DZIAŁALNOŚĆ W SIECI

Czas tokenów na rynku dzieł sztuki

Co powinien wiedzieć inwestor inwestyjący w cyfrowe dzieła sztuki.

KRZYSZTOF ROŻKO

radca prawny, wspólnik zarządzający, Kancelaria Prawna Krzysztof Rożko i Wspólnicy

MICHAŁ KRET

radca prawny, Kancelaria Prawna Krzysztof Rożko i Wspólnicy

Rozwój i rosnąca popularność technologii blockchain skutkuje powstawaniem i popularyzacją coraz nowszych dróg jej wykorzystania, nie omijając przy tym świata inwestycji. Określenia takie jak „kryptowaluta", „token", „technologia NFT" czy „metaverse" szturmem podbiły świat internetu. Prawdziwy boom w obszarze na styku cyfrowych technologii i sztuk pięknych wybuchł na początku 2021 roku, jednak już kilka lat wcześniej tokenizacja zaczęła przenikać do świata inwestycji.

Jednym z nowych obszarów zastosowań nowoczesnych technologii, cieszących się rosnącym zainteresowaniem, jest tokenizacja fizycznych dzieł sztuki. Umożliwia to zakup nieznacznych udziałów w dziełach sztuki, a tym samym dokonywanie mniejszych inwestycji na tym rynku, przy wykorzystaniu dedykowanych tokenów lub kryptowalut, za pomocą których mogą być dokonywane płatności.

Na czym to polega

W świecie kryptoaktywów i technologii blockchain tokeny są pewnego rodzaju matematyczną jednostką wartości, mogącą stanowić cyfrowe potwierdzenie autentyczności danego przedmiotu, który przynajmniej na chwilę obecną (do czasu prawnego uregulowania tych kwestii) może być dowolnie określony. Wśród tokenów można wyróżnić takie kategorie, jak tokeny użytkowe zapewniające dostęp do funkcjonalności lub usług świadczonych przez ich emitenta, tokeny powiązane z aktywami, których wartość jest zależna od aktywa bazowego, lub zdobywające coraz większą popularność tokeny NFT, wykorzystywane m.in. do tokenizacji utworów.

Wspomniane tokeny NFT (ang. non-fungible token) są niewymienialnym, unikalnym zapisem w blockchainie powiązanym z danym obiektem. NFT nadają danemu egzemplarzowi unikatowości w wymiarze kolekcjonerskim. W przeciwieństwie do innych kryptoaktywów tokeny NFT są pozbawione możliwości wymiany 1:1. Warto jednak pamiętać, że niewymienialność tokenów NFT nie oznacza braku możliwości ich sprzedaży – tokeny takie mogą być i są przedmiotem obrotu.

Token NFT jest pewnego rodzaju certyfikatem własności, potwierdzeniem, że obiekt jest własnością nabywcy. Inwestor inwestujący w stokenizowane dzieła sztuki uzyskuje specjalne certyfikaty dotyczące gwarancji autentyczności i unikalności dzieła, a także specjalne zabezpieczenia zapobiegające duplikowaniu czy kradzieży wytworu. Nabycie NFT rejestrowane jest w blockchainie, w którym wpisy są niezmienne i nieusuwalne za pomocą ciągu znaków. Stanowi to jeden z największych atutów NFT, co zapewnia nie tylko większą innowacyjność oferty, lecz również jej transparentność w coraz bardziej zdigitalizowanym otoczeniu.

Regulacje kryptoaktwywów

Unia Europejska od 2018 r. prowadzi prace nad rozporządzeniem w sprawie rynku kryptoaktywów (rozporządzenie MICA), które ma na celu uregulowanie kwestii związanych z emisją i obrotem kryptoaktywami.

Na chwilę obecną tokenizacja wytworów artystów i handel nią odbywa się pomimo braku dedykowanych temu zagadnieniu regulacji prawnych. Niektóre kraje podjęły co prawda próby uregulowania zasad obrotu kryptoaktywami, ale pierwszą ogólnounijną regulacją tego typu dopiero ma być wspomniane rozporządzenie MICA. Projektowana aktualnie treść tej regulacji pozwala wysunąć wniosek, że może ono nie objąć swoim zastosowaniem rynku unikalnych, niezamiennych kryptoaktywów uosabiających prawa do utworów. Niewykluczone jednak, że kwestie te, jako nieposiadające znacznego wpływu na stabilność rynków finansowych, zostaną uregulowane w toku prac nad tym rozporządzeniem lub w późniejszym czasie. Brak takiej regulacji prowadzi to tego, że przy kształtowaniu stosunku prawnego należy opierać się na obecnie dostępnych rozwiązaniach prawnych. Sytuacja taka w sposób naturalny łączy się z ryzykiem, że obecne regulacje w coraz większym stopniu nie będą nadążały za potrzebami rynku NFT, a wręcz mogą hamować jego rozwój.

