

Reggio Calabria – 27.09.2022

Marchi, Brevetti, Design nel metaverso: un mondo virtuale di opportunità reali





2022 è l'anno del Metaverso?

Nuova opportunità di business o solo effimero strumento di marketing?

**Era il «lontano» 2020 e non si parlava
d'altro che di:**

influencer marketing, marketing virale, blog,
vlog, user generated content, native
advertising, real time advertising, etc.

Background: Convergenza digitale

Una sola interfaccia per usufruire di molteplici servizi di informazione e comunicazione, sfruttando diversi strumenti e tecnologie.

Es: Televisione è oggi un dispositivo tecnologico multicanale.

Le 4 C del marketing digitale:
Content, Conversation, Community,
Connection.



NFT: tra Metaverso e blockchain



NON FUNCTIONAL TOKEN:

(gettoni non fungibili o non riproducibili)
token che includono l'atto di proprietà e il certificato di autenticità scritto su una catena di blocchi di un bene unico (digitale o fisico).

Linea di codice (smart contract) ≠
prodotto sottostante

N.B. Non trasferiscono diritti patrimoniali sull'opera che può continuare a circolare. L'NFT viene registrato (minted) e venduto con una serie di informazioni, i *metadati*, riguardanti l'opera digitale a cui rimanda, come l'autore e il tipo di file.



Decentraland

24 – 27 03.2022. Decentraland ha ospitato la Metaverse Fashion Week a cui hanno partecipato più di 60 tra brands, artisti e designers (Dolce e Gabbana, Etro, Tommy Hilfiger, Gucci, etc.)

MAR 23, 2022 ANNOUNCEMENTS

Metaverse Fashion Week is here!

Dive into four days of runway shows, after parties, shopping, panel talks, and more.



Decentraland

SHARE  



Paris, Milano, New York, London, and now, Decentraland—high fashion has gone virtual! Over the course of March 24-27, Metaverse Fashion Week will be bursting at the seams with runway shows, after-parties, immersive experiences, shopping, panel talks, and much more, starting with a few exciting opening events on the evening of March 23.

