

Maciej Węgierski*

Własność intelektualna w Internecie – nieuczciwa konkurencja na podstawie adresów domenowych

Nieuczciwa konkurencja w Internecie – rozważania teoretyczne

Problematyka nieuczciwego wykorzystania narzędzi internetowych w walce konkurencyjnej jest o tyle istotna, gdyż przy dokonywaniu transakcji handlowych w rzeczywistości, klienci, decydując się na zawarcie określonej umowy mogą zweryfikować swojego kontrahenta, towar czy też usługę. Decydując się na zawarcie umowy drogą elektroniczną, tracimy tę możliwość. Co więcej, możliwość wprowadzenia w błąd jest większa, gdyż można zarejestrować domenę internetową ze znanym lub renomowanym znakiem towarowym lub popularną nazwą przedsiębiorstwa.

Naruszenia, do których może dojść w wyniku nieuczciwego wykorzystania usług internetowych mogą przybrać najróżniejsze formy. Szczególnymi deliktami nieuczciwej konkurencji dotyczącymi domen internetowych⁵⁷, są:

- cybersquatting, czyli rejestrowanie w nazwie domeny cudzego oznaczenia,
- typosquatting, czyli rejestrowanie w nazwie domeny błędnie napisanego cudzego oznaczenia,

Podstawą prawną niniejszych rozważań będzie ustawa z 16 kwietnia 1993 roku o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. 1993, Nr 47, Poz. 277). Aby na płaszczyźnie jurystycznej wskazać, iż opisane wyżej zachowania są niezgodne z prawem, niezbędne jest przeanalizowanie podstawowych przepisów ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, dalej zwaną u.z.n.k.

Aby konkretne zachowanie mogło być zakwalifikowane jako czyn nieuczciwej konkurencji, zgodnie z art. 3 § 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, muszą zostać spełnione określone przesłanki, tj. działanie szkodzące musi zostać podjęte w związku z działalnością gospodarczą, musi być ono sprzeczne

* Doktorant w Katedrze Prawa Gospodarczego i Handlowego Uniwersytetu Łódzkiego

⁵⁷ W literaturze pojawia się termin „piractwa domenowego”, pod którym kryje się zbiorcze określenie praktyki cybersquattingu, typosquattingu oraz rejestracji nazw ośmieszających w domenach internetowych.

z prawem lub z dobrymi obyczajami oraz musi zagrażać lub naruszać interes innego przedsiębiorcy lub klienta.

W związku z tymi przesłankami pojawiają się wątpliwości. Po pierwsze, czy jednorazową aktywność polegającą na rejestracji jednego lub kilku adresów internetowych w celu ich późniejszej odsprzedaży lub uzyskania innych korzyści można zakwalifikować jako prowadzenie działalności gospodarczej? Zgodnie z definicją zawartą w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, w art. 2 wskazano, iż przedsiębiorcami, w rozumieniu ustawy, są osoby fizyczne, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne niemające osobowości prawnej, które prowadząc, chociażby ubocznie, działalność zarobkową lub zawodową uczestniczą w działalności gospodarczej. To właśnie do tych podmiotów będziemy stosowali przepisy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Odpowiadając na wcześniej zadane pytanie, należy zgodzić się z poglądem J. Ożegalskiej [2001], który twierdzi, iż „sam akt rejestracji przedmiotowych adresów może być postrzegany jako działanie jednorazowe, to późniejszą działalność polegającą na działaniach zmierzających do sprzedaży, czy wydzierżawienia takich adresów właścicielom użytych w nich znaków lub zainteresowanym osobom trzecim, a więc złożonych i zwykle powtarzanych czynności, można uznać za uczestniczenie w obrocie”. Oznacza to, iż działalność „piratów domenowych” można zakwalifikować jako działalność gospodarczą w rozumieniu u.z.n.k.

Kolejną przesłanką jest sprzeczność z prawem lub dobrymi obyczajami. W przypadku cybersquattingu za sprzeczne z prawem należy uznać takie zachowanie, które koliduje z prawem wyłącznym właściciela zarejestrowanego znaku towarowego lub dobra osobistego przedsiębiorcy jakim jest firma. Ocenę niezgodności z dobrymi obyczajami przeprowadza każdorazowo sąd w oparciu o powszechnie przyjęte kryterium „funkcjonalno - ekonomiczne”. Jak argumentuje J. Ożegalska [2001], „formy piractwa adresowego są sprzeczne z dobrymi obyczajami, gdyż zakłócają funkcjonowanie konkurencji na rynku usług *on-line*, fałszują współzawodnictwo poprzez blokowanie możliwości rejestracji i używania adresu ze znakiem przedsiębiorcy jako najskuteczniejszej drogi do obecności na rynku internetowym. Nie ma też wątpliwości, że tego typu nieuczciwa aktywność gospodarcza pewnych uczestników tego specyficznego rynku może zagrażać lub naruszać interesy innych przedsiębiorców, jak i klientów”. Co więcej, autorka zauważa, iż piractwo domenowe może prowadzić do utraty realnych zysków, w szczególności, gdy znak używany jest do reklamowania i sprzedawania towarów niższej jakości. W takiej sytuacji właściciel znaku narażony jest na utratę renomy znaku i stopniową utratę jego odróżniającego charakteru. „Przez takie działanie następuje zaciemnienie konkurencji, która powinna być przejrzysta zarówno dla profesjonalnych uczestników rynku, jak i dla klientów”. Interes klientów jest zagrożony wskutek możliwości wprowadzenia ich w błąd

przy wyborze towaru oraz zakłócone zostają ich procesy decyzyjne związane z zakupem określonych towarów czy korzystaniem z określonych usług.

