

*Др Соња Лучић,
ванредна професорка*

УДК: 347.77/.78:316.776
DOI: 10.46793/UPSSXI.697L

ПРАВО ИНТЕЛЕКТУАЛНЕ СВОЈИНЕ И МЕТАВЕРЗУМ*

Резиме

Све већи број људи данас проводи слободно време у виртуелном простору, посећују догађаје, раде на заједничким пројектима, састају се као аватари. На тај начин стварају нову врсту везе између дигиталног света и стварног живота. Привреда је одавно препознала бенефите виртуелног света. Компаније купују некретнине и обезбеђују пословање у виртуелном простору.

Метаверзум нуди многе могућности за пословање, али са собом носи и многе изазове. Са порастом интересовања за виртуелни свет, отварају се и бројна правна питања, пре свега који правни систем се примењује у виртуелном простору и који су судови надлежни да одлучују у случају повреде права. Аутор ће се у раду бавити питањем заштите права интелектуалне својине у метаверзуму, пре свега питањем заштите жигова у виртуелном простору.

Кључне речи: *жиг; метаверзум; виртуелни свет.*

1. Увод

Виртуелни свет стално доноси многе могућности и изазове. Вођена пандемијом корона вируса, виртуелизација у пословном окружењу је у пуном замаху. Један од актуелних виртуелних светова је метаверзум коме је могуће приступити помоћу посебних уређаја који пружају осећај као да се појединац налази у том свету. Метаверзум је заправо скраћеница за платформе које интензивирају виртуелну интеракцију међу људима и имају циљ да пребаце делове свакодневног (радног) живота у виртуелни свет. Метаверзум се сматра новом великом технолошком револуцијом. Велика моћ метаверзума се често пореди са појавом интернета у новом миленијуму. Поред других бројних правних питања, метаверзум отвара и нека питања у вези са правима интелектуалне својине, на пример да ли су прописи о жиговима спремни за

* Рад је резултат истраживања на пројекту Правног факултета Универзитета у Крагујевцу: „Усклађивање правног система Србије са стандардима Европске уније”, који се финансира из средстава Факултета.

метаверзум или их треба прилагодити како би се пратио нови технолошки развој.

Метаверзум отвара нове могућности, али и нове ризике за власнике жигова. Без обзира на то да ли ће власници жигова користити своје жигове у виртуелном простору у будућности или само желе да спрече потенцијалне повреде жига у метаверзуму, метаверзум треба сматрати делом стратегије власника жигова. На пример, власници жигова *Nike*, *Gucci*, *Balenciaga* су само неки од примера жигова из модне индустрије који су већ отворили своје водеће продавнице у новом виртуелном окружењу и нуде такозване незаменљиве токене за дигиталну одећу, обућу и додатке за аватаре. Власник жига *Nike* је у врло кратком року у САД регистровао укупно 10 робних жигова, који укључују „виртуелну робу“, а то су ципеле, одећа, торбе и спортска опрема. Међутим, други произвођачи брендираних производа, као што је Хермес, свесно одлучују да не виртуелизују своје производе и предузимају мере против трећих лица која користе њихов жиг у метаверзуму.

Уреди за интелектуалну својину добијају све већи број пријава за регистрацију жигова за виртуелну робу и незаменљиве токене. По мишљењу Уреда ЕУ за интелектуалну својину (ЕУИПО) сама виртуелна роба – на пример чисто виртуелна дизајнерска вечерња хаљина коју може да носи аватар – треба да се третира као виртуелна роба у смислу класе 9 Ничанске класификације. Са друге стране, незаменљиви токени се морају разликовати од виртуелних добара. Ови незаменљиви токени, како их дефинише ЕУИПО, су јединствени дигитални сертификати регистровани у блокчејну који потврђују аутентичност дигиталних добара, али се разликују од ових дигиталних добара. Док се дигитално добро, као што је пар дигиталних ципела, може копирати било који број пута, незаменљиви токен омогућава стицање ексклузивног сертификата о аутентичности у вези са одређеним дигиталним објектом. Такође у погледу незаменљивих токена, по мишљењу ЕУИПО-а, израз „незаменљиви токен“ није довољан за регистрацију жига. У том контексту, 1. јануара 2023. године почела је да се примењује нова верзија Ничанске класификације роба и услуга. ЕУИПО, дакле, не класификује виртуелна добра у класе којима би припадала одговарајућа физичка добра. Овакво мишљење се заснива на раздвајању дигиталног и физичког како то диктира Ничанска класификација.