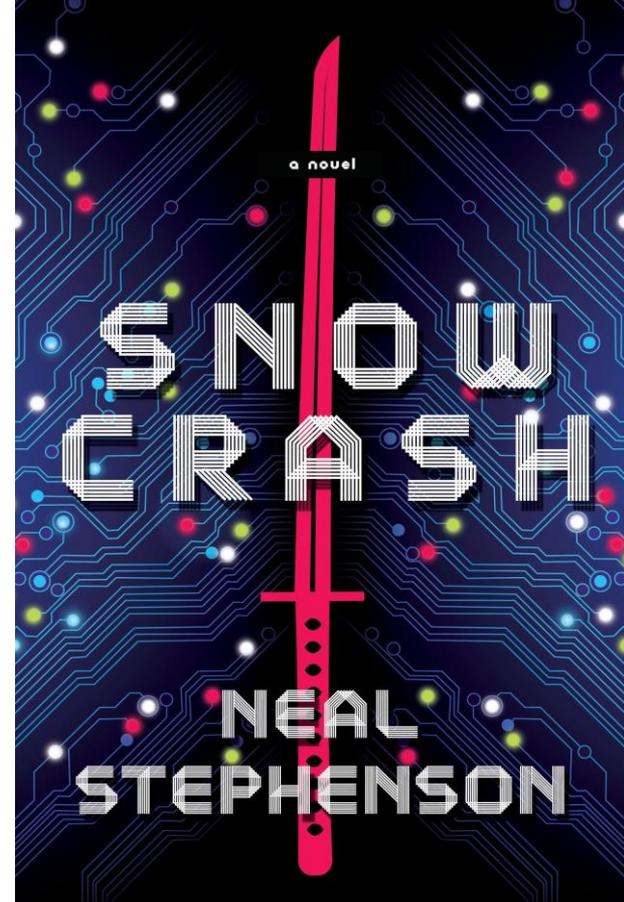


Collezione Bored Ape Yacht Club



Snoop Dogg

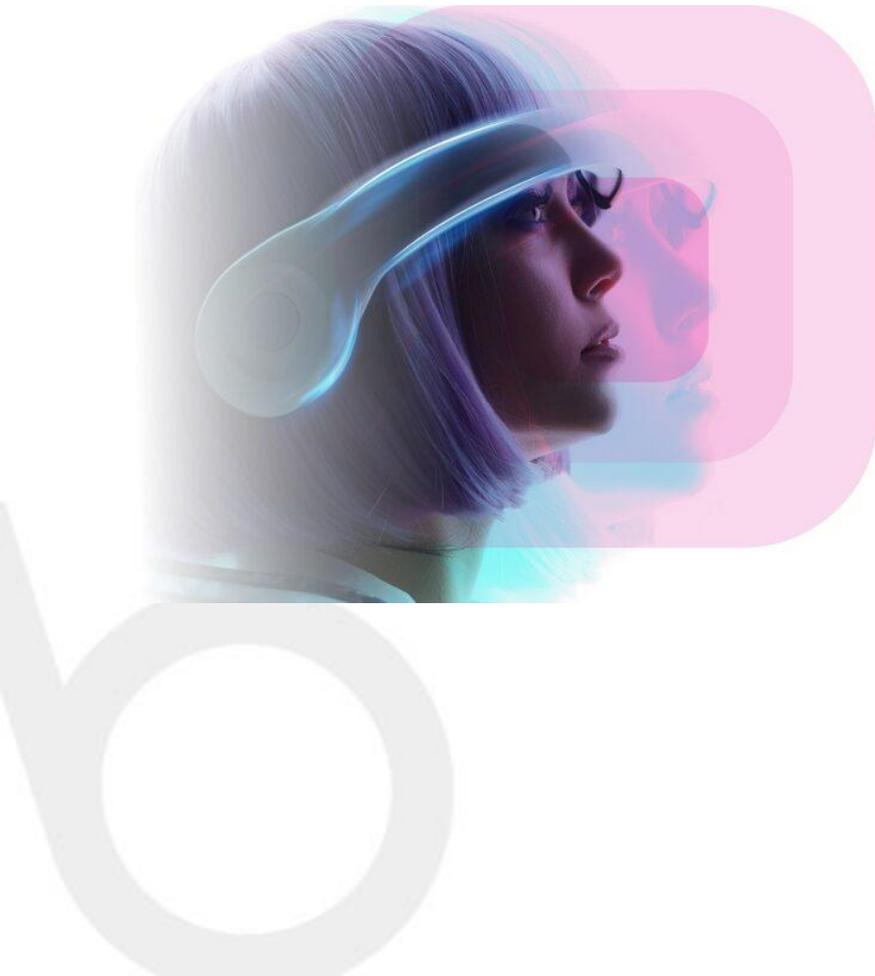
 **Meta** ←



METAVERSO: cosa è?

Phygital: crasi tra *physical* e *digital* → offre esperienza in cui i due mondi on-line ed off-line si fondono → **ON-LIFE:** realtà virtuale condivisa tramite internet, dove si è rappresentati in 3D tramite il proprio ologramma.

È uno spazio virtuale condiviso, immersivo, realistico ed interattivo, basato principalmente sulla realtà aumentata e su quella virtuale.





NFT ALLA STREGUA DELLA DIFFUSION LINE



METAVERSO: A COSA SERVE?



METAVERSO: A COSA SERVE?



Place Bid

Buy for €7,984

Sell for €864 or Ask for More →

Last Sale:

€3,841

▼ -€3,360 (-47%)

View Asks

View Bids

View Sales

NUOVE OPPORTUNITÀ DI GUADAGNO: (I prezzi nel metaverso non sono necessariamente più accessibili di quelli del mondo reale) → Lo studio di design RTFKT, acquistato da NIKE ha realizzato il design della sneaker «Fewocious RTFKT NFT» ispirata alla collezione Nike Air Force One.

Il prezzo di partenza per un NFT era di 5.000\$ ed ha raggiunto i 10.000\$. Al momento, la collezione è completamente *sold out*.

METAVERSO: A COSA SERVE?

NELL'INDUSTRIA E NELLA LOGISTICA: miglioramento dei processi ed eliminazione dei sovraccosti nell'industria e nella logistica tramite:

