**NOWE TECHNOLOGIE NA START! ROZPOCZNIJ KARIERĘ Z RADCĄ PRAWNYM! 2. EDYCJA**

**- KAZUSY DLA STUDENTÓW -**

**Kazus I**

Jan K., będący osobą fizyczną nieposiadającą wpisu swojej działalności w CEIDG planuje nabyć od innej osoby fizycznej, która także nie widnieje w CEIDG konto na jednym z portali społecznościowych. Profil ten jest obserwowany przez około 150 000 osób. Konto pierwotnie utworzone zostało w celu wymiany informacji dotyczących zdrowia i wychowania małych dzieci oraz ich matek. Obecnie prowadzenie konta przynosi jego właścicielowi regularne zyski z reklam.

Profil ten wraz z informacjami o tzw. „followersach” został wystawiony do sprzedaży na innym profilu dotyczącym tzw. „sprzedaży gotowych biznesów” w cenie 20 000 zł. Jan K. planuje kupić konto wraz z informacjami o tzw. followersach, a następnie wykorzystać go w celu informowania o produktach dla matek wychowujących małe dzieci. Poza informowaniem o produktach, Jan K. planuje również sprzedawać te produkty zarówno na ogólnodostępnym portalu sprzedaży internetowej, jak i bezpośrednio „followersom”, kierując ich do swojego sklepu internetowego oraz wysyłając im maile z ofertami. W przyszłości planuje rozszerzać bazę „followersów” przez przeszukiwanie innych kont w portalach oraz zachęcanie do tzw. „polubienia”, a także przeszukiwać inne ogólnodostępne katalogi i bazy danych takie jak wyszukiwarka „Google” oraz bazy CEiDG. Jan K. rozważa także przyszłą sprzedaż rozwiniętej przez siebie bazy danych za odpowiednio większą cenę (tzw. flip).

Wobec powyższego Jan K. zwrócił się do Ciebie z następującymi pytaniami:

1. Jakie kroki powinien podjąć Jan K., aby móc zgodnie z prawem sprzedawać swoje produkty zarówno na ogólnodostępnym portalu sprzedaży, jak i bezpośrednio swoim followersom? Rozważ działania Jana K. zarówno w relacji z dotychczasowym właścicielem konta, followersami oraz innymi podmiotami (także organami publicznymi). Twoja odpowiedź powinna oddawać kompleksowe ujęcie działań Jana K. tak, aby mógł on zgodnie z prawem zrealizować swoje założenia.
2. Czy Jan K. może korzystać z zakupionej wraz z profilem społecznościowym bazy danych zawierającej informacje o followersach w celu bezpośredniego oferowania im swoich produktów? Dlaczego tak/dlaczego nie? Jakie kroki powinien podjąć, aby jego działania były zgodne z obowiązującymi przepisami?
3. Czy Jan K. może sprzedać zmodyfikowaną przez siebie bazę danych? Jeśli tak, to jakie kroki powinien podjąć, aby proces był zgodny z obowiązującymi przepisami w zakresie ochrony danych osobowych?

**Kazus II**

Klient z pytania 1. zwraca się z prośbą o wyjaśnienie mu sytuacji prawnej związanej z krótką melodią – dżinglem, którym posługuje się na portalu służącym do publikowania krótkich filmów i sporadycznie przy tworzeniu publikacji audio (np. podcastu). Plik muzyczny, którego używa został przez Klienta ściągnięty 2 lata temu ze strony umożliwiającej odwiedzającym tworzenie muzyki poprzez dobór parametrów takich jak instrument, tempo, nastrój, styl etc. Na stronie nie ma regulaminu korzystania ani zapisów licencyjnych, widnieje tam jedynie krótka informacja, że pliki tworzy zaawansowana sztuczna inteligencja, ich pobranie ze strony jest darmowe i mogą być wykorzystywane „*w celach niekomercyjnych”.*

Melodię tę można usłyszeć na początku każdego filmiku stworzonego i opublikowanego na koncie Klienta, jak również każdej formy audio.

Obecnie Klient chciałby zmodyfikować plik, dodając do niego linię wokalu. Znajomy ostrzegł go jednak, że musi uważać na prawa autorskie do takiego utworu. Klient zaczął więc obawiać się, że twórcy strony i narzędzia na niej opublikowanego, dzięki któremu powstał dżingiel wystąpią do niego z roszczeniami. Obawia się zwłaszcza o interpretację „*użytku niekomercyjnego*”. Alternatywnie rozważa więc sprzedaż melodii znajomemu, który chce zacząć prowadzić vloga. Uzyskane wynagrodzenie przeznaczyłby na zlecenie napisania i nagrania nowej melodii z wokalem przez kompozytora/wokalistę.