Kolejnym przepisem, który może mieć zastosowanie w przedstawionych przypadkach jest przepis dotyczący wprowadzenia w błąd co do tożsamości przedsiębiorstwa. Używanie w obrocie wprowadzającego w błąd oznaczenia przedsiębiorstwa zostało przez ustawodawcę umieszczone w art. 5 u.z.n.k., w którym znajdujemy, że czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie przedsiębiorstwa, które może wprowadzić klientów w błąd co do jego tożsamości, przez używanie firmy, nazwy, godła, skrótu literowego lub innego charakterystycznego symbolu wcześniej używanego, zgodnie z prawem, do oznaczenia innego przedsiębiorstwa. „Oznaczenie przedsiębiorstwa” jest określeniem zbiorczym [Szwaja 2006] dla wszystkich symboli, które mogą służyć wyróżnieniu działalności gospodarczej w znaczeniu przedmiotowym⁵⁸. Jak zauważył Sąd Najwyższy w wyroku⁵⁹ z 19 czerwca 2002 roku, zwalczanie nieuczciwej konkurencji, aby było skuteczne, musi więc uwzględniać wszystkie oznaczenia wchodzące w zakres obu grup (tj. grupy pierwszej obejmującej oznaczenia zbieżne z wszelkimi oznaczeniami przedsiębiorcy i drugiej - obejmującej wszystkie inne oznaczenia identyfikujące przedsiębiorstwo). Trzeba przy tym pamiętać, że określone oznaczenie może „przyłgnąć” do przedsiębiorstwa wskutek niezamierzonego przez przedsiębiorcę nazywania przedsiębiorstwa w określony sposób przez klientelę, np. nazwą nawiązującą do jakiegoś charakterystycznego elementu budynku przedsiębiorstwa. Przykładem może być lokal gastronomiczny przy ulicy św. Anny w Krakowie, który nosił nazwę „Jadłodajnia Ludowa”, chociaż powszechnie był nazywany „U Kapusty” [Nowińska, du Vall, 2003].

Należy pamiętać, że dla zastosowania art. 5 niezbędne jest używanie oznaczenia, które mówi, iż ochrona faktycznie rozpoczyna wraz z zaistnieniem przedsiębiorstwa na rynku, nawet jeżeli nie rozpoczęło ono działalności produkcyjnej czy usługowej, np. przez kampanię reklamową. Nie można zgodzić się z poglądem wyrażonym w doktrynie, że o używaniu oznaczenia przedsiębiorstwa można już mówić po podjęciu formalnych kroków zmierzających do rozpoczęcia prowadzenia działalności gospodarczej. Odrzucenie tego poglądu jest zrozumiałe, gdyż nie można wprowadzić klientów w błąd co do tożsamości przedsiębiorstwa przed faktycznym pojawieniem się na rynku i dotarciem do klientów. Tezę tę potwierdza wyrok⁶⁰ Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 24

⁵⁸ Definicję przedsiębiorstwa w znaczeniu przedmiotowym znajdujemy w Art. 55¹ kodeksu cywilnego, który stwierdza, że przedsiębiorstwo jest zorganizowanym zespołem składników niematerialnych i materialnych przeznaczonym do prowadzenia działalności gospodarczej.

⁵⁹ Wyrok SN - Izba Cywilna z 2002-06-19, II CKN 1229/00 Opubl: OSNC rok 2003, Nr 6, poz. 86.

⁶⁰ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 2002-04-24, I ACa 1182/01 Opubl: Wokanda rok 2003, Nr 2, s. 42.

kwietnia 2002 roku, w którym stwierdzono, że „z używaniem, posługiwaniem się konkretnym oznaczeniem mamy do czynienia wówczas, gdy określony podmiot podjął formalne kroki zmierzające do zaistnienia na rynku pod danym oznaczeniem, rzeczywiście nazwą tą się posługuje lub po zaprzestaniu działalności nazwa ta trwa w świadomości klientów. Nie wystarczy zatem do przyjęcia używania oznaczenia przedsiębiorcy samo tylko formalne zarejestrowanie, zaewidencjonowanie nazwy”.

Co więcej, zgodnie z wyrokiem⁶¹ Sądu Najwyższego z 26 marca 2002 roku podmiotem, któremu służy ochrona przewidziana w art. 5 w zw. z art. 18 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. Nr 47, poz. 211) jest przedsiębiorca używający, jako pierwszy nazwy dla oznaczenia prowadzonego przedsiębiorstwa. W praktyce oznacza to, iż kto pierwszy faktycznie rozpoczął używanie danego oznaczenia przedsiębiorstwa, temu przysługuje roszczenie z art. 5 u.z.n.k. Jednak udzielenie ochrony jest uzależnione od spełnienia warunku używania danego oznaczenia zgodnie z prawem.

Przesłanka ta została dokładnie przeanalizowana w wyroku Sądu Najwyższego z 19 czerwca 2002 roku, w którym stwierdzono, iż jeśli zestawień wymieniony przepis (art. 5 u.z.n.k.) z jego poprzednikiem (art. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 1926 roku), to okazuje się, że brzmienie obu przepisów różni się dość znacznie. Jeżeli natomiast uwzględnić przyjmowaną w orzecznictwie i piśmiennictwie wykładnię wcześniejszej regulacji, to okazuje się, że brzmienie art. 5 u.z.n.k. jest wyrazem tej wykładni. Na tle wcześniejszej regulacji przyjmowano, m.in. choć wprost to z niej nie wynikało, że wyłączność w oznaczaniu przedsiębiorstwa istnieje prawnie i będzie chroniona jedynie pod warunkiem, że używanie danych oznaczeń jest używaniem prawnym. Za prawne zaś uznawano używanie nienaruszające praw podmiotowych innych osób oraz przepisów natury publicznoprawnej zakazujących używania pewnych oznaczeń. Na przykład, cechy prawnego używania odmawiano posługiwaniu się określonym oznaczeniem w okolicznościach stanowiących czyn nieuczciwej konkurencji wobec innego przedsiębiorcy, jak też używaniu oznaczenia zawierającego słowo „bank” niezgodnie z właściwymi przepisami.

Uwzględniając wspomniany wyżej wpływ wcześniejszej regulacji na art. 5 u.z.n.k., należy przyjąć, że przewidziane w art. 5 u.z.n.k. wymaganie zgodnego z prawem używania oznaczenia przedsiębiorstwa ma takie tylko znaczenie, jakie łączono z nim wcześniej. Ostatnią przesłanką, która musi zostać spełniona aby została udzielona ochrona z art. 5 ustawy jest możliwość wprowadzenia klientów w błąd, co do tożsamości przedsiębiorstwa.

⁶¹ Wyrok SN z 26 marca 2006 roku, III KKN 777/00, OSNC 2003, nr 3, poz. 40.