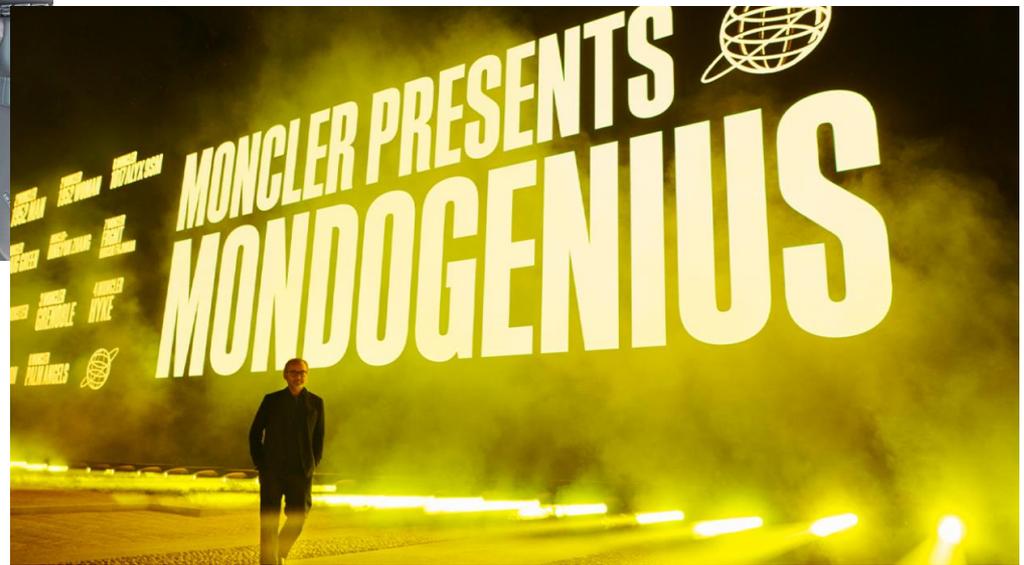
- Riunioni a distanza;
- Programmi che progettano flussi di lavoro, rilevano le inefficienze e modificano la produttività
- Riduzione dei costi operativi;
- Simulazione dettagliata dei processi;
- Ambienti virtuali immersivi per facilitare la formazione, etc.



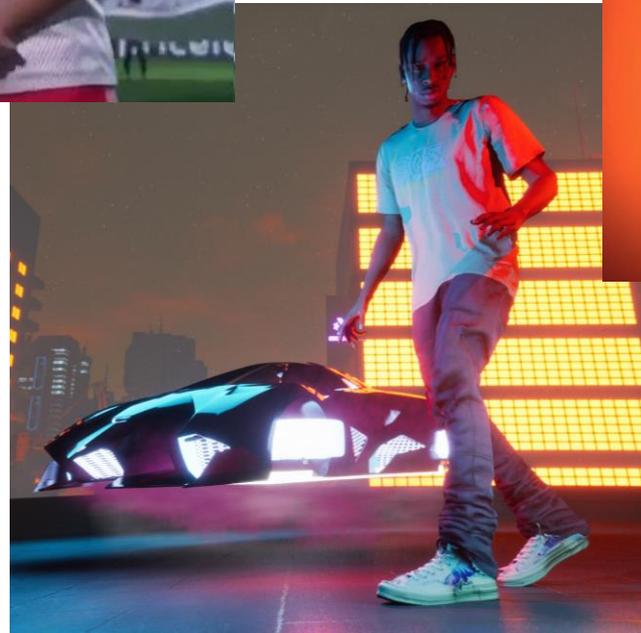
Gli antesignani del Metaverso: Coca Cola







Gli antesignani del Metaverso: Pringles, Converse, Burger King



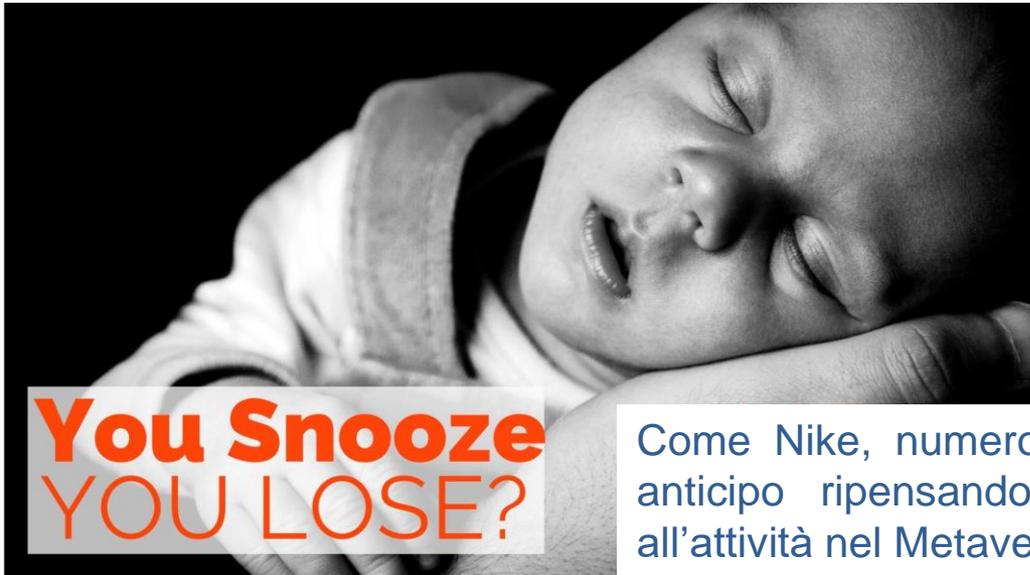
Metaverso: mondo non reale in cui il valore dei prodotti è reale.