Ничанска класификација је међународни систем који се користи за класификовање роба и услуга за потребе регистравања жигова. У склопу Ничанске класификације робе и услуге се групишу према различитим категоријама, односно класама. Ова класификација је подељена на укупно 45 класа, од којих су 34 робне и 11 услужне класе. Нова верзија Ничанске класификације укључује низ нових производа и услуга, укључујући дигиталну робу која је повезана са незаменљивим токенима. Конкретно, у класи 9 помињу се сигурносни токени као уређаји за шифровање.

Виртуелно окружење отвара и нека друга питања у вези са правима интелектуалне својине. На пример, још увек је нејасно какав ће домет национални жигови имати у метаверзуму.

2. Знак заштићен жигом у виртуелном простору

Према конвенционалном (правном) схватању, жиг је право које за предмет заштите има робни или услужни знак који служи за разликовање производа и услуга једног предузећа од роба или услуга других компанија. Конкретно, речи, имена, слике, слова, знаци, боје, тродимензионалне ознаке, укључујући производ или његово паковање су подобни за заштиту жигом. Заштита жига се састоји од комбинације пријављеног знака са одговарајућим производима и/или услугама на које се тај знак односи. Наиме, власник жига може користити жигом заштићени знак само за оне производе и услуге за које је затражена, односно призната заштита. Међутим, дејство жига у односу на трећа лица је шире. Власник жига се може супротставити трећем лицу које користи исти или сличан знак за исте или сличне производе или услуге, ако услед таквог коришћења постоји ризик од забуне у промету. Конкретне радње неовлашћеног коришћења жигом заштићеног знака које власник жига може забранити су: 1) стављање заштићеног знака на робу, њено паковање или средства за обележавање робе (етикете, налепнице, затварачи за флаше и сл.); 2) нуђење робе, њено стављање у промет или њено складиштење у те сврхе, или нуђење или обављање услуга под заштићеним знаком; 3) увоз, извоз, претовар, складиштење или транзит робе под заштићеним знаком, без обзира на то да ли је роба намењена домаћем тржишту; 4) коришћење заштићеног знака у пословној документацији или у реклами; 5) употреба заштићеног знака у компаративном оглашавању на начин противан прописима.¹

У вези са метаверзумом за власнике жигова је одлучујуће питање да ли продавац виртуелне робе вређа туђи жиг користећи знак у виртуелном простору који је идентичан или сличан знаку који је заштићен жигом за физичку робу? Конкретно, ако је на пример знак заштићен жигом за ципеле, поставља се питање да ли постоји идентитет између чисте слике и физичког производа, тј. ципела и слике ципела, односно да ли је виртуелна слика макар „слична” свом стварном пару?

Уреди за жигове и надлежни судови још увек нису заузели јасан став о овом питању. Ипак, ЕУИПО је указао на потребу стварања правног основа за растућу потребу за правном заштитом у виртуелном простору. ЕУИПО је током 2022. године издао саопштење из ког се може видети пораст броја пријава жигова за виртуелни простор.² Према јасној идеји ЕУИПО-а, виртуелна

¹ Закон о жиговима, Сл. гласник РС, бр. 6/2020), чл. 49, ст. 3, тач. 1-5.

² https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/news-newsflash/-/asset_publisher/JLOyNNwVxGDF/content/pt-virtual-goods-non-fungible-tokens-and-the-metaverse.

