

Kadry i płace

IP

kancelarie  rp

Strategia firmy musi objąć prawa własności intelektualnej

Ochrony IP w fizycznym świecie nie można zrównać do tej w świecie wirtualnym. Właściciele IP muszą radzić sobie z bardziej złożonym środowiskiem internetowym i nowymi technologiami.

ANNA CYBULKA
JOANNA GWIAZDOWSKA
ULADZIMIR CYBULKA

Miniony okres to czas szokujących zmian. Świat zwolnił i przyspieszył jednocześnie. Kontrasty zdominowały naszą rzeczywistość. Pandemia zmusiła wielu przedsiębiorców do ponownej kalkulacji opłacalności swojej działalności i podjęcia strategicznych decyzji o zamknięciu, przebrązowaniu czy szukaniu nowych rozwiązań. Możliwość zmian determinuje ekosystem, tj. m.in. pandemia, rozwój technologii, zmiany pokoleniowe i prawne, w tym podatkowe, a ostatnio – agresja Rosji na Ukrainie i jej skutki.

Pojawia się pytanie, jak w niezbędny do istnienia strategię szybkiego dostosowania się firm do zmian wpisują się prawa własności intelektualnej? Prawa te dotyczą dóbr niematerialnych, np. rozwiązań technologicznych, medycznych czy biotechnologicznych, informatycznych, wizualnych – a te kreują świat wokół nas.

Czas zmian

Na znaczeniu zyskują nowe technologie umożliwiające identyfikację np. poprzez linie papilarne, twarz, ruchy, głos. Zbieranie i segregowanie danych dotyczących np. naszych zachowań, nawyków zakupowych, zdrowia czy odwiedzanym miejsc lub stron. Z jednej strony upraszczają nam one życie, tworząc wygodny system np. zakupów, przypomnień o ostatnim koszyku, zmierzania parametrów naszego organizmu, ułatwiają odnajdywanie się w nieznanym przestrzeni dzięki mapom i lokalizacji. Z drugiej mogą jednak służyć do wykorzystania tych informacji celem manipulacji czy wywierania na nas wpływu. Tak np. w Chinach aktywnie wykorzystywany jest już Social scoring system, który polega na ocenianiu zachowań społecznie pożądanym w zamian za punkty przekładające się na przywileje, jak np. możliwość podróżowania. Chcąc lub nie, nasze firmy muszą się aktywnie przygotować na używanie sztucznej inteligencji, zmieniających się technologii, zrozumienie robotyzacji, czy przenikanie się wielu sfer od technologicznych po prawne. Ten cały eksplodujący zmianami obszar ma atrybuty materialne, jednak jest bardzo mocno związany właśnie ze światem dóbr niematerialnych.

Koncepcja przyszłości

Prawa własności intelektualnej w uproszczeniu to większe lub mniejsze monopole, a te dobrze wykorzystywane zawsze dawały i nadal dają przewagę. Stąd naturalna strategia to zabezpieczenie swoich praw IP na chociażby podstawowym poziomie.

Nasza rzeczywistość to kontrasty. Tradycyjne prawa współistnieją obok tych nowo powstających. Przewagę tworzy dopiero umiejętność odnalezienia się i skorzystania zarówno z jednych, jak i drugich. Nie można zrozumieć istoty znaku towarowego zgłoszonego dla NFT i z niego skorzystać, jeżeli nie rozumie się istoty znaku towarowego dla „zwykłego” materialnego dobra, np. mebla, odzieży, maszyny, telefonu. Przyszłość tworzy dla firm dodatkowe możliwości, a sztuką jest ich łączenie i komercjalizowanie.

Do instrumentów podstawowych ochrony IP należy m.in. posiadanie rejestracji tradycyjnych znaków towarowych, wzorów przemysłowych czy wynalazków, posiadanie odpowiednich umów przenoszących prawa czy też umów licencyjnych, prawidłowe regulaminy, badania patentowe i monitorowanie konkurencji czy danych segmentów branży lub praw.

Prawa dla nowych technologii są trudniejsze do ochrony tradycyjnymi instrumentami. Widać jednak pewne trendy budowania portfolio praw przeznaczonych do realizacji strategii przyszłości. To, czym chcemy dziś zainspirować, to nasze subiektywne spojrzenie na możliwości rozwoju świata własności intelektualnej, które warto śledzić w 2022 r.