Przesłanka ta jest spełniona nawet wtedy, kiedy istnieje tylko i wyłącznie hipotetyczna możliwość wprowadzenia klientów w błąd niezależnie od tego, czy skutek rzeczywiście nastąpił. Takie unormowanie ma na celu ochronę nie tylko aktualnej pozycji przedsiębiorcy, jego klientów, ale również ekspansji przedsiębiorcy w celu zdobycia nowych odbiorców [Nowińska, du Vall, 2003]. Jeżeli ta przesłanka nie jest spełniona, to przedsiębiorcy mogą używać tego samego oznaczenia. Sytuacja ta ma miejsce, kiedy przedsiębiorcy działają na różnych rynkach asortymentowych lub działają na różnych rynkach geograficznych, a z okoliczności nie wynika możliwość wywołania konfuzji co do powiązań przedsiębiorców, np. dwóch przedsiębiorców z jednego miasta korzysta z identycznego oznaczenia przedsiębiorstwa w postaci skrótu literowego ACC. Pierwszy z przedsiębiorców świadczy usługi krawieckie, a drugi świadczy usługi w zakresie napraw maszyn rolniczych.

Zostało to trafnie opisane w wyroku⁶² Sądu Najwyższego z 7 października 1999 roku, gdzie znajdujemy, że „z używaniem określonego oznaczenia dla przedsiębiorstwa na obszarze Polski norma wynikająca z art. 5 u.z.n.k. łączy powstanie prawa podmiotowego, którego treścią jest możliwość wyłącznego korzystania z tego oznaczenia. Nikt inny bez zgody uprawnionego nie może używać tego samego lub podobnego oznaczenia w odniesieniu do innego przedsiębiorstwa działającego na tym samym obszarze i w tej samej bądź zbliżonej sferze produkcji lub usług. Zacieśnienie przez art. 5 u.z.n.k. ochrony oznaczenia przedsiębiorstwa jedynie do wypadków użycia tego samego lub podobnego oznaczenia przez konkurentów, tj. osoby zabiegające o tę samą klientelę, wynika z zawartego w tym przepisie zastrzeżenia mówiącego o możliwości wprowadzenia klientów w błąd co do tożsamości przedsiębiorstwa”. Jak widać na podstawie przytoczonego wyroku, ochrona wynikająca z art. 5 u.z.n.k. jest uzależniona od posiadania tej samej klienteli. Jednak jak zauważa Kępiński [Szwaja, 2001], bezpośrednio w treści przepisu nie znajdujemy wymogu istnienia przesłanki stosunku konkurencji, lecz skarżący w konkretnej sprawie przy wytoczeniu powództwa powinien wykazać interes prawny, a w przypadku braku stosunku konkurencji wytoczenie powództwa nie ma z reguły uzasadnienia. Należy pamiętać, co już wcześniej zaznaczyłem, że w konkretnej sytuacji poza już istniejącym zakresem funkcjonowania danego przedsiębiorstwa, należy brać pod uwagę również ekspansję przedsiębiorcy w celu zdobycia nowej klienteli. Zrozumiałe jest, że o względy tej samej klienteli mogą ubiegać się wszyscy konkurenci – istotą komentowanej ustawy jest by tę swobodę zabezpieczyć tak, by

⁶² Wyrok SN - Izba Cywilna z 1999-10-07, I CKN 126/98 Opubl: OSNC rok 2000, Nr 4, poz. 70, s. 43.

środki użyte przez przedsiębiorcę były uczciwe i nie wprowadzały klientów w błąd, co do oznaczenia przedsiębiorstwa.

Kolejnym przepisem, który wymaga przybliżenia jest art. 15 omawianej ustawy, w którym opisano czyn nieuczciwej konkurencji w postaci utrudniania innym przedsiębiorcom dostępu do rynku⁶³. Z opisu przykładów potencjalnego utrudniania dostępu do rynku zamieszczonych w art. 15 ust. 1 pkt. 1-3 wynika, iż czyn określony w tym przepisie musi być dokonany przez sprawcę świadomie, z winy umyślnej. Przemawiają za tym słowa „nakłanianie”, „w celu”. Zrozumiałe jest, że skoro art. 15 zakazuje utrudniania dostępu do rynku innym przedsiębiorcom to sprawca czynu jak i podmiot poszkodowany muszą być przedsiębiorcami w rozumieniu art. 2 u.z.n.k. Jednak, jak zostało słusznie zauważone w doktrynie, nie jest wymagane, aby sprawca czynu z art. 15 u.z.n.k. i poszkodowany byli w stosunku do siebie konkurentami, aczkolwiek w praktyce stosunek konkurencji będzie bardzo często występował [Szwaja, 2001]. Termin „utrudnianie dostępu do rynku” w kategorii normatywnej nie został należycie zdefiniowany. Jediną normatywną wskazówką dla zastosowania art. 15 jest wymienienie przykładowych sposobów utrudniania dostępu do rynku. Jak zauważa J. Szwaja, brak legalnej definicji tego terminu powoduje, iż będzie on musiał być interpretowany przez adresatów tego przepisu i sądy bezpośrednio na gruncie nauk ekonomicznych. Przez pryzmat ekonomii „dostęp do rynku” należy rozumieć sens largo, czyli swobodę nie tylko wejścia na dany rynek oraz wyjścia z tego rynku, ale także oferowania na nim swoich towarów i usług. Natomiast „utrudnianie” w ekonomicznym znaczeniu jest „działaniem, które uniemożliwia innemu przedsiębiorcy lub grupie przedsiębiorców rynkową konfrontację oferowanych przez nich towarów (świadczonych usług) w zakresie najistotniejszych parametrów konkurencji, tj. głównie ceny i jakości towarów i usług, w efekcie czego swoboda podejmowania i prowadzenia przez nich działalności gospodarczej ulega ograniczeniu” [Szwaja, 2001]. Należy jednak pamiętać, że ze swojej istoty każde działanie konkurencyjne może negatywnie wpływać na szanse innego przedsiębiorcy na rynku. Na płaszczyźnie Internetu utrudnianie dostępu

⁶³ Czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku, w szczególności przez:

1. sprzedaż towarów lub usług poniżej kosztów ich wytworzenia lub świadczenia albo ich odprzedaż poniżej kosztów zakupu w celu eliminacji innych przedsiębiorców;
2. nakłanianie osób trzecich do odmowy sprzedaży innym przedsiębiorcom albo niedokonywania zakupu towarów lub usług od innych przedsiębiorców;
3. rzeczowo nieuzasadnione, różnicowane traktowanie niektórych klientów;
4. pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży;
5. działanie mające na celu wymuszenie na klientach wyboru jako kontrahenta określonego przedsiębiorcy lub stwarzanie warunków umożliwiających podmiotom trzecim wymuszanie zakupu towaru lub usługi u określonego przedsiębiorcy.

do rynku może przejawiać się w innych formach niż te opisane przez ustawodawcę w art. 15 ust 1 i następnych.

