

“IP and Sports: Ready, Set, Innovate!”

A kerti játékoktól a szabadalmaztatott játékgig: hogyan kezdődik a sportinnováció

A dübörgő stadionok és a milliárd dolláros közvetítések előtt a legtöbb sport sokkal szerényebb léptékben kezdődött, gyakran hátsó udvarokban vagy improvizált pályákon.

A kosárlabda 1891-ben egy YMCA Nemzetközi Edzőiskola tornaterméből egy több milliárd dolláros iparággá nőtte ki magát, amely a világot átívelte.

Két őszibarackos kosárral kezdődött, amelyeket egy tornaterem ellentétes végére szegeztek, és egy alapvető szabályrendszerrel, amely azt célozta, hogy a Springfieldben, Massachusettsben élő diákokat aktívan tartsa és felmelegítse a hideg teleken. De nem maradt sokáig észrevétlen a játék. A kosárlabda gyorsan fejlődött, a felszerelések fejlesztésével együtt, a szabványosított karikától a pontosan megtervezett labdákig, amelyek pont megfelelően pattognak. Minden új technológia finomította a játék menetét, biztonságosabbá és versenyképesebbé téve azt.

Ez a minta ismétlődik a különböző sportágak között. Ami játékként kezdődik, az profi vagy akár amatőr mérkőzésekké válik, ami továbbfejlesztett eszközöket igényel.



A futball erre szintén jó példa. A labdarúgás – amelyet a legtöbb országban futballnak hívnak – a világ legnépszerűbb sportja. A labdarúgás története több ezer évre nyúlik vissza, a játék korai formái már az ókori civilizációkban megjelentek, mielőtt a modern szabályokat a 19. században hivatalossá tették volna. Ma a sportot világszerte olyan szervezetek irányítják, mint a FIFA, és nemzetközi szabványok támogatják, amelyek segítenek biztosítani a

labdarúgóeszközök biztonságát, teljesítményét és minőségét. Vegyük például az elektromágneses mezőgenerátorokat, amelyek a kapuszlópokba vannak beépítve, hogy érzékeljék, átmegy-e a labda teljes terjedelmében a gólvonalon, vagy a védőfelszereléseket, például a fejlett sípcsontvédőket vagy az Adidasnak az idei foci vb-re kifejlesztett Trionda névre hallgató labdáját. A labda egyedi formatervezésű, melyet négy, hőillesztéssel összeállított panel alkot, felületén mély barázdákkal és mikrotextúrával, ami javítja a röppályát és az aerodinamikai tulajdonságokat. Továbbá olyan csúcstechnológiával rendelkezik, melynek köszönhetően a belsejében elhelyezett beépített érzékelők (szenzorok) valós idejű adatokkal segítik a játékvezetőket és a leshelyzetek megítélését.

Természetesen az innováció önmagában nem tölti meg a stadionokat. Ahhoz, hogy a sport globális jelenséggé váljon, valami egészen másra van szükség: identitásra.

A csapatoktól a védjegyekig: sport és márképítés

Gondolj a kedvenc csapatodra. Valószínűleg azonnal el tudod képzelni a logót: a színeket, a szimbólumokat és a kabalafiguráját. Ezek a céltudatos részletek határozzák meg a gondosan kidolgozott identitást, amelyeket védjegyek és egyéb szellemi tulajdonvédelmi eszközök védenek.



Az események szervezői és a sportszervezetek, hogy megvédjék nevüket, logóikat és vizuális megjelenéseiket számos esetben élnek a védjegyjog által biztosított kizárólagos jog lehetőségével.



Fédération Internationale de Football Association (FIFA) európai uniós védjegyei

A csúcstechnológiás sportfelszerelésektől kezdve az ikonikus csapatmárkaépítésen át a felejthetetlen pillanatok globális közvetítéséig a sportot sokkal több hajtja, mint a fizikai tehetség. Szinte minden teljesítmény-, biztonság- és kereskedelmi fejlődés mögött egy összetett és egyre értékesebb IP-ökoszisztéma rejlik.

Az innováció szinte az iparág minden aspektusát érinti. Vannak könnyebb és tartósabb anyagok, adatvezérelt teljesítményelemzések, viselhető technológiák, új tartalomterjesztési módszerek. Ezeknek a fejlesztéseknek mindegyike a szellemi tulajdon védelmére épül. A szabadalmak védik a teljesítménynövelő és a biztonságra fókuszáló találmányokat. A formatervezési (design) jogok védik a sportruházat és a sportfelszerelések egyedi megjelenését. A védjegyek biztosítják a csapat identitását, a sportolói márkákat és erősítik az adott szervezet, egyesület jó hírnevét. A szerzői jogok pedig biztosítják pl. az egyes sportesemények élő közvetítéseinek jogát.

Így érthető, hogy ezek a jellegzetes sportpillanatok nem csupán múltó örömkifejezések kedvenc sportolóink részéről, hanem erőteljes kereskedelmi eszközök, amelyek védelemre szorulnak. A modern sportban a pillanatok gyorsabban és messzebbre jutnak, mint maga a sportoló, főként a közösségi média erejének köszönhetően. Kereskedelmi szempontból a logika világos. Ezek a regisztrációk lehetőséget adnak a sportolóknak, hogy hogyan használják ki imázsukat, személyiségüket és ikonikus ünnepléseiket árukon, és promóciós megállapodásokon keresztül – hasonlóan ahhoz, ahogy a Nike „Jumpman” védjegyének sziluettje biztosítja Michael Jordan zsákolásának kereskedelmi értékét.



Egy gól vagy egy futóteljesítmény ünneplése egykor egy múltó öröm pillanata volt. Ma ez egy érték, és a múltó pillanat és a tartós márka közötti különbség jogi előrelátás. Ezek a védjegy regisztrációk egyszerűen az adott sportolót idézik, akik tulajdonjogot vagy legalábbis részesedést követelnek abból, amit a piac már velük kapcsol össze.

Szép Erika
védjegy tanácsadó