Metaverso nuovo Wild West dei Marchi che apre le porte al trademark squatting (oggetto principale: classe 9 ed i prodotti virtuali scaricabili):

1. US Application No. 97112054 **PRADA**.
2. US Application No. 97112038 **GUCCI**.



Marchi nel Metaverso: «*Chi dorme non piglia pesci*»



Come Nike, numerosi altri brands si sono mossi in anticipo ripensando i propri titoli compatibilmente all'attività nel Metaverso.

PREFERIBILE GIOCARE D'ANTICIPO

US. Trademark no. 97096236 per «JUST DO IT»

Classe 9: *prodotti virtuali scaricabili, ovvero, programmi informatici contenenti calzature, abbigliamento, cappelleria, articoli ottici, borse, sacche da sport, zaini, attrezzi sportivi, arte, giocattoli e accessori per uso online e in mondi virtuali online.*

Classe 35: *servizi di vendita al dettaglio in negozio relativa ai seguenti prodotti: prodotti virtuali, ovvero, calzature, abbigliamento, articoli di cappelleria, articoli ottici borse sportive, zaini, attrezzature sportive, arte, giocattoli e accessori, tutti i suddetti prodotti sono per uso online; servizi di vendita al dettaglio on-line in relazione ai seguenti settori: merci virtuali, ovvero, calzature, abbigliamento, articoli di cappelleria, articoli ottici, sacche, borse, borse sportive, zaini, attrezzature sportive, arte, giocattoli e accessori.*

Classe 41: *divertimento, ovvero, fornitura online di calzature, abbigliamento, articoli ottici, borse, borse da sport, zaini, attrezzatura sportiva, arte, giocattoli e accessori virtuali scaricabili per uso in ambienti virtuali.*

Nike deposita domanda di registrazione per il marchio US «**NIKELAND**» che concerne, non tanto singoli beni virtuali, quanto la stessa realtà virtuale creata dalla multinazionale.

Classe 9: *prodotti virtuali scaricabili, ovvero programmi per computer riguardanti calzature, abbigliamento, cappelleria, occhiali, borse, borse sportive, zaini, attrezzature sportive, arte, giocattoli e accessori per l'uso online e in mondi virtuali online; software scaricabili per giochi interattivi da utilizzare tramite una rete informatica globale e tramite varie reti senza fili e dispositivi elettronici; software scaricabili per impegnarsi in reti sociali e interagire con comunità on-line; software scaricabili per l'accesso e lo streaming di contenuti d'intrattenimento multimediali; software scaricabili per fornire accesso a un ambiente virtuale on-line; software scaricabili per la creazione, produzione e modifica di design e personaggi animati e non animati digitali, avatar, sovrapposizioni digitali e skin per l'accesso e l'uso in ambienti online, ambienti virtuali online e ambienti virtuali di realtà estesa.*

•**Classe 25:** *calzature; abbigliamento, ovvero maglie, pantaloni, pantaloncini, t-shirt, camicie, felpe, felpe con cappuccio, pantaloni della tuta, gilet, canotte, tute sportive, giacche, giacche a vento, cappotti, biancheria intima, cinture, reggiseni sportivi, calzini, polsini, fasce per la testa, cappelleria, cappelli, berretti, visiere, fasce per il sudore, maglioni, gonne, vestiti, scarpe, guanti; abbigliamento per lo sport, ovvero uniformi per lo sport; collant sportivi; maniche sportive; abbigliamento per uso atletico; calzature e abbigliamento che incorporano la tecnologia NFC (Near Field Communication).*

•**Classe 35:** *fornitura di un sito Web interattivo e software applicativo per servizi di giochi di realtà virtuale.*