Cybersquatting

Powracając do głównego nurtu rozważań zacznę od najczęściej występującego w praktyce czynu nieuczciwej konkurencji dotyczącego domen internetowych, czyli cybersquattingu⁶⁴. Pod tym terminem kryje się zachowanie, które polega na „rejestrowaniu lub używaniu domen internetowych, zawierających znane i cieszące się renomą znaki towarowe przez osoby, które nie będąc uprawnione do posługiwania się tymi znakami, wykorzystują ich duże znaczenie gospodarcze w celu uzyskania określonych korzyści” [Kobyłańska, 2005]⁶⁵. Korzyści, jakie mogą płynąć z korzystania przez nieuprawnionego z nazwy zarejestrowanej w domenie, mogą być różnorakie. Po pierwsze, w zamian za odstąpienie prawa do korzystania z określonej domeny internetowej uprawnionemu do znaku albo zainteresowanej osobie trzeciej, osoba nieuprawniona może żądać określonej kwoty pieniędzy. Bardzo często w praktyce zdarza się, iż osoby nieuprawnione rejestrują od kilkudziesięciu do kilkuset domen internetowych w celu ich późniejszej odsprzedaży. W literaturze takie zachowanie bywa określane w doktrynie jako spekulacja domenami internetowymi. Akt cybersquattingu może być również umotywowany uniemożliwieniem podmiotowi uprawnionemu zaistnienia w globalnej sieci pod adresem internetowym ze swoim znakiem towarowym lub firmą, co w konsekwencji stanowi utrudnienie w dostępie do rynku. Ponadto, w praktyce bardzo często zdarzają się przypadki, iż podmioty nieuprawnione do znaku towarowego lub firmy rejestrują go w domenie internetowej, która służy tylko i wyłącznie temu, by użytkownikowi, który będzie chciał „odwiedzić” stronę uprawnionego do znaku towarowego lub firmy, została wyświetlona inna strona internetowa – zazwyczaj podmiotu konkurencyjnego. Kolejną korzyścią, jaką może nieść za sobą zarejestrowanie cudzego oznaczenia w nazwie domeny internetowej jest możliwość wpłynięcia na wyniki podawane przez wyszukiwarki internetowe⁶⁶. Takie praktyki mogą pro-

⁶⁴ Termin ten powstał przez połączenie przedrostka cyber- oznaczającego powiązanie z komputerami lub sieciami komputerowymi. Słowo „squatting” oznacza zasiedlanie opuszczonego budynku bez zgody właściciela. Słownik Merriam-Webster, dostępny pod adresem internetowym <http://www.merriam-webster.com>.

⁶⁵ Cytat z S. Bazerman, B. Andree, The New U.S. Anticybersquatting Consumer Protection Act – Hanging the Cyberpirates, ELR 2000, Nr 4.

⁶⁶ Czyny nieuczciwej konkurencji dotyczące wyszukiwarek internetowych pozostają poza zakresem niniejszego artykułu.

wadzić do wprowadzenia klientów w błąd poprzez nieuczciwe oznaczenie przedsiębiorstwa lub do utrudnienia innemu przedsiębiorcy dostępu do rynku.

W polskim systemie prawnym ochrony przed „piractwem domenowym” można poszukiwać na gruncie prawa własności przemysłowej, przepisów kodeksu cywilnego, w szczególności prawa firmowego oraz ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Jednak w niniejszej artykule ograniczę się tylko i wyłącznie do wskazania ochrony wynikającej z przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Przykładów w tej materii dostarcza orzecznictwo Sądu Polubownego przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji (PIIT).

Przykładem ilustrującym praktykę cybersquattingu jest sprawa, dotycząca domeny `inoxplus.pl`, w której zapadł wyrok Sądu Polubownego z dnia 20 grudnia 2004 roku⁶⁷. Powodem była spółka jawna prowadząca działalność gospodarczą pod firmą INOX – PLUS Sasadeusz i Borys, której przysługiwało prawo z rejestracji znaku towarowego „inox-plus”. Ponadto, powód zarejestrował i korzystał z domeny `inox-plus.com.pl`. Spółka pozwana – Marsel sp. z o.o., zarejestrowała domenę „inoxplus.pl”, która automatycznie odsyłała użytkowników na stronę `marsel.pl`. Istotną okolicznością przedmiotowej sprawy był fakt, iż obie spółki prowadziły działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży takich samych produktów. W uzasadnieniu wyroku Sąd stwierdził, iż „rejestracja i korzystanie w charakterze oznaczenia przedsiębiorstwa z nazw domen identycznych lub podobnych z wcześniej używanym zgodnie z prawem oznaczeniem przedsiębiorstwa innego przedsiębiorcy, jeżeli może wprowadzać w błąd, co do jego tożsamości, spełnia również przesłanki czynu nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 5 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji”.

Sąd zauważył, iż powód korzysta z pierwszeństwa używania oznaczenia w postaci domeny internetowej dla wyróżnienia swojego przedsiębiorstwa, gdyż wykorzystał oznaczenie (które zarazem było firmą powoda) w nazwie domeny internetowej wcześniej niż spółka pozwana. Ponadto zauważono, iż „korzystanie z nazwy domeny wskazującej na cudze oznaczenia przedsiębiorstwa może więc wywoływać niebezpieczeństwo pomyłek u odbiorców co do tożsamości przedsiębiorstwa lub co do pochodzenia, sposobu i jakości oferowanych towarów”. Takie zachowanie zostało zakwalifikowane przez Sąd jako naruszenie interesów powoda. Ponadto Sąd stwierdził, iż zachowanie pozwanego można również zakwalifikować jako czyn nieuczciwej konkurencji w oparciu o art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Sąd zauważył, iż „przenoszenie pozytywnych skojarzeń związanych z cudzym przedsiębiorstwem przez używanie w obrocie gospodarczym

⁶⁷ Wyrok Sądu Polubownego z 20 grudnia 2004 roku o sygnaturze 17/04/PA dostępny pod adresem internetowym www.piit.org.pl.

jego oznaczeń jest uznawane za jedną z form czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na naruszeniu renomy. Skutkiem takiego zachowania może być nieuczciwe przejmowanie aktualnej lub potencjalnej klienteli cudzego przedsiębiorstwa i współpracujących z nim osób. W konsekwencji nieuprawnionego wykorzystywania renomy może dojść do osłabienia pozycji rynkowej przedsiębiorcy lub utraty siły odróżniającej jego oznaczeń wyróżniających, w tym nazwy przedsiębiorcy i oznaczenia przedsiębiorstwa. W szczególności, takie zachowanie może zmierzać także do wywołania u odbiorców nieprawdziwego przekonania o istniejących ścisłych powiązaniach gospodarczych pomiędzy pozwanym a powodem”.