добра припадају класи 9 Ничанске класификације, јер се третирају као дигитални садржај или слике. Међутим, термину виртуелна добра недостаје јасноћа и прецизност, па се мора даље прецизирати навођењем садржаја на који се виртуелна добра односе (виртуелна одећа). Што се тиче незаменљивих токена ЕУИПО их третира као као јединствене дигиталне сертификате регистроване у блокчејну, који потврђују аутентичност дигиталних ставки, али се разликују од тих дигиталних ставки. За ЕУИПО, термин незаменљиви токени сам по себи није прихватљив, већ се мора навести дигитална ставка на који се незаменљиви токен односи (музика која се може преузети уз потврду аутентичности незаменљивог токена).

У међувремену, било је неколико покушаја да се заштити термин „*Metaverse*“ као жиг ЕУ. Други жалбени одбор ЕУИПО-а први пут се бавио овим питањем у две одлуке које се тичу знакова „*METAVVERSE FOOD*“ у класама 5, 29, 30 и 32 и „*METAVVERSE DRINK*“ у класи 32. ЕУИПО је одбио обе пријаве, због одсуства снаге разликовања, односно дистинктивног карактера пријављеног знака. Подносилац пријаве је уложио жалбу на одлуку тврдећи да се пријаве не односе на виртуелна добра, већ на физичка добра у стварном свету. Међутим, Жалбени одбор је одбацио жалбе сматрајући да се израз „*METAVVERSE*“ односи на виртуелни простор.³ Знакови су имали значење „храна у виртуелном простору“ и „пиће у виртуелном простору“. Према мишљењу Жалбеног одбора, метаверзум не чине само аватари, алтернативна стварност и виртуелни производи, већ је то такође још једна верзија е-трговине. На основу тога, Жалбени одбор је утврдио да ће се пријављени знакови схватити као индикације да се роба нуди или може купити у виртуелном простору, односно да се „*METAVVERSE FOOD*“ и „*METAVVERSE DRINK*“ неће доживљавати као индикација комерцијалног порекла, већ само као информација опште природе о предметним добрима.⁴

Одлуке Жалбеног одбора ЕУИПО-а намећу закључак да је термин „метаверзум“ дескриптиван и недистинктиван и да га стога не може монополисати један привредни субјект. Узимајући у обзир поменуте одлуке Жалбеног одбора ЕУИПО-а, поставља се питање каква је судбина различитих жигова који поред других ознака садрже и термин „метаверзум“, а заштићени су у ЕУИПО-у?

³ <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/018652695>
<https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/018652703>

⁴ Више о регистрацији ознака за виртуелну робу и услуге у: Ђеранић Перишић, Ј., *Правне последице коришћења жигом заштићених ознака у виртуелној реалности*. Зборник радова: Интелектуална својина и интернет, Београд, 2022, стр. 99-104.

3. Заштита за општепознати знак и знак који је озбиљним коришћењем стекао дистинктивни карактер

У Србији, жиг се стиче уписом у Регистар жигова.⁵ Систем регистрације жигова је својствен свим државама које припадају континенталном систему права. Уз захтев за регистрацију жига обавезно се доставља списак робе, односно услуга за које се тражи заштита. У складу са смерницама које је објавио ЕУИПО, виртуелна роба се генерално мора унети у класу 9 Ничке класификације. Виртуелне услуге треба третирати у складу са утврђеним принципима за класификацију услуга, тј. типично регистроване у класама 35 и 41.⁶

Закон о жиговима Републике Србије прописује у чл. 6, ст. 1, тач. 3 да се жигом не може заштитити знак „који је истоветан или сличан, за исту или сличну врсту робе, односно услуга знаку другог лица који је познат у Републици Србији у смислу члана ббис Париске конвенције о заштити индустријске својине“. Другим речима, у овом изузетном случају заштита за општепознати знак се признаје, без обзира што тај знак није претходно регистрован. Да би знак постао општепознат, потребна је, између осталог, његова интензивна и континуирана употреба у пословним трансакцијама у Србији.