•**Classe 41:** *servizi di intrattenimento, ovvero fornitura di calzature virtuali on-line non scaricabili, abbigliamento, cappelleria, occhiali, borse, borse sportive, zaini, attrezzature sportive, arte, giocattoli, accessori, design e personaggi animati e non animati digitali, avatar, sovrapposizioni digitali e skin da utilizzare in ambienti virtuali; servizi di realtà virtuale e giochi interattivi forniti on-line da una rete informatica globale e tramite varie reti senza fili e dispositivi elettronici; servizi d'intrattenimento, ovvero fornitura di software per giochi non scaricabili on-line e videogiochi on-line; servizi di intrattenimento, ovvero fornitura di ambienti virtuali in cui gli utenti possono interagire per scopi ricreativi, ricreativi o di intrattenimento; servizi d'intrattenimento, ovvero fornitura di un ambiente on-line riguardante lo streaming di contenuti d'intrattenimento e lo streaming dal vivo di eventi d'intrattenimento; servizi di intrattenimento sotto forma di organizzazione, organizzazione e hosting di spettacoli virtuali ed eventi di intrattenimento sociale.*

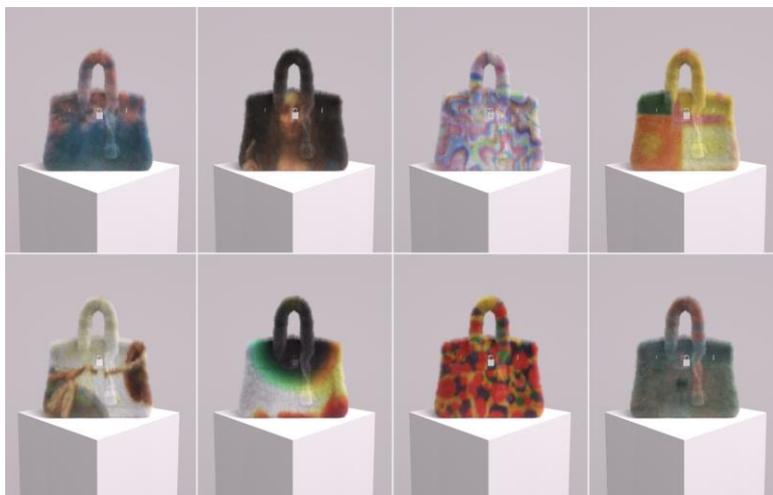
1. **Tutelare i marchi con corretta classificazione compatibile con il metaverso**
2. **Monitorare l'uso dei propri marchi da parte di terzi sulle piattaforme virtuali**
3. **Registrare nomi a dominio con estensioni connesse al metaverso**
4. **Monitorare la registrazione di nomi a dominio identici o simili al proprio marchio con estensioni connesse al metaverso.**



Tizio, titolare del marchio italiano “X” registrato in classe 25 per abbigliamento
Caio, che non è titolare di alcun marchio, acquista un lotto di terreno su Decentraland e vende **NFT su calzature riportanti il marchio “X” senza autorizzazione.**
Un marchio che rivendica prodotti della realtà «fisica», è protetto anche per gli stessi prodotti della realtà virtuale?



Altri interrogativi: registrazione worldwide? Uso nel metaverso è prova d'uso effettivo/prova di notorietà? Chi è responsabile delle violazioni nel metaverso?



V. Hèrmes vs le cd. METABIRKIN
(Mason Rothschild)

V. Nike vs StockX
(*digital receipts o digital goods?*)

**ENTRAMBE LE PRONUNCE AVRANNO
L'EFFETTO DI DEFINIRE L'ESTENSIONE
DEI DIRITTI DEI MARCHI NEL
METAVERSO**

**LA PRODUZIONE NON AUTORIZZATA DI NFT
APRE LA RIFLESSIONE SULLA
ATERRITORIALITÀ DEL METAVERSO**

Le domande di brevetto possono interessare:

- **componenti hardware associati al Metaverso**
- **software applicati nel Metaverso**