Metaverse i nowe technologie

Do wirtualnego świata przenoszą się nie tylko gracze i firmy gamingowe. Pojęcie metaverse pojawia się niezmierzanie często, a przy tym brak jest jego precyzyjnej definicji. Jest to neologizm utworzony ze słów meta (poza) i uniwersum (świat). Ochrony IP w fizycznym świecie nie można zrównać do tej w świecie wirtualnym. Właściciele IP muszą radzić sobie z bardziej złożonym środowiskiem internetowym i nowymi technologiami.

Do tej pory na co dzień znamy „tylko” kwestie związane z aplikacjami, oprogramowaniem czy np. cyfrowymi zdjęciami. Teraz dojdzie jeszcze inny rodzaj, jak AI, NFT's oraz metaverse. Potrzebny jest

ZDANIEM AUTORÓW

Anna Cybulka

prawnik, rzecznik patentowy, IP mediator, European Trade Mark and Design Attorney, współwłaściciel Kancelarii Prawno-Patentowej Poraj



Joanna Gwiazdowska

radca prawny, IP mediator, European Trade Mark and Design Attorney



Ulazimir Cybulka

rzecznik patentowy, IP mediator, współwłaściciel Kancelarii Prawno-Patentowej Poraj
www.poraj.com | kancelaria@poraj.com



Najważniejsze jest zapewnienie ochrony aktywom IP firmy i dostosowanie dotychczasowej strategii – czyli uporządkowanie praw do znaków towarowych, logotypów, grafik, projektów produktów, wzorów opakowań, etykiet, rozwiązań uwzględniające zachodzące zmiany. Rekomendujemy, by rozpocząć od audytu swoich praw własności intelektualnej, w tym zakresie ochrony i prawidłowości nabycia tych praw. W ten sposób można stworzyć szansę na świadome i trafne decyzje dotyczące praw własności intelektualnej i przemysłane działania.

zatem nowy wymiar ochrony, np. znaki towarowe służące do oznaczenia materialnych towarów przenoszą się cyfrowo do metaverse. W USA firmy już dokonują zgłoszeń znaków towarowych dedykowanych wirtualnym światom, a skala tych zgłoszeń wzrosła w ciągu ostatnich sześciu miesięcy o 552,17 proc. w okresie od sierpnia 2021 r. do stycznia 2022 r. W styczniu do Urzędu Patentów i Znaków Towarowych Stanów Zjednoczonych (USPTO) wpłynęło najwięcej zgłoszeń, bo aż 450. Oznacza to około 15 zgłoszeń dziennie. Na początku tego roku McDonald zgłosił znaki towarowe przeznaczone m.in. do sprzedaży cyfrowych produktów. I nie był pierwszy. Wcześniej tę strategię zrealizowało wiele firm, np. NIKE zgłaszając w Urzędzie Patentów i Znaków Towarowych Stanów Zjednoczonych [USPTO] znaki dla metaverse m.in. slogan "Just Do It" i logo swoosh przeznaczone do produkcji i sprzedaży wirtualnych markowych butów i odzieży.

W jaki sposób te znaki towarowe są komercjalizowane? Tworzone są światy w tym innym wymiarze. Tak firma Nike otworzyła na platformie gier

wideo Roblox swój Nikeland, który oferuje użytkownikom oficjalną cyfrową odzież marki Nike dla ich awatarów, gry czy „wspólne przeżycia”. Na tej samej platformie Narodowa Liga Futbolowa (National Football League) otworzyła swój sklep z wirtualnymi produktami np. koszulkami.

Firma Gucci wprowadziła znak do metaverse inaczej: zorganizowała w Roblox wirtualny jubileusz 100-lecia firmy – The Gucci Garden Experience Lands on Roblox.

Prognozy wskazują, że metaverse osiągnie zaawansowany poziom około 2030 roku. Co konkretnie przyniesie rok 2022, zobaczymy. Jednak nie pozostaje nic innego, jak rekomendować „Be Prepared for the Metaverse” (Bądź gotów na Metaverse).

Upcykling – śmieci, opakowania i odzież

Upcykling, rozumiany jako przetwarzanie odpadów w przedmioty o wyższej wartości, wpłynie także na świat IP. Ogromna liczba śmieci wpływa na zmianę regulacji, zachowań i gospodarki. Widoczny jest kierunek rozwoju firm np. odzieżo-

wych starających się powracać do już raz sprzedanych przez siebie produktów, jak w akcji H&M – Recykling i naprawy.