Са друге стране, ЗОЖ у чл. 5, ст. 2 прописује да се „знак из чл. 5, ст. 1, тач. 3, 5 и 6 може заштитити жигом, ако подносилац пријаве докаже да је озбиљним коришћењем знак постао подобан за разликовање у промету робе, односно услуга на које се односи“. И у овом случају, предуслов за заштиту знака је његово коришћење. У контексту метаверзума, тј. ако се захтева заштита знака за виртуелни производ, неопходно је да се употреба одвија у виртуелном свету, тј. у метаверзуму. Употреба у стварном свету није потребна. Поред тога, неопходно је да знак стекне препознатљивост, односно да релевантна јавност познаје знак и разуме га као знак који се користи у сврху обележавања и разликовања производа. Што се тиче виртуелних производа, релевантну јавност ће чинити корисници метаверзума. Неопходно је да не мали део релевантне јавности успостави везу између знака и носиоца жига.

У напред наведеним случајевима, предуслов за заштиту знака у смислу одговарајућих прописа ЗОЖ је претходна употреба знака у домаћим пословним трансакцијама. Међутим, у случају метаверзума, утврђивање домаћих пословних трансакција је проблематично. Метаверзум је доступан са било ког места. Пошто се овај проблем већ појавио са заштитом жига на интернету, принципи који су тамо развијени могу се бар делимично пренети на метаверзум. На пример, приликом утврђивања општепознатости знака, односно да ли је знак употребом стекао дистинктивни карактер, релевантни могу бити следећи показатељи: да ли се одговарајући производи испоручују у

⁵ Закон о жиговима, чл. 39, ст. 1.

⁶ https://euipo.europa.eu/ohimportal/en/news-newsflash/-/asset_publisher/JLOyNNwVxGDF/content/pt-virtual-goods-non-fungible-tokens-and-the-metaverse.

Србији, да ли су цене изражене у динарима, као и да ли су наведене српске опције за контакт. Међутим, ови критеријуми су само делимично прикладни у погледу одређивања домаћих трансакција у метаверзуму. Наиме, метаверзум је дизајниран искључиво на енглеском језику и плаћање је, за сада, могуће само криптовалutom. Поред тога, приликом куповине робе преко метаверзума, нема стварне, тј. физичке испоруке. Уместо тога, испоручује се само аватар у виртуелном свету, коме се не може доделити ниједна локација у стварном свету. Ово поставља нове изазове за законодавство и судску праксу.

4. Заштита постојећег жига у метаверзуму

Основна претпоставка за постојање повреде жига је неовлашћена употреба заштићеног знака као жиг, тј. у сврху разликовања производа и услуга. Овај услов важи како у стварном физичком свету, тако и на интернету. Што се тиче метаверзума, који треба да представља виртуелну слику физичког света, поставља се питање у којој мери коришћење заштићених симбола представља коришћење жига. Метаверзум се углавном односи на добра и услуге које се нуде искључиво виртуелно. Разматрања која се односе и на физичка добра и услуге могу се пренети на виртуелну употребу. Упитно је да ли се перцепција промета која се развила у погледу физичких група производа може пренети и на одговарајући виртуелни производ. Међутим, ово питање је још увек нејасно и на њега се још не може дати коначан одговор. У сваком случају, треба истаћи да у праву интелектуалне својине важи принцип територијалности. То значи да се права интелектуалне својине примењују само у држави која их је доделила или признала. То између осталог значи да повреда жига у Србији постоји само ако је радња повреде предузета у Србији. Међутим, свеприсутност метаверзума је у супротности са овим схватањем.

Један од услова за постојање повреде жига је постојање ризика од забуне у релевантном делу јавности. Критеријуми за процену вероватноће забуне су сличност производа или услуга, као и сличност жигом заштићеног знака и спорног знака. Процена се заснива на општем утиску, узимајући у обзир све околности појединачног случаја. У контексту метаверзума, мора се разјаснити да ли и под којим околностима може постојати сличност између физичког производа и одговарајућег виртуелног производа. Одговор на ово питање има посебан значај ако носиоци жигова желе да предузму мере против дигиталних еквивалената њиховог производа који се обележавају знаком који је заштићен њиховим жигом у виртуелном свету. Одлучујући фактор у овом случају биће да ли између физичких добара, за које постоји заштита жига постоји сличност са виртуелним добрима. С једне стране, чињеница да је виртуелни производ само слика физичког производа и да не испуњава исту или никакву функцију у стварном свету могла би да оспори постојање сличности производа. Поред тога, приликом регистрације жигова, прави се врло строга разлика између виртуелних и физичких добара. Ово такође говори против постојања сличности