W związku z tym Klient przedstawia następujące pytania:

1. Czy Klientowi obecnie przysługuje prawo używania ww. melodii? Jeśli tak – w jakim zakresie?
2. Czy Klient powinien się obawiać roszczeń ze strony podmiotów trzecich? Jeśli tak – kto, jakie i na jakiej podstawie prawnej mógłby wystosować wobec Klienta roszczenia?
3. Zaproponuj Klientowi konkretne działania zabezpieczające go pod kątem potencjalnych roszczeń przeciwko niemu.
4. Czy Klient może dowolnie modyfikować plik z melodią? Czy może dodać do niego wokal? Rozważ rekomendacje dla Klienta dot. nowej melodii ze szczególnym uwzględnieniem reguł dotyczących tworzenia i wykorzystywania utworów zależnych oraz utworów inspirowanych.
5. Czy Klient może sprzedać prawa do melodii znajomemu? Jeśli tak, to co obejmowałyby te prawa i w jakiej formie należałoby zawrzeć umowę?

**Kazus III**

Jan K. rozpoczął prowadzenie działalności gospodarczej w zakresie dostarczania materiałów prasowych, zarówno w formie artykułów, jak również materiałów audio-wideo. Jan K. początkowo działał wyłącznie na rzecz większych redakcji. Z czasem dostrzegł jednak, że dostarczane przez niego treści cieszą się dość dużą popularnością, a wynagrodzenie uzyskiwane od redakcji za przygotowane i przekazane materiały nie jest zbyt wysokie (z kolei wydaje mu się, że redakcje odnoszą dzięki jego materiałom znaczące zyski). W związku z tym Jan K. zaczął tworzyć własny podcast w popularnym serwisie streamingowym oraz własny kanał w popularnym portalu pozwalającym na udostępnianie materiałów audiowizualnych. Po pewnym czasie do Jana K. zgłosiły się dwa podmioty: jeden prowadzący działalność gospodarczą na rynku urządzeń elektronicznych, a drugi – na rynku sprzedaży alkoholi. Oba podmioty chciały, by Jan K. w sposób dyskretny i nienachalny prezentował sprzedawane przez te przedsiębiorstwa wyroby (mikrofony i laptopy, jeżeli chodzi o pierwsze przedsiębiorstwo oraz alkohol wysokoprocentowy, jeżeli chodzi o drugie z nich). Przedsiębiorstwom zależało na tym, by przekaz był dyskretny, wręcz podprogowy, w związku z czym dostarczyły one Janowi K. przygotowaną wcześniej strategię lokowania produktu. Nie przewidywała ona żadnych wymogów prawnych dotyczących lokowania, w związku z czym Jan K. stwierdził, że nie musi spełniać żadnych szczególnych kryteriów i wiążą go wyłącznie wytyczne usługodawcy. Jan K. uznał, że jeśli działa zgodnie wyraźnymi i szczegółowymi instrukcjami swojego kontrahenta – osobiście sam niczym nie ryzykuje. Za wyświadczoną usługę Jan K. od każdego przedsiębiorstwa otrzymał wynagrodzenie w kwocie 10 000 zł. Po pewnym czasie Jan K. nabrał jednak obaw co do prawidłowości swojego postępowania i zgłosił się do Ciebie z następującymi pytaniami:

1. Czy Jan K. słusznie stwierdził, że świadczona przez niego na rzecz przedsiębiorstw usługa nie podlega regulacji prawnej? Dlaczego/dlaczego nie? Jakie kryteria powinien spełnić Jan K. dla legalnego lokowania produktu?
2. Czy Jan K. lub przedsiębiorstwa (usługodawcy) mogą ponieść za swoje zachowanie odpowiedzialność? Jeżeli tak – za które konkretnie zachowania, na jakich podstawach i dlaczego?
3. Czy przedmiot lokowania wpływa w przedstawionym przypadku na jego dopuszczalność lub warunki? Dlaczego/dlaczego nie?
4. Przedstaw Janowi K. rekomendacje konkretnych działań, które zabezpieczą jego interesy w obecnej sytuacji.