Jest i ryzyko

Nie można również zapomnieć o ryzykach specyficznych dla tokenizacji fizycznych dzieł sztuki. Oprócz zagadnień o charakterze prawnym kluczowe wyzwania związane z organizacją obrotu NFT dotyczą materii wyceny tokenizowanego dzieła, potwierdzenia jego autentyczności (instrumentu bazowego tokenu) oraz odpowiedniego zabezpieczenia aktywa bazowego.

O ile takie kwestie, jak potwierdzenie autentyczności czy szacowanie wartości mają zastosowanie również do klasycznego obrotu, o tyle w przypadku sprzedaży tokenów potwierdzających ułamkowe prawo własności lub inne prawo majątkowe do dzieła na pierwszy plan powinno się wysunąć odpowiednie zabezpieczenie aktywa bazowego – w końcu nabywca ułamkowego udziału dzieła sztuki oczekuje zapewnienia, że przedmiot jego współwłasności jest bezpieczny i nie jest narażony na zniszczenie, uszkodzenie lub kradzież. Zagadnieniem wymagającym również odpowiedniego uregulowania jest zabezpieczenie praw powiązanych z NFT. O ile technologia NFT daje duże bezpieczeństwo co do powiązania posiadania NFT z danym podmiotem (w formie zapisu w blockchain), o tyle już zapewnienie, aby prawa powiązane z tym NFT nie były naruszane, niejako podążały za tokenem, może wymagać zawarcia dodatkowych umów z podmiotami trzecimi mającymi to zagwarantować (np. depozytariuszem, platformą obrotu lub emitentem tokenu).

Kluczowym aktualnie zagadnieniem jest także problematyka uznania takiego tokenu jako instrumentu finansowego zgodnie z regulacjami tzw. dyrektywy MiFID II. Ostateczna kwalifikacja danego tokenu, mając na uwadze różnice konstrukcyjne, wymaga indywidualnej analizy, niemniej, odnosząc istotę i cechy tokenizowanej sztuki do zawartych w dyrektywie MiFID II definicji, uzasadnione jest przyjęcie, że token, o których mowa, co do zasady, nie będzie instrumentem finansowym – wszak nie jest on instrumentem pochodnym.

Obrót tokenami

Poza kwestiami związanymi z samym procesem tokenizacji utworów na popularność tej formy inwestowania będzie miała wpływ niewątpliwie możliwość wtórnego obrotu tokenami i płynność tego typu inwestycji. Brak platform ułatwiających kojarzenie inwestorów zainteresowanych takim obrotem oraz rozliczenie transakcji negatywnie wpłynie na popularność tych inwestycji. Zaś inwestycji w stokenizowaną sztukę nie można porównywać chociażby do crowdfundingu, gdzie inwestor otrzymuje obietnice przyszłych zysków przedsięwzięcia lub potencjalnego debiutu spółki na rynku publicznym.

Jednakże wraz z ewentualnym upowszechnianiem się inwestowania w stokenizowaną sztukę płynność inwestycji oraz potwierdzenie jej wartości rynkowej w oparciu o wtórny rynek obrotu tokenami powinna być wyższa niż w przypadku obrotu fizycznym dziełem, które często sprowadza się do licytacji organizowanych przez domy aukcyjne.

Wyzwania na przyszłość

Wejście w życie odpowiedniego kształtu przepisów unijnych w sprawie rynków kryptoaktywów, może uregulować przynajmniej w pewnym stopniu zagadnienia prawne dotyczące obrotu cyfryzowanymi utworami. Mając na względzie opieszałość legislacyjną polskiego ustawodawcy chociażby w zakresie ustawy dotyczącej usług finansowania społecznościowego (zakres Rozporządzenia ECSP) do czasu ogłoszenia Rozporządzenia MICA trudno niestety liczyć na uregulowanie prawne obrotu kryptoaktywami w naszym ustawodawstwie, co wiąże się z ryzykiem regulacyjnym prowadzenia działalności na bazie obowiązujących przepisów. /©℗

USŁUGI CYFROWE

Łatwiej będzie dać odpór reklamie w sieci

Użytkownicy internetu mieliby mieć możliwości wyboru i modyfikacji preferowanych przez nich opcji.

MAŁGORZATA MISZTELA

adwokat, Marszałek & Partnerzy

MARTYNA DOBKOWSKA

asystent prawny, Marszałek & Partnerzy

Użytkownicy internetu na ogół spotykają się z reklamą behawioralną podczas korzystania z bardzo dużych platform internetowych, tj. Facebook czy Google, bowiem bazuje ona na preferencjach użytkownika i pokazuje produkty dopasowane do jego zainteresowań. Dane takie są zbierane i gromadzone dzięki tzw. plikom cookies, które pozwalają na zapisywanie historii odwiedzanych przez użytkownika stron internetowych.