производа. Међутим, општеприхваћено мишљење је да Ничанска класификација није одлучујућа за процену сличности производа и услуга. За постојање сличности производа, стога се тврди да дигитално добро или услуга испуњава потпуно исту функцију за аватар, који представља виртуелну слику корисника, као и физички пандан. Судови још увек нису коментарисали ово питање. Остаје да се види даљи развој догађаја. Док се ово питање не разјасни, препоручује се да носиоци жигова такође имају заштићену виртуелну робу или услуге како би могли да предузму правне мере против повреде жига.⁷

5. Случај *Hermès v. Rotschild*

Француска луксузна модна кућа Хермес продаје од 1984. године модел торбе Биркин, која у модном свету представља симбол луксуза и ексклузивности.⁸ Свака Биркин торба се ручно израђује, при чему ручна производња траје 18 сати. Биркин торбе су доступне у различитим дизајнима и представљају једну од најскупљих луксузних торби. На једној аукцији 2021. године, један примерак торбе је продат за 226.000 америчких долара. Хермес је између осталог, у САД носилац два жига: за знак у речи „*Birkin*“ и за тродимензионални знак (облик торбе).⁹ Оба жига се односе на кожно галантерију, а не и на софтвер и друге дигиталне производе.

Тужени, Мејсон Ротчајлд, одлучио је да 2021. покрене „уметнички пројекат“ на адреси www.metabirkins.com. Пројекат је подразумевао продају 100 дигиталних репродукција Биркин торбе од вештачког крзна које су се продавале као незаменљиви токени под именом „*Metabirkins*“ по појединачној цени од 450 америчких долара. Сlike које је нудио Ротчајлд су биле идентичне силуети и дизајну Биркин торби. То је утицало на уочљиву конфузија међу заинтересованим купцима незаменљивих токена, али и од стране медија, у вези са тим од кога долазе „*Metabirkin*“ незаменљиви токени и да ли постоји било каква врста партнерства са Хермесом.

Незаменљиви (виртуелни) токени су незаменљиви докази о власништву над дигиталним стварима. То могу бити, на пример, аватари или дигитална одећа која се може користити у игрицама, али и виртуелна уметничка дела или музичка дела. Незаменљиви токени се чувају у блокчејн систему који бележи

⁷ О опасности забуне у смислу чл. 9, ст. 2, тачка б Уредбе 2017/1001 између жигом заштићеног знака за физичку робу и идентичног односно сличног знака за виртуелну робу детаљно у: Tenkhoff, C., Grotkamp, P., Burgess-Tate, S., *Brands in the Metaverse: The Concept of „Interdimensional Confusion“ Between the Physical and the Virtual Space under EU Trade Mark Law*, GRUR International, стр. 643-649.

⁸ Биркин торбе су назване по глумици Џејн Биркин.

⁹ У САД жиг се стиче употребом. Иако и у САД постоји регистрација ознаке код Завода за патенте и жигове САД, регистрација нема конститутивно дејство, већ је само деклараторне природе. Марковић, С., Поповић, Д., *Право интелектуалне својине*, Београд, 2013, стр. 142.

власништво, као и обављене трансакције. Незаменљиви токени се могу купити криптовалутама као што су биткоини, али и америчким доларима или еврима.¹⁰

Хермес је 14. јануара 2022. године поднео тужбу за повреду жига против Ротчајлда Јужном окружном суду Њујорка, сматрајући да би Ротчајлд својим поступцима, тј. тиме што је креирао колекцију дигиталних торби које је назвао „*Metabirkin*“ и продавао их преко платформе „*OpenSpace*“ остварујући приход од преко милион америчких долара, могао да доведе до разводњавања његовог жига.¹¹ Једна од торби је продата за 47.000 америчких долара.¹² Хермес је, такође, сматрао да регистрација домена www.metabirkins.com представља чин сајбер сквотинга, као и акт нелојалне конкуренције. Ротчајлд је, са друге стране, тврдио да је његов пројекат уметнички и да као такав не представља повреду жига према Првом амандману Устава САД који се односи на слободу говора.