Analogiczną argumentację można znaleźć w wyroku Sądu Polubownego ds. domen internetowych z dnia 12 czerwca 2007 roku. Powodem była spółka LOGOS TRAVEL MAREK ŚLIWKA, której przedmiotem działalności było świadczenie usług turystycznych. Pozwanym było Biuro Turystyki Związku Nauczycielstwa Polskiego Logostour sp. z o.o. Przedmiotem sporu były domeny logostravel.pl, logostravel.com.pl, logos-travel.pl, logos-travel.com. Pozwana spółka korzystała z wymienionych domen w taki sposób, że każdy użytkownik, który wpisał adres jednej ze spornej domen był automatycznie odsyłany na stronę spółki pozwanej. W przedmiotowej sprawie Sąd przyznał rację spółce powodowej, argumentując, iż doszło między innymi do naruszenia art. 5 u.z.n.k., czyli przepisu chroniącego oznaczenie przedsiębiorstwa, gdyż „z uwagi na prowadzoną przez pozwanego działalność na identycznym bądź bardzo zbliżonym rynku, istniało w okresie przekierowania stron utworzonych z użyciem spornych domen, ryzyko wprowadzenia użytkowników w błąd”.

Tak jak w tradycyjnym obrocie może się zdarzyć, iż przedsiębiorcy działają pod identycznymi oznaczeniami lub identycznie oznaczają swoje przedsiębiorstwa, tak na płaszczyźnie Internetu może się zdarzyć, iż dwóch przedsiębiorców rości sobie prawo do jednej nazwy domenowej lub wykorzystuje tę samą nazwę w różnych domenach.

Ten problem był przedmiotem sprawy⁶⁸, w której powodem był podmiot prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „Centrum Kardiologiczne Kardiomed”, której przedmiotem było świadczenie usług medycznych. Ponadto, powodowi przysługiwało prawo z rejestracji znaku towarowego „Kardiomed” w klasie 44 – tj. między innymi w zakresie usług medycznych dla ludzi w gabinetach lekarskich, porad i opieki lekarskiej, diagnostyki medycznej. Powód zarejestrował domenę „kardiomed.net”. Pozwany prowadził działalność gospodarczą w zakresie najmu lokali wraz z urządzeniami medycznymi, handlu hurtowego

⁶⁸ Wyrok Sądu Polubownego z dnia 27 lutego 2006 roku, o sygnaturze 53/05/PA. Dostępny pod adresem internetowym www.piiit.org.pl.

i detalicznego artykułami medycznymi i przemysłowymi. W praktyce, pozwany wynajmował lekarzom prowadzącym indywidualne lub grupowe praktyki lekarskie pomieszczenia wraz ze sprzętem medycznym. Pozwany zarejestrował znak towarowy „Kardiomed” dla usług wynajmu lokali, w tym gabinetów do celów medycznych, a także wynajmu sprzętu medycznego, urządzeń i aparatury medycznej. Strona pozwana zarejestrowała sporne domeny internetowe, kolejno „kardiomed.pl” oraz „kardiomed.com.pl”. Jednak w praktyce pozwany wykorzystywał domenę „kardiomed.pl”, na której to stronie internetowej obok firmy pozwanego została umieszczona informacja o podmiocie, który świadczy usługi medyczne o wysokim stopniu specjalizacji i standardzie.

W uzasadnieniu wyroku sąd zauważył, iż „w obrocie gospodarczym zdarzają się coraz częściej przypadki, w których przedsiębiorcy używają oznaczenia indywidualizującego innego przedsiębiorcy i rejestrują go jako domenę, w ten sposób wprowadzając w błąd odbiorców co do pochodzenia. Niekiedy czynią to świadomie „podszywając” się pod znaną firmę czy znak towaru, niekiedy zaś jest to wynikiem zbudowania domeny poprzez wykorzystywanie pewnych skojarzeń. W ten właśnie sposób niezwykle łatwo dojść może do konfuzji, gdyż klient nie ma realnej możliwości zidentyfikowania przedsiębiorcy (usługodawcy). Nieuprawniona rejestracja domeny, funkcjonującej w ramach rynku *on-line*, ma duże konsekwencje w zakresie zachowania przejrzystości tego szczególnego rynku. Jeżeli bowiem w „zwykłym” obrocie gospodarczym klient ma przeważnie do dyspozycji możliwość weryfikacji w różny sposób rzeczywistego źródła pochodzenia towaru czy oferenta usług, o tyle takie możliwości są w Internecie ograniczone. Stąd tak istotna jest ochrona zarówno przedsiębiorców, jak i klientów przed wprowadzeniem w błąd, wywołanym nazwą domen, jak również przed niedozwoloną ich rejestracją”. Sąd stwierdził, iż w przedmiotowej sprawie doszło do naruszenia dobrych obyczajów, gdyż nowo pojawiający się przedsiębiorca powinien nadać oryginalny charakter, odróżniający jego firmę od innych, wcześniej istniejących na rynku, co w konsekwencji oznacza, iż doszło do naruszenia art. 3 u.z.n.k.

Zaprezentowany problem był również przedmiotem rozstrzygnięcia w innej sprawie⁶⁹, w której pierwotnie strony prowadziły wspólnie działalność gospodarczą w formie spółki cywilnej, a następnie po rozwiązaniu umowy spółki cywilnej na mocy porozumienia stron doszło do sporu dotyczącego wspólnych domen, tj. *exponet.pl* oraz *exponet.com.pl*. W porozumieniu strony nie określiły ani praw stron do posługiwania się dotychczasową nazwą „EXPONET”, ani też dalszych losów przedmiotowych domen internetowych. W praktyce, powód

⁶⁹ Wyrok Sądu Polubownego z dnia 26 kwietnia 2007 roku, sygnatura akt 02/07/PA wyrok dostępny na stronie internetowej www.piiit.org.pl.

kontynuował prowadzenie działalności pod nazwą „EXPONET”, a pozwany korzystał z innej nazwy. Powód korzystał z domeny „exponet.pl”, jednak w wyniku niezapłacenia abonamentu za przedmiotową domenę utracił do niej prawa, co zostało wykorzystane przez pozwanego, który niezwłocznie zarejestrował dla siebie domenę „Exponet.pl”, tłumacząc, iż w przyszłości planuje rozpocząć działalność gospodarczą w ramach której będzie korzystał z przedmiotowej domeny.