Nie byłoby jednak reklamy behawioralnej, gdyby nie technologia big data, tj. ogromne, a zarazem różnorodne zbiory danych, których przetwarzanie i analiza pozwala na uzyskanie nowych, coraz to dokładniejszych informacji. Wpływa to bowiem na usprawnienie działań konkretnych branży i wspomaga decyzyjność ich podmiotów.

Działanie mające na celu zebranie informacji na temat użytkowników sieci znajduje swoje prawne odzwierciedlenie w art. 4 pkt 4 RODO , gdzie znajduje się definicja pojęcia profilowania, tj. wykorzystania danych osobowych do oceny niektórych czynników osobowych osoby fizycznej. Odnosi się to w szczególności do analizy efektów pracy danej osoby, jej sytuacji ekonomicznej, zdrowia czy osobistych preferencji i zainteresowań. Ponadto, oprócz funkcjonujących obowiązków nałożonych na administratorów danych osobowych w tym zakresie, znajdziemy tam regulacje dotyczące praw przysługującym samym użytkownikom. Art. 22 ust. 1 RODO wskazuje, iż użytkownik ma możliwość niepodlegania zautomatyzowanemu przetwarzaniu danych przez podmiot profilujący, jeżeli wywołuje to względem niej skutki prawne bądź na nią wpływa. Oznacza to, iż przetwarzanie danych użytkownika w ramach profilowania nie jest wprawdzie zakazane, jest jednak obarczone ograniczeniami zarówno po stronie administratorów danych osobowych, jak i użytkowników.

Odpowiedzią na te zagadnienia ma być Akt o usługach cyfrowych (ang. Digital Services Act, DSA). Celem wprowadzenia tej regulacji ma być walka z rozrastającym się zjawiskiem dezinformacji, nielegalnymi treściami, a także konkretne unormowanie kwestii przejrzystej reklamy. Treść postanowień skupia się na nałożeniu obowiązków na bardzo duże platformy internetowe w zakresie określania warunków rekomendacji w sposób jasny, dostępny i zrozumiały.

Nowe regulacje mają być rozwiązaniem również na wycieki danych, gdyż będą ograniczały okres przechowywania i zapis w repozytoriach informacji, zbieranych przez platformy za pomocą interfejsów aplikacji internetowych do roku po ostatnim wyświetleniu reklamy przez użytkownika.

DSA daje odbiorcom usług także szersze kompetencje w zakresie kontroli nad treściami. Te regulacje mają zobowiązywać gigantów internetowych do zapewnienia użytkownikom możliwości wyboru i modyfikacji preferowanej opcji co do kolejności przedstawianych informacji w każdym czasie. Dzięki temu użytkownicy będą mogli zdecydować, czy zgadzają się na dopasowane reklamy i będą mogli uzyskać informacje na temat podstawy ich wyświetlania.

Dodatkowym obowiązkiem dotyczącym platform internetowych ma być zapewnienie wewnętrznego systemu rozpatrywania skarg złożonych przez użytkowników danej platformy co do decyzji podjętych w związku z nielegalnymi treściami lub informacjami niezgodnymi z warunkami korzystania z ich usług. Co ważne, w przypadku braku możliwości rozwiązania sporu w ramach wewnętrznego systemu, użytkownikowi będzie przysługiwało prawo wyboru dowolnego mechanizmu pozasądowego rozstrzygania sporów przez organ certyfikowany przez koordynatora ds. usług cyfrowych danego państwa członkowskiego.

Największym wyzwaniem stawianym przed przyjęciem aktu jest jednak jego odpowiednie egzekwowanie. Faktem jest, iż giganci internetowi powoli wprowadzają funkcje udostępnienia użytkownikom informacji na temat wyświetlania danej reklamy, jednak gdy będą oni stale naruszać postanowienia aktu, Komisja Europejska będzie miała możliwość dokonywania wobec nich interwencji, czy też będzie mogła nakładać grzywny i okresowe kary pieniężne. Uprawnienia te będą również przysługiwały w przypadku udzielenia nieprawidłowych, niekompletnych lub wprowadzających w błąd informacji.

Co prawda Akt o usługach cyfrowych nie wszedł jeszcze w życie, jednak zważywszy na końcowy etap jego wprowadzenia, należy nastawić się na znaczne zmiany dotyczące zarówno samych podmiotów reklamujących rekomendowane usługi oraz ich użytkowników. Ostateczne rozwiązania i ich implementacja zależeć będzie od przyjętej przez konkretne podmioty praktyki, tym samym należy przygotować się na zmiany w zakresie zarządzania preferencjami odbiorców usług i targetowania pod takie preferencje reklam. /©℗