Zjawisko utraty kontroli nad legalnie wprowadzonymi do obrotu towarami na jednym terytorium i przenikaniu ich – czy to na innym obszarze, czy w innej zmienionej postaci – znane jest od dawna. Do tej pory wiele firm ma obawy związane z importem równoległym, w którym handlowcy kupują produkty w jednym kraju i sprzedają je w innym bez zgody właścicieli praw własności intelektualnej po innych, np. niższych, cenach. Istnieje wiele przykładów orzecznictwa dotyczącego usuwania marki i przepakowywania produktów w celu umożliwienia handlu równoległego, ale dotyczy to przede wszystkim produktów farmaceutycznych. Dynamicznie będzie się zmieniało podejście do drugiego życia produktu, ingerencji w towar, usunięcia czy dodania znaku towarowego na pierwotnym towarze. Presja zmniejszenia ilości produkowanych przez nas odpadów musi wpłynąć na zmianę, utrwalanie pewnych nowych praktyk nie tylko w obszarze technologii przetwarzania śmieci, produkowania z nich nowych produktów, ale i podejścia do praw IP, ich ochrony i egzekwowania. Nie można zapomnieć o aspekcie odpowiedzialności społecznej firm, tak pozytywnie postrzeganej przez wielu odbiorców.

Rekomendować można przemysłane scalenie strategii rozwoju firmy, marketingu z nowoczesną strategią ochrony praw IP. Bez tego może się okazać, że pozostajemy bezbronni w obliczu nowych zachowań rynkowych – tych pożądanym, jak i niekorzystnych.

Zmiana instrumentów ochrony i egzekwowania praw

Na świecie trwają intensywne prace nie tylko dotyczące podejścia prawnego do AI – sztucznej inteligencji, ale i ujednolicenia systemów egzekwowania naruszeń w zakresie własności intelektualnej. W Polsce nowo powstałe sądy własności intelektualnej dopiero rozpoczynają zbieranie swoich doświadczeń. Europa stoi przed zmianą strategii patentowych i wdrożeniem jednolitego sądu patentowego. Patenty niewątpliwie mają

kluczowe znaczenie dla modeli biznesowych firm opartych o technologie. Prawa te są jednak bezużyteczne, jeżeli nie można ich egzekwować. Pod tym względem następuje znacząca zmiana, o której posiadacze patentów będą musieli wiedzieć w 2022 r. Forma ochrony patentowej tzw. patentem jednolitym i nowy sąd jednolity wydają się być urzeczywistniane. Każdy, kto działa w jakiegokolwiek innowacyjnej branży, będzie musiał przygotować się na ten nowy system, który zmieni strategię patentowe w Europie. Oznacza to, że firmy będą zmieniać swoje koncepcje zarówno ochrony, jak i egzekwowania, tak aby z jednej strony chronić swoje prawa IP, ale i nie naruszać cudzych. Ten nowy system może istotnie wpłynąć na realia firm polskich w tym roku – można to postrzegać jako największą zmianę w dziedzinie prawa patentowego od 50 lat.

Zmiany w otoczeniu pociągają za sobą także zmiany w świadomości dotyczącej praw autorskich i legalnego z nich korzystania. Kwestia nabywania praw autorskich majątkowych do różnorodnych utworów – w tym logo, grafik, projektów, filmów – będzie wybrzmiewała w zwiększonej liczbie sporów. Zwiększać się będzie świadomość licencji, ich rodzajów, prawidłowości nabywania praw, zrozumienia podstawowych pojęć. Osobiście będziemy wspierać odrodzenie balansu pomiędzy prawami twórców a firmami, które te prawa zamawiają i komercjalizują.

W jakim kierunku powinien iść biznes, by chronić swoje interesy w 2022 roku?

W najkrótszym stwierdzeniu – najważniejsze jest zapewnienie ochrony aktywom IP firmy i dostosowanie dotychczasowej strategii, czyli uporządkowanie praw do znaków towarowych, logo, grafik, projektów produktów, wzorów opakowań, etykiet, rozwiązań uwzględniające zachodzące zmiany. Rekomendujemy, by rozpocząć od audytu swoich praw własności intelektualnej, w tym zakresie ochrony i prawidłowości nabycia tych praw. W ten sposób można stworzyć szansę na świadome i trafne decyzje dotyczące rozwoju firmy. /@

RZECZPOSPOLITA

Redaktor prowadząca: Joanna Kalinowska e-mail: j.kalinowska@lrp.pl. Redakcja techniczna: Anna Golaszewska-Gałęzka, Elżbieta Koźlik. Ekspertów zachęcamy do współpracy merytorycznej przy tworzeniu dodatków prawnych