Zdaniem Sądu, „w niniejszej sprawie wypełnione są zarówno przesłanki klauzuli generalnej czynu nieuczciwej konkurencji z art. 3 u.z.n.k., jak i zachowania opisanego w art. 15. W szczególności należy zauważyć, że zarówno powód, jak i pozwany są przedsiębiorcami i to prowadzącymi działalność bezpośrednio konkurencyjną wobec siebie. Zachowanie w postaci rejestracji nazwy domeny internetowej jedynie w tym celu, aby uniemożliwić konkurentowi prowadzenie działalności przy wykorzystaniu tej nazwy, należy zaś uznać za sprzeczne z dobrymi obyczajami. Oczywiście jest przy tym naruszenie interesu powoda, który nie ma możliwości wykorzystania w swojej działalności adresu internetowego „www.exponet.pl”. W grę może również wchodzić naruszenie interesów klientów, którzy pozbawieni zostają dostępu do informacji o działalności powoda za pośrednictwem najbardziej naturalnego dla niego adresu internetowego”. Jak dalej Sąd zauważa, „w literaturze podkreśla się, że rejestrację domeny zawierającej znak towarowy konkurenta w celu uniemożliwienia mu jej rejestracji można uznać za czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 15 u.z.n.k. w postaci utrudniania dostępu do rynku. Wniosek taki jest prawidłowy, pomimo że opisane zachowanie nie odpowiada ściśle żadnej ze szczegółowych form utrudniania dostępu do rynku w rozumieniu wymienionego przepisu”.

Nie ulega wątpliwości, iż wykorzystanie cudzego oznaczenia w nazwie domeny internetowej może zostać zakwalifikowane jako utrudnianie dostępu do rynku.

W sprawie⁷⁰, w której stroną pozwaną była spółka, prowadząca działalność gospodarczą w zakresie informatyki zgodnie z rejestrem przedsiębiorców, wydawania czasopism, etc. jednak faktycznym zakresem działań było pośredniczenie pomiędzy producentami, sprzedawcami i użytkownikami maszyn rolniczych. Spółka ta zarejestrowała domenę machina.pl. Stroną powodową był podmiot, wydawca miesięcznika „Machina”, który był wydawany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej przez około 15 lat w nakładzie od 60000 do 110000 egzemplarzy. W przedmiotowej sprawie Sąd zauważył, iż zachowanie pozwanego może

⁷⁰ Wyrok Sądu Polubownego z dnia 29 października 2007 roku, sygnatura akt 64/06/PA wyrok dostępny na stronie internetowej www.piit.org.pl.

być oceniane w świetle art. 15 u.z.n.k., gdyż „za nieuczciwe i niedozwolone delikty można uznawać na podstawie tego przepisu także inne praktyki [niż przykładowo wymienione w art. 15] polegające na utrudnianiu dostępu do rynku, których istotą jest ograniczanie przedsiębiorcy możliwości prowadzenia działalności gospodarczej, w szczególności w zakresie oferowania, sprzedaży i dystrybucji towarów lub usług. Na podstawie art. 15 u.z.n.k. należy przyjąć, że utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku ma również miejsce w przypadku używania domeny internetowej”.

Podsumowując, jak ewidentnie widać na przykładzie orzecznictwa Sądu Polubownego czyn cybersquattingu może być zakwalifikowany jako stypizowany czyn nieuczciwej konkurencji w świetle art. 5, czyli wykorzystywania oznaczenia przedsiębiorstwa, które może wprowadzać klientów w błąd oraz art. 15 u.z.n.k., a więc utrudniania innym przedsiębiorcom dostępu do rynku. Nie ulega wątpliwości, że te zachowania, które nie wypełniają przesłanek wskazanych artykułów mogą być zakwalifikowane jako czyn nieuczciwej konkurencji w świetle art. 3 ust.1 u.z.n.k. Przytoczona przeze mnie analiza znajduje również swoje oparcie w literaturze. Jak zauważa M. Smycz [Podrecki, 2007] „sprawiające trudność na gruncie prawa własności przemysłowej przypadki piractwa domenowego, polegają na rejestrowaniu domen z wykorzystaniem cudzego oznaczenia – niezależnie od tego, czy stanowi ono znak towarowy, czy nie – można zakwalifikować jako czyn nieuczciwej konkurencji, o którym mowa w art. 15 ust 1 u.z.n.k., a polegający na utrudnianiu innym przedsiębiorcom dostępu do rynku”.

W orzecznictwie amerykańskim pierwsza sprawa, której przedmiotem był cybersquatting dotyczyła D. Toeppena, który zarejestrował ponad 240 domen odpowiadających chronionym nazwom renomowanych firm i żądał wynagrodzenia za ich odstąpienie. Najbardziej znane orzeczenie zostało wydane w sprawie wytoczonej przeciwko D. Toeppenowi z powództwa spółki Intermatic Inc. Sąd stwierdził, że zarejestrowanie cudzego sławnego znaku towarowego osłabiło zdolność tego znaku do identyfikowania i rozróżniania towarów oraz usług. Zostało to spowodowane dwoma okolicznościami: a) faktycznym odebraniem możliwości rejestracji i używania znaku jako elementu adresu internetowego przez Intermatic; b) stałym stosowaniem oznaczenia podobnego dla innej klasy towarów. Sąd nakazał pozwanemu przeniesienie adresu na rzecz powoda. W innej sprawie, w której pozwanym również był D. Toeppen, Sąd stanął przed problemem interpretacji „użycia znaku towarowego w celach handlowych”. W sprawie *Panavision International, L.P. v. Toeppen*, Sąd przyjął stanowisko, iż sama rejestracja domeny nie stanowi „komercyjnego użycia znaku”, lecz dopiero rejestracja znaków towarowych jako domen internetowych, a następnie ich sprzedaż spełnia przesłanki komercyjnego użycia. Ponadto Sąd stwierdził, że rejestracja adresu internetowego Panavision narusza interesy

konsumentów przez to, że utrudnia im odnalezienie strony internetowej spółki Panavision.

