

KÖNYV- ÉS FOLYÓIRATSZEMLE

Akiv Jhirad, Mark Biernacki: Branding in the metaverse – protecting and enforcing IP rights (Szellemitulajdon-jogok oltalma és érvényesítése a metaverzumban). ILO, 2022. március 21.

a) A metaverzum áttekintése

Az utóbbi időben jelentősen megnövekedett az érdeklődés a „metaverzum” iránt. Bár a metaverzum fogalma még mindig alakulóban van, általánosságban egy olyan tartós virtuális környezetet értenek alatta, ahol a felhasználók egymással kölcsönhatásba léphetnek.

Ez az új környezet egyszerre jelent kihívást és lehetőséget a szellemi tulajdon jogosultjai számára, akik a fogyasztókkal való kapcsolatukat a virtuális világra is ki akarják terjeszteni. Például a védjegytulajdonosok, akik védjegyeiket a metaverzumban kívánják népszerűsíteni, ezt számos eszközzel tehetik meg, beleértve a virtuális hirdetőtáblákat, a virtuális szponzorált rendezvények szervezését, sőt akár virtuális „bevásárlóközpontokat” is, ahol a fogyasztók felfedezhetik a védjegytulajdonosok virtuális kínálatát.

Egyes védjegytulajdonosok már most is aktívan kapcsolatba lépnek a fogyasztókkal a metaverzumban különböző játékkalkuláción keresztül, valamint virtuális ruházati termékcsaládok értékesítésével.

A metaverzum – hasonlóan a védjegyjogokhoz – oltalmi lehetőséget kínál egyéb szellemi tulajdon-jogok – így szabadalmak, szerzői jogok és mintaoltalmi jogok – számára is.

b) A szellemi tulajdon-jogok védelme és érvényesítése a metaverzumban

A metaverzumban jól végrehajtott marketingtevékenységek növelhetik a márkahűséget (különösen a fiatalabb, a technológiához értő fogyasztók körében), és növelhetik a digitális és a valós világbeli áruk értékesítését. Ahogy azonban egyre több védjegytulajdonos kezd márkás digitális termékeket és szolgáltatásokat kínálni a metaverzumban, a védjegybitorlások és -hamisítások elkerülhetetlenül követni fogják őket. Mivel a jogsértés pontos formáját nehéz megjósolni, a védjegytulajdonosok számára fontos lesz, hogy a metaverzumra is kiterjedő, végrehajtható védjegyoltalmat biztosítsanak.

Azok a szellemi tulajdon-jogosultak, akik nem biztosítják a virtuális térben szerzett jogukat, nehezen tudnak majd fellépni a jogsértések ellen, és nehezen tudják hatékonyan érvényesíteni ezeket a jogukat a metatérben. Néhány előrettekintő védjegytulajdonos már megtette a szükséges lépéseket, és bejelentette védjegyeinek lajstromozását a metaverzummal kapcsolatos árukra és szolgáltatásokra, beleértve az online virtuális világokban használható, letölthető virtuális árukat, és a virtuális árukat kínáló kiskereskedelmi üzleteket.

Az alábbiakban a metaversenyre érintő védjegyoltalom néhány újabb példáját közöljük.

- A *Nike* nemrégiben azzal került a címlapokra, hogy az Egyesült Államok Szabadalmi és Védjegyhivatalánál védjegybejelentést nyújtott be ilyen árukra és szolgáltatásokra számos híres márkája, például a NIKE, a JUST DO IT és az AIR JORDAN logóra.
- A *Converse* szintén több védjegybejelentést nyújtott be, hogy híres védjegyeire – például a jól ismert ALL STAR CHUCK TAYLOR logóra – virtuális árukat és szolgáltatásokat felölelő oltalmat szerezzen.
- Az *Abercrombie & Fitch* madár- és jávorszarvas-sziluettt mintáira nyújtott be védjegybejelentéseket virtuális árukra vonatkozóan.

c) Megjegyzés

A metaverzum kihívásokat és lehetőségeket kínál a szellemi tulajdon jogosultjai számára, akik digitális és virtuális áruk és szolgáltatások segítségével új fogyasztókkal kívánnak kapcsolatba lépni. Ahogy egyre több szellemi tulajdon jogosultja kezd árukat és szolgáltatásokat nyújtani a metaverzumban, egyre fontosabbá válik a virtuális áruk és szolgáltatások oltalmának biztosítása a jogsértések elleni küzdelemhez.

Dr. Palágyi Tivadar