Главна питање са којим се суд морао позабавити, било је у којој мери се специфичан начин употребе жигом заштићеног знака у спорном случају може оправдати као слобода говора, конкретно као уметност. Ово је била једна од првих одлука у којој је требало испитати интеракцију између виртуелних објеката и прописа о жиговима и повући линију где престаје уметничка слобода и почиње повреда жига путем дигиталних креација.

У својој одлуци Суд се позвао на пресуду *Rogers v. Grimaldi* и применио тест на коме се заснива та пресуда.¹³ У том контексту, прво је испитано да ли је употреба жига у упечатљивом делу уметнички релевантна за одговарајуће дело и да ли у конкретном случају постоји превара о пореклу или предмету дела.¹⁴ Иако је Суд сматрао да су „*Metabirkin*“ незаменљиви токени са одређених аспеката дела уметничког израза, ипак је заузео став да је конкретан назив имао за циљ да доведе потенцијалне купце у заблуду о пореклу незаменљивих токена. Штавише, назив „*Metabirkin*“ није коришћен ни на који уметнички релевантан начин, већ у комерцијалном контексту, чиме је искоришћена репутација жига „*Birkin*“.

Пресуда у случају „*Hermès v. Rotschild*“ првенствено је релевантна за САД. Међутим, она је од интереса и за друге јурисдикције јер показује један од начина приступања питању да ли постоји повреда жига кроз употребу као и/или у вези са сликом дистрибуираном као незаменљиви токен. Пресуда

¹⁰ Поред незаменљивих, постоје и заменљиви токени. Детаљно о разлици између заменљивих и незаменљивих токена видети у: Теранић Перишић, Ј., *Метаверзум, незаменљиви токени и жигом заштићене ознаке – правни аспекти*, Право и привреда, бр. 4/2022, стр. 640.

¹¹ <https://www.documentcloud.org/documents/21181175-hermes-international-vs-mason-rothschild?responsive=1&title=1>.

¹² Yoder, M., *An 'OpenSea' of Infringement: The Intellectual Property Implications of NFTs*, Cincinnati Intellectual Property & Computer Law Journal, Vol. 6, Nr. 2/2022, p. 10.

¹³ <https://casetext.com/case/rogers-v-grimaldi>.

¹⁴ Murray, M. D., *Trademarks, NFTs, and the Law of the Metaverse*, Arizona Law Journal of Emerging Technologies, no. 2/2023, p. 12.

показује да у виртуелном окружењу нису покривени сви могући облици повреде жига. Наиме, још увек је нејасно какву би одлуку донео суд у вези са коришћењем мање познатих жигова, посебно имајући у виду да немају сви жигови свеобухватну листу роба и услуга која такође штити дигиталне слике иначе аналогних производа. У том погледу, када се испитује вероватноћа забуне, повреда жига би била доведена у питање због одсуства сличности између робе, односно услуга.

6. Закључак

Метаверзум отвара потпуно ново тржиште за компаније. Продаја виртуелне робе или виртуелних услуга нуди нови извор прихода. За разлику од физичких добара, виртуелни производи не захтевају сировине, скупе производне процесе и физичку дистрибуцију. То значи да су трошкови производње и дистрибуције знатно нижи. У неким случајевима виртуелни производи су били скупљи у односу на физичке производе. На пример, виртуелна Гучи ташна је продата на платформи за игре Роблокс за 4.000 долара, док је њен прави пандан продат за 3.400 долара.

Појава метаверзума, такође, представља одличну прилику за компаније да укључе нову, млађу групу потрошача. Поред тога, метаверзум превазилази физичке границе и омогућава компанијама да досегну глобалну публику без везивања за једну локацију, нудећи компанијама нов и импресиван начин да се повежу са својим клијентима. Кроз виртуелна окружења, компаније могу да креирају интерактивна искуства, виртуелне догађаје и персонализоване интеракције које доводе до већег ангажовања и лојалности купаца.