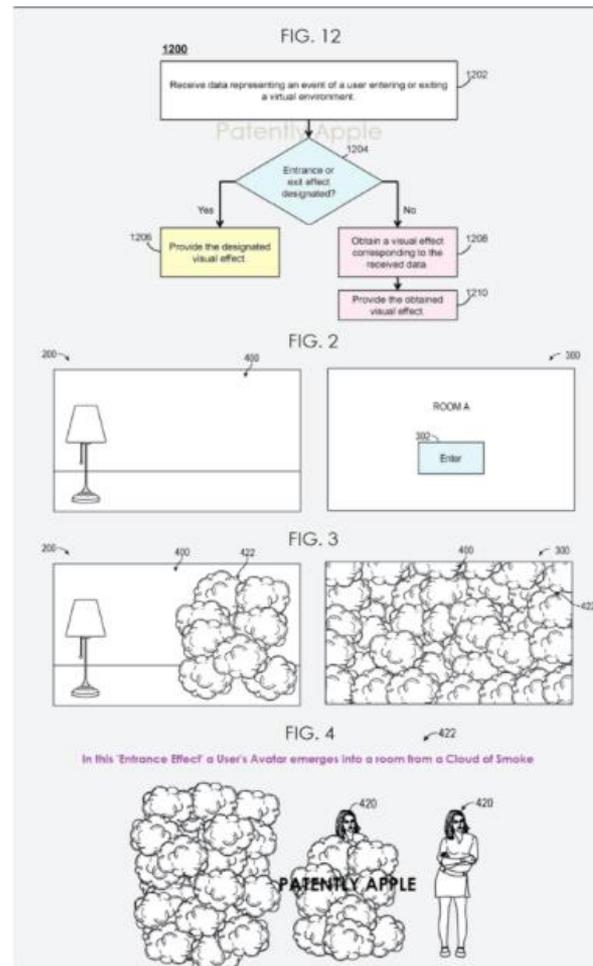
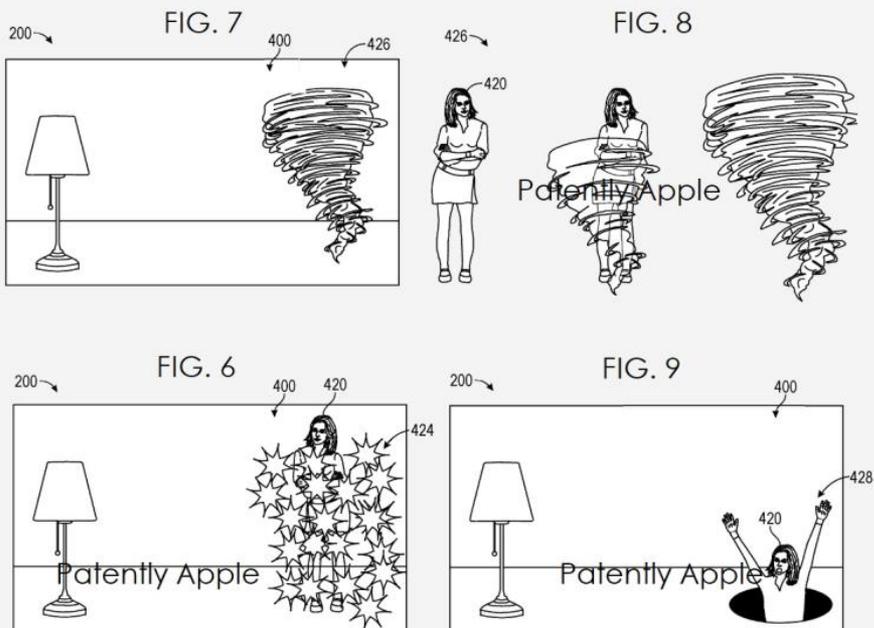
NON deve trattarsi della semplice implementazione di un processo che viene eseguito allo stesso modo nell'ambiente informatico tradizionale e nel metaverso.



Brevetti nel Metaverso: la «metaverse innovation» di Apple

CLICK ON IMAGE TO ENLARGE

Alternative Entrance Effects





Potenzialità del design nel Metaverso:

- Registrazione non vincolata a particolari prodotti/servizi.
- Design a copertura di simboli grafici (es. loghi).





Parlamento Europeo e IAP confidano nei Codici di Autoregolamentazione.

Influencer avatar: sembianze umane e collaborazione con i brand che sponsorizzano tramite i propri endorsement.

Obblighi Regolamento Digital Chart +
Obbligo di trasparenza ulteriore concernente
l'identità dell'avatar e del soggetto
responsabile





Grazie!

Avv. Valentina Gazzarri

valentina.gazzarri@bugnion.eu

D.ssa Sonia Garieri

sonia.garieri@bugnion.eu

Via Domenico Muratori, 8 89127

Reggio Calabria – Italy

tel.+39.0965 891897

cell.+39.3470879722