Tekijänoikeus ja mallioikeus suojaavat molemmat muotiluomuksia: tekijänoikeus keskittyy tekijyyteen sekä omaperäisyyteen kun taas mallioikeus tuotteen ulkomuotoon eikä se ole kiinnostunut samalla tavalla tekijyydestä. Molemmat suojauskeinot ovat hyödynnettävissä myös rinnakkain, mikä mahdollistaa tehokkaan suojan kopiointia vastaan. Tekijänoikeus ja rekisteröimätön mallioikeus tarjoavat edullisen vaihtoehdon suunnittelijalle suojata luomuksiaan, jolla ei ole esimerkiksi mahdollisuutta taloudellisesti ryhtyä rekisteröintiin.

⁶⁹ Lille 2010 s. 18.

⁷⁰ Hodge – Härkönen 2024, s. 5

Tekijänoikeuden ja rekisteröimättömän mallioikeuden näytön arviointi voidaan kuitenkin todeta jopa haasteelliseksi. Tekijänoikeudessa suunnittelijalle hyödyllistä voi olla esimerkiksi työn eri vaiheiden dokumentointi, jotta hän pystyy todistamaan itsenäisen ja omaperäisen luovan työn.

Pienten toimijoiden haasteiksi immateriaalioikeuksien hyödyntämisessä osoittautui monet tekijät, jotka ovat vahvasti kytköksissä toisiinsa. Yksi osa-alue näyttäytyi olevan muotialalla vallitseva sosiaalinen hierarkia. Tässä epäviralliset sosiaaliset normit asettavat ne säännöt, joihin ala mukautuu. Suuremmat yritykset pystyvät hyödyntämään tätä sosiaalista valtaa esimerkiksi sopimusoikeudellisesti, jolloin pienemmät toimijat niin sanotusti mukautuvat tilanteeseen. Alalla maineella voidaan nähdä olevan tärkeä merkitys. Tämän vuoksi, jos uusi suunnittelija haluaa olla mukana verkostossa, hän ei välttämättä uskalla erottautua. Tätä asiaa on selitetty esimerkiksi psykologisten tekijöiden sekä polkuriippuvuuden avulla. Tässä kohdin oikeudelliset keinot eivät jää käyttämättä sen vuoksi, että niitä ei olisi. Niiden käyttämättä jättäminen selittyy paremmin sen vuoksi, että niiden käyttäminen voidaan katsoa yhteisön sisällä jopa haitalliseksi. Tämän takia pieni suunnittelija ei välttämättä uskalla nostaa esiin oikeudenloukkausta tunnettuja brändejä vastaan.

Henkilömaine ei liity pelkästään alan sosiaaliin valtarakenteisiin, vaan sillä on merkitystä myös kuluttajille. Menestyneen muotisuunnittelijan on rakennettava vahvaa brändiä sekä olla uskottava kuluttajien silmissä. Erottautuminen muista voi tapahtua esimerkiksi ainutlaatuisien tuotteiden kautta. Tämä erottautuminen kuitenkin hämärtyy, jos kopiointi levittää ainutlaatuisena pidetyt luomukset massana markkinoille. Tällä on vaikutusta pieniin suunnittelijoihin niin taloudellisesti kuin brändin imagon kannalta. Kopiot vähentävät tekijälle kuuluvaa taloudellista hyötyä sekä heikentävät hänelle kuuluvaa taiteellista tunnustusta.

Immateriaalioikeuksien merkitykseen suunnittelijoille vaikuttaa saavutettavuus, kohtuuhintaisuus ja tehokkuus. Tutkielma toi esiin, että yleisesti prosessit voidaan kokea henkisesti ja taloudellisesti kuormittaviksi. Vaikkakin tekijänoikeus ja mallioikeus eivät maksa, niiden varsinainen täytäntöönpano voi osoittautua taloudellisesti korkeaksi. Tämän lisäksi pienillä yrityksillä saattaa olla puutteita oikeudellisen tuen ja immateriaalioikeustuntemuksen saatavuudessa. Keskeinen tekijä immateriaalioikeuksien hyödyntämättä jättämiseen näyttäisikin olevan niiden vaikea saavutettavuus.

Myöhemmän tutkimuksen varaan jääkin, kuinka käytännössä immateriaalioikeus järjestelmä voitaisiin saada myös pienille suunnittelijoille saavutettavammaksi. Vaihtoehtoisia lähestymistapoja voisi pohtia olevan esimerkiksi kilpailuoikeudelliset toimenpiteet, joissa huomioitaisiin tarkemmin pienten suunnittelijoiden asema.