Метаверзум, ипак, носи одређене ризике и изазове за компаније, између осталог, ризик од повреде и злоупотребе права интелектуалне својине. На пример, у виртуелном простору је могуће неовлашћено коришћење знакова заштићених жигом, као и садржаја заштићеног ауторским правом. Отуда се препоручује компанијама да региструју постојеће жигом заштићене знакове за неке класе роба и услуга које се односе на метаверзум, чак и ако још не планирају да саме уђу у метаверзум. Регистрација има смисла јер је још увек потпуно нејасно да ли регистрације за физичка добра штите и од виртуелних имитација. Ово зависи од одговора на питање да ли је виртуелна роба (нпр. виртуелни одевни предмет) идентична свом стварном пару (тј. стварном одевном предмету) према прописима о жиговима или не. Постоје аргументи и за једно и за друго мишљење. Међутим, ако судови поричу идентитет робе, вероватно ће само носиоци чувених жигова моћи да се ослоне на своје право уз аргумент експлоатације репутације коју жиг ужива.

Закони и прописи о интелектуалној својини и нелојалној конкуренцији разликују се од земље до земље. Са друге стране, метаверзум је глобално и децентрализовано окружење без националних граница. Ово може створити изазове у спровођењу права интелектуалне својине у различитим правним

системима и јурисдикцијама и довести до правних ризика, на пример у вези са непоштеним оглашавањем. Многа питања која су посебно релевантна за носиоце жигова у вези са метаверзумом су још увек нерешена. Принципи које је развило законодавство и дугогодишња судска пракса могу се применити само у ограниченој мери. За већу правну сигурност потребни су нови прописи који ће обезбедити адекватну заштиту у дигиталном свету. До тада, чини се разумним да носиоци жигова треба да региструју жигове за виртуелну робу или услуге како би могли да се супротставе могућим повредама жига у метаверзуму.

*Sonja Lučić, Ph.D.,
Associate Professor*

INTELLECTUAL PROPERTY LAW AND THE METAVERSE

Summary

An increasing number of people today spend their free time in virtual space, attend events, work on joint projects, meet as avatars. In this way, they create a new kind of connection between the digital world and real life. The economy has long recognized the benefits of the virtual world. Companies buy real estate and provide business in the virtual space.

Metaverse offers many opportunities for business, but it also brings with it many challenges. With the growth of interest in the virtual world, numerous legal issues are also being raised, primarily which legal system is applied in the virtual space and which courts are competent to decide in case of violation of rights. In the paper, the author will deal with the issue of intellectual property rights protection in the metaverse, primarily the issue of trademark protection in the virtual space.

Research has shown that in the future courts will increasingly deal with the legal issues of the metaverse, and legislation will also have to respond to the demands of the new virtual world.

Key words: *trademark; metaverse; virtual world.*

Литература

- Закон о жиговима, Сл. гласник РС, бр. 6/2020.
- Марковић, С., Поповић, Д., *Право интелектуалне својине*, Београд, 2013.
- Мургау, М.Д., *Trademarks, NFTs, and the Law of the Metaverse*, Arizona Law Journal of Emerging Technologies, no. 2/2023.
- Пресуда Јужног окружног суда Њујорка у предмету „Hermès v. Rothschild“
<https://www.documentcloud.org/documents/21181175-hermes-international-vs-mason-rothschild?responsive=1&title=1>.
- Tenkhoff, C., Grotkamp, P., Burgess-Tate, S., *Brands in the Metaverse: The Concept of „Interdimensional Confusion“ Between the Physical and the Virtual Space under EU Trade Mark Law*, GRUR International, no. 7/2023.
- Ђеранић Перишић, Ј., *Метаверзум, незаменљиви токени и жигом заштићене ознаке – правни аспекти*, Право и привреда, бр. 4/2022.
- Ђеранић Перишић, Ј., *Правне последице коришћења жигом заштићених ознака у виртуелној реалности*. Зборник радова: Интелектуална својина и интернет. Београд, 2022.
- Yoder, M., *An ‘OpenSea’ of Infringement: The Intellectual Property Implications of NFTs*, Cincinnati Intellectual Property & Computer Law Journal, no. 2/2022.