Jak zauważa A. Kobylańska [2007], „zarejestrowanie przez Toeppena spornych domen internetowych nie pozbawiło całkowicie stron powodowych – wbrew ustaleniom sądów – możliwości posługiwanie się swoimi znakami towarowymi w domenach internetowych. Nie jest bowiem wykluczone, że mogli oni zarejestrować domeny: panvision.net czy intermatic.org. Niemniej, posługiwanie się przez pozwanego domenami internetowymi: panvision.com oraz intermatic.com mogło mieć niekorzystne skutki dla renomy zawartych w nich znaków towarowych”. Istotny dla orzecznictwa amerykańskiego jest fakt, iż wyroki zapadłe w sprawach „Intermatic Inc.” oraz „Panavision” dały podstawę ochrony znaków towarowych w adresach domenowych na gruncie prawa amerykańskiego.

Porównując wskazane przypadki z orzecznictwa amerykańskiego do wyroków Sądu Polubownego należy wskazać, iż na gruncie orzecznictwa amerykańskiego, naruszający cudze oznaczenia najczęściej żądali od podmiotu uprawnionego zapłacenia określonej kwoty pieniędzy w zamian za odstąpienie przedmiotowej domy internetowej. Jednak na gruncie polskiego orzecznictwa, naruszający najczęściej wykorzystują cudze oznaczenie poprzez przyciąganie potencjalnych klientów podmiotu uprawnionego do oznaczenia i w ten sposób czerpią korzyść z czynu niedozwolonego.

Typosquatting

Drugim z wymienionych czynów nieuczciwej konkurencji dotyczącym domen internetowych jest typosquatting⁷¹. Typosquatting jest praktyką, w której sprawca czynu wykorzystuje częste błędy w pisowni dokonywane przez użytkowników Internetu w trakcie wpisywania adresów domenowych, np. www.allians.com.pl zamiast www.allianz.com.pl. Istota naruszenia sprawdza się do rejestracji domeny internetowej zawierającej zmodyfikowany lub zapisany z błędem znak towarowy, firmę lub oznaczenia przedsiębiorstwa licząc na to, że użytkownicy w trakcie wpisywania adresu internetowego popełnią błąd wskutek czego obejrzą stronę internetową naruszcziela.

Korzyści, jakich oczekują w ten sposób naruszający znak towarowy, firmę lub oznaczenie przedsiębiorstwa to przyciągnięcie potencjalnej klienteli podmiotu uprawnionego do znaku lub zapłata określonej kwoty przez podmiot, który będzie chciał odzyskać kontrolę nad sposobem używania swojego znaku. Dla przykładu, jeden z banków działających na terenie Polski używa strony internetowej

⁷¹ Czyn ten zostało wyróżnione w doktrynie amerykańskiej jako podrodzaj cybersquatting.

www.mbank.pl. Jednak bardzo często zdarza się, iż użytkownicy zamiast mbank.pl wpisują mb**na**k.pl. i zostają odesłani na stronę internetową, na której znajdują się odpłatne odnośniki do stron innych banków. Ponadto, na przedmiotowej stronie istnieje informacja o możliwości odpłatnego odstąpienia domeny mbnak.pl.⁷²

Istotą typosquattingu jest wykorzystanie w nazwie domeny oznaczenia myląco podobnego do znaku towarowego lub firmy innego podmiotu.

Takie działanie może zostać zakwalifikowane jako czyn nieuczciwej konkurencji, czego przykład można znaleźć w polskim orzecznictwie - w wyroku Sądu Polubownego ds. domen internetowych. W przedmiotowej sprawie⁷³ powodem była spółka Neckermann Polska Biuro Podróży Sp. z o.o., która w ramach prowadzonej działalności gospodarczej świadczyła usługi turystyczne. Pozwanym był przedsiębiorca działający pod firmą Marketing Services Rafał Podkański, który zarejestrował domeny nekermann.pl; neckerman.pl; nekerman.pl. W przedmiotowej sprawie Sąd stwierdził, iż „rejestracja nazw domen internetowych i ich używanie w obrocie w postaci adresu strony WWW może być uznana za jedną z form oznaczenia przedsiębiorstw. Oznaczenie przedsiębiorstwa pełni zasadniczo funkcję identyfikującą, określającą pochodzenie usług od przedsiębiorcy oraz funkcję reklamową i gwarancyjną. Korzystanie z nazw domen może więc wywoływać niebezpieczeństwo pomyłek u odbiorców, co do tożsamości przedsiębiorstwa lub co do pochodzenia, sposobu i jakości świadczonych usług lub istnienia związków gospodarczych”. Ponadto, Sąd zauważył, iż „przy ocenie przesłanki wprowadzenia w błąd miarodajna jest ocena przeciętnego odbiorcy (...), oceniając podobieństwo nazwy domeny i oznaczenia przedsiębiorstwa brana pod uwagę powinna być głównie nazwa domeny drugiego i dalszych poziomów. Badając podobieństwo nazwy domeny i oznaczenia należy oprzeć się na ocenie słuchowej i wizualnej, porównywać elementy zbieżne, a nie różnice, uwzględniając renomę oznaczenia i porównywać oznaczenia w warunkach, w których odbiorcy korzystają z usług dostępnych za ich pośrednictwem. Nie wielkie różnice pomiędzy oznaczeniem przedsiębiorstwa i nazwą domeny, zwłaszcza jej zapisem, np. w formie fonetycznej modyfikacji znaku lub z całkowitym błędem literowym, nie wyłączają istnienia podobieństwa”. W przedmiotowej sprawie Sąd stwierdził, iż doszło do naruszenia art. 5 u.z.n.k. Ponadto, zauważono, iż nieuprawnione korzystanie z cudzej renomy należy uznać za czyn nieuczciwej konkurencji w oparciu o art. 3 ust 1 u.z.n.k., przyjmując iż jest to zachowanie naruszające dobre obyczaje. „Przenoszenie pozytywnych skojarzeń

⁷² Ryciny przedstawiające obie strony internetowe znajdują się na stronie 84 niniejszej pracy.

⁷³ Wyrok Sądu Polubownego z dnia 27 września 2004 roku, sygnatura akt 05/04/PA wyrok dostępny na stronie internetowej www.piiit.org.pl.

związanych z cudzym przedsiębiorstwem przez używanie w obrocie gospodarczym jego oznaczeń jest uznawane za jedną z form czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na naruszeniu renomy. Skutkiem takiego zachowania może być nieuczciwe przejmowanie aktualnej lub potencjalnej klienteli cudzego przedsiębiorstwa i współpracujących z nim osób. W konsekwencji nieuprawnionego wykorzystywania renomy może dojść do osłabienia pozycji rynkowej przedsiębiorcy lub utraty siły odróżniającej oznaczeń wyróżniających, w tym oznaczenia przedsiębiorstwa. W szczególności takie zachowanie może zmierzać także do wywołania u odbiorców nieprawdziwego przekonania o istniejących ścisłych powiązaniach gospodarczych pomiędzy Pozwanym a Powodem”.

Nie ulega wątpliwości, że czyn określany mianem typosquattingu spełnia przesłanki czynu nieuczciwej konkurencji w oparciu o art. 5 u.z.n.k., gdyż domeny internetowe stanowią oznaczenia przedsiębiorstwa, a niewielkie różnice pomiędzy oznaczeniem przedsiębiorstwa i nazwą domeny nie wyłączają istnienia podobieństwa.

W orzecznictwie amerykańskim jednym z pierwszych orzeczeń dotyczących typosquattingu był wyrok wydany w sprawie *Bargain Bid v. uBid*. Powód – Bargain Bid prowadził działalność gospodarczą polegającą na sprzedaży sprzętu komputerowego w Internecie, korzystając z domeny *bargainbid.com*. Podmiot pozwany prowadził podobną działalność posługując się grupą zależnych od siebie osób. Jedna z tych osób zarejestrowała domenę *barginbid.com*, gdzie na stronie internetowej umieszczono odnośnik odsyłający do strony pozwanego. Sąd orzekając w tej sprawie nie miał wątpliwości, iż sporna domena jest myląco podobna do znaku towarowego powoda, a pozwany używał jej w złej wierze, licząc na wykorzystanie omyłek w jej pisowni. W innych wyrokach wydanych przez sądy amerykańskie uznawano, że „pozwaną rejestrując domeny internetowe zawierające znaki towarowe powodów, działali w złej wierze, ze świadomością wykorzystania cudzych znaków towarowych dla osiągnięcia określonych korzyści finansowych” [Kobyłańska, 2007].

Zakończenie

Biorąc pod uwagę przytoczoną argumentację należy z całą stanowczością stwierdzić, iż nierzetelne wykorzystanie cudzych oznaczeń w domenach internetowych należy traktować jako czyn nieuczciwej konkurencji. Jednocześnie wskazana argumentacja jasno wskazuje, iż prowadzenie działalności gospodarczej w Internecie jest regulowane przez prawo.

Literatura

1. Kobyłańska A., *Ochrona znaków towarowych w Internecie*, Warszawa 2005.
2. Nowińska E., du Vall M., *Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, LexisNexis, 2003.
3. Ożegalska J., *Cybersquatting i inne formy nadużywania znaków towarowych w adresach internetowych a nieuczciwa konkurencja*, *Prace z wynalazczości i ochrony własności intelektualnej*, 2001, zeszyt 77.
4. Podrecki P., *Prawo Internetu*, wydanie II, Wydawnictwo LexisNexis, 2007.
5. Szwaja J. (red.), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2006.

Wyroki

1. Wyrok SN - Izba Cywilna z 2002-06-19, II CKN 1229/00 Opubl: OSNC rok 2003, Nr 6, poz. 86.
2. Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 2002-04-24, I ACa 1182/01 Opubl: Wokanda rok 2003, Nr 2
3. Wyrok SN z 26 marca 2006 roku, III CKN 777/00, OSNC 2003, nr 3, poz. 40.
4. Wyrok SN - Izba Cywilna z 1999-10-07, I CKN 126/98 Opubl: OSNC rok 2000, Nr 4, poz. 70.
5. Wyrok Sądu Polubownego z 20 grudnia 2004 roku o sygnaturze 17/04.
6. Wyrok Sądu Polubownego z dnia 27 lutego 2006 roku, o sygnaturze 53/05/PA.
7. Wyrok Sądu Polubownego z dnia 26 kwietnia 2007 roku, sygnatura akt 02/07/PA
8. Wyrok Sądu Polubownego z dnia 29 października 2007 roku, sygnatura akt 64/06/PA
9. *Intermatic Inc vs Toeppen* 96 C 1982, 1996 U.S. Dist. Lexis 14878 (ND III Oct. 3. 1996) dostępny na stronie internetowej:
<http://www2.bc.edu/~herbeck/cyberlaw.intermatic.html>
10. *Panavision Intl L.p. vs. Toeppen* 1996 WL 653736 (C.D. Calif. Nov. 05, 1996) dostępny na stronie internetowej:
11. <http://www.tomwbell.com/NetLaw/Ch11/Panavision.html>
12. *Bargain Bid vs uBid Inc* 2000 U.S. Dist. LEXIS 3021 (E.D.N.Y. Jan. 3, 2000), dostępny na stronie internetowej
<http://www.finnegan.com/BargainBidLlcvsuBidInc/>

Streszczenie

Wraz ze wzrostem znaczenia oraz wartości ekonomicznej adresów domenowych w ostatnim czasie pojawia się coraz więcej naruszeń, których przedmiotem są oznaczenia odróżniające umieszczone w nazwie domenowej. Usługi internetowe, w szczególności system WWW, stał się narzędziem nieuczciwej walki konkurencyjnej mającej przede wszystkim na celu wprowadzenie w błąd, co do tożsamości przedsiębiorstwa. Może mieć to miejsce poprzez zarejestrowanie domeny internetowej, w której nazwie znajduje się znak towarowy lub firma osoby trzeciej lub też poprzez utrudnianie dostępu do rynku w wyniku rejestracji domen internetowych. W ich nazwach umieszcza się znaki towarowe, firmy i skróty lub też słowa, które kojarzą się z podmiotem, którego prawa zostały naruszone. Prezentowany artykuł obejmuje przede wszystkim problematykę naruszeń oznaczeń umieszczonych w nazwie domenowej oraz nieuczciwą konkurencją poprzez wprowadzanie w błąd o tożsamości przedsiębiorstwa.

Abstract

Since internet domain names have gained economical value, more infringements occur. It is a reason why those infringements must be categorized in accordance to polish law, especially in accordance to law of unfair competition. However, since every particular infringement must be analyzed separately, present essay concerns two most known infringements – cybersquatting and typosquatting. Cybersquatting can be defined as registering, trafficking in, or using a domain name with bad-faith intent to profit from the goodwill of a trademark belonging to someone else, whereas typosquatting can be defined as a form of cybersquatting which relies on mistakes such as typographical errors made by Internet users when inputting a website